

# การวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินแนวโน้มการแข่งขัน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคอีสาน \*

## The Trend Potential Analysis in Isan Region Competitiveness of Tourism Industry

ธัญญา พากเพียร, สุดาพรรณ อาจกล้า, และ สุภาวิตา อินทรพานิชย์

Thanya Pakpian, Sudapun Ajkla, and Supawita Intarapanich

คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

Industry and Technology, Rajamangala University of

Technology Isan Sakonnakhon Campus

Corresponding Author, E-mail: supawita.in@rmuti.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบ 1) การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้และการมุ่งเน้นการตลาด มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ และ 3) วิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินแนวโน้มในการแข่งขัน จากการมีระบบการขนส่งสาธารณะรถไฟฟ้าความเร็วสูงในเมืองหลัก กลุ่มตัวอย่างข้อมูลเชิงปริมาณ คือผู้ประกอบการ ด้านสถานบันเทิง ธุรกิจรถเช่า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมและที่พักใน 4 จังหวัด คือ นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์และหนองคาย จำนวน 1,424 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน เครื่องมือเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ เลือกตัวอย่างอย่างง่าย โดยแต่ละจังหวัดแต่ละธุรกิจสัมภาษณ์กลุ่มละ 10 คน รวมเป็นจำนวน 160 คน สถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

---

\* ได้รับบทความ: 3 พฤศจิกายน 2565; แก้ไขบทความ: 17 มกราคม 2566; ตอรับตีพิมพ์: 19 มกราคม 2566



**ผลการวิจัย** พบว่า 1) ความสามารถของผู้ประกอบการ (ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ และการมุ่งเน้นการแข่งขันเชิงรุก) มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) ความสามารถในการเรียนรู้ (การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ และความสามารถในการเรียนรู้ ปรับตัว) มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) ความสามารถทางการตลาด (ความสามารถ ด้านลูกค้า และความสามารถด้านคู่แข่ง) มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4) ความสามารถ ของผู้ประกอบการ (การยอมรับความเสี่ยง และความเป็นอิสระ) มีผลต่อประสิทธิภาพด้าน โลจิสติกส์ 5) ความสามารถในการเรียนรู้ (การมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ และการมุ่งเน้นนวัตกรรม การเรียนรู้) มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 6) ความสามารถทางการตลาด (ความสามารถ ด้านลูกค้า และความสามารถในการประสานงานภายใน) มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 7) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง และการ เป็นผู้นำด้านต้นทุน) มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ 8) ปัจจัยส่งผลกระทบต่อแนวโน้มประกอบด้วยการมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ ความสามารถด้านลูกค้า ความสามารถในการประสานงานภายใน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

**คำสำคัญ:** การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ; การมุ่งเน้นการเรียนรู้; การมุ่งเน้นการตลาด; ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

## Abstract

This research aims to study about in effect of 1) Entrepreneurial orientation, Learning orientation and marketing orientation to competitive advantage 2) entrepreneurial orientation, learning orientation, marketing orientation and competitive advantage to logistics efficiency and 3) analysis of the potential for assess the competitive trend. The sample quantitative data is entrepreneurs in area of entertainment, car rental business, food and beverage outlets, hotels and accommodation high speed rail Nakhon Ratchasima Khon Kaen Udon Thani and Nong Khai provinces chosen by multi-stage cluster sampling from various districts



of the 4 provinces. The tool of this quantitative research is a questionnaire. The key informants quantitative data was entrepreneurs in the 4 area selected by sample random sampling from various districts of the 4 provinces. The data in this study was analyzed by multiple regression analysis.

**The results were concluded as follows;** 1) Entrepreneurial orientation (aggressiveness, autonomy and proactiveness) influence to competitive advantage 2) Learning orientation (innovative learning capability and adaptive learning capability) influence to competitive advantage 3) Marketing orientation (customer capability and competitor capability) influence to competitive advantage 4) Entrepreneurial orientation (risk acceptance and autonomy) influence to competitive advantage 5) Learning orientation (absorptive learning capability and innovative learning capability) influence to logistics efficiency 6) Marketing orientation (customer capability and interfunctional coordination capability) influence to logistics efficiency 7) competitive advantage (quick response and cost leadership) influence to logistics efficiency and 8) Factors that affect to trends consist: absorptive learning capability, innovative learning capability, customer capability, interfunctional coordination capability, differentiation, quick response, and cost leadership.

**Keywords:** entrepreneurial orientation; marketing orientation; learning orientation; logistics efficiency; competitive advantage

## 1. บทนำ

ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 – 2564) ให้ความสำคัญกับบริบทการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีนัยสำคัญต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเงื่อนไขการพัฒนาประเทศในอนาคต จึงต้องมีการเตรียมความพร้อมของบุคลากรและระบบให้สามารถปรับตัวพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตการท่องเที่ยวถือเป็น



แหล่งรายได้หลักของประเทศ ซึ่งจากสถิติยอดรวมปี 2563 การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ถึง 792,534.21 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกับธุรกิจหลากหลายประเภท เช่น ธุรกิจสถานที่พักผ่อน ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจร้านอาหารและ เครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจด้านการคมนาคมและการขนส่ง โดยเฉพาะ อย่างยิ่งปัจจุบัน คมนาคมขนส่งระบบราง มีรถไฟความเร็วสูง ทั้งนี้สำหรับการพัฒนาโครงข่าย

ในระยะแรกจะทำให้การเดินทางและขนส่งระหว่างจังหวัดในเขต โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) กับกรุงเทพฯ และภูมิภาคอื่นๆ สะดวก และรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดระยะเวลาและต้นทุนในการเดินทางเมื่อเทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่น เมื่อมี เส้นทางขนส่งที่ดีย่อมดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศจึงเกิดการค้าระหว่างประเทศ การจ้างงาน โรงงานอุตสาหกรรมเกิดเมืองใหม่ ภาคบริการท่องเที่ยว และนำมาสู่การขยายตัวทางเศรษฐกิจใน ท้ายที่สุด หลังจากนั้น การพัฒนาเครือข่ายดังกล่าว จะนำไปสู่เขตจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ และหนองคาย รวมทั้งกลุ่มจังหวัดใกล้เคียงในระยะที่สอง ซึ่งเป็นการสนับสนุนและเชื่อมโยง พื้นที่ EEC อันเป็นการเปิดโอกาสด้านการพัฒนาเมือง การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว นำไปสู่ การกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ลดการย้ายถิ่นฐานสร้างงานในพื้นที่ และทำให้คนทำงานอยู่กับ ครอบครัวในสังคมผู้สูงอายุในอีก 5 ปีข้างหน้า

เส้นทางรถไฟดังกล่าวจะเป็นเส้นทางเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเพิ่มศักยภาพและโอกาสทาง เศรษฐกิจของประเทศไทย และมีความสำคัญในด้านภูมิรัฐศาสตร์โลก (Geopolitics) ที่จะมีผลต่อ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเป็นคู่ทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวให้แก่ธุรกิจของไทย ผู้ประกอบการขนส่งเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานไปสู่การเปิดตลาดใหม่ๆ โดยเส้นทางระบบรางมีการ ศึกษาวิจัยโครงการรถไฟความเร็วสูงไทย - จีน: โอกาสของการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า รถไฟความเร็วสูงจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจภายในภูมิภาค ส่งเสริมการท่องเที่ยว และ ยกระดับ คุณภาพสังคม อันเป็นโอกาสครั้งสำคัญในการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย (หงษ์ฟ้า ทรัพย์บุญเรือง และ จินตวัฒน์ ศิริรัตน์, 2563) จากข้อมูลดังกล่าวมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจในประเด็นการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านศักยภาพความสามารถของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษา ดังกล่าว จะทำให้ทราบถึงปัจจัยแนวโน้มการแข่งขัน เพื่อสามารถพัฒนาภาคการท่องเที่ยวให้ก้าว ต่อไปข้างหน้าได้อย่างมีคุณภาพและนำไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของทุกคนและเป็นการ



พัฒนาการท่องเที่ยวจากเมืองสู่การสร้างงานให้กับท้องถิ่นได้ในท้ายที่สุด รวมถึงยังสามารถนำข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์เป็นแนวทางในการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้และการมุ่งเน้นการตลาด มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์
3. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพเพื่อประเมินแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการมีระบบการขนส่ง สาธารณะรถไฟฟ้าความเร็วสูงในเมืองสถานีหลัก

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1-2 ส่วนที่สองเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3

### 1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ธุรกิจสถานบันเทิง 2) ธุรกิจรถเช่า 3) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม 4) ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ในพื้นที่ 4 จังหวัด ที่เป็นสถานีหลักรถไฟฟ้าความเร็วสูงสายอีสาน ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี และหนองคาย รวมทั้งสิ้น 27,546 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 1,424 ตัวอย่าง (โดยเลือกผู้บริหารของธุรกิจเป็นตัวแทนของแต่ละธุรกิจ) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (กรณีทราบขนาดประชากร) จากสูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% สูตรในการคำนวณตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกตัวอย่างหลายชั้น (Multi-stage Sampling) จากทุกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเภท โดยขั้นแรกการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มตามพื้นที่จังหวัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ขั้นที่สองภายในแต่ละจังหวัด การเลือกตัวอย่างสุ่มแบบแบ่งเป็นชั้น (Stratified Random Sampling) ตามประเภท



อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ขั้นที่สาม พิจารณาแต่ละประเภทอุตสาหกรรม เรียกว่าชั้นภูมิ (Stratum) และชั้นที่สี่ภายในแต่ละชั้นภูมิกำหนดขนาดตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) แล้วทำการเลือกตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้ตัวอย่างตามที่กำหนด

1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ Marshall, Cardon, Poddar, & Fontenot (2013) เสนอให้ใช้ขนาดตัวอย่างแบบกรณีศึกษาอย่างน้อย 6 แหล่งข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลอิ่มตัว การเลือกตัวอย่างสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว 4 ประเภท ในแต่ละจังหวัดกลุ่มละ 10 คน รวมเป็นจำนวน 160 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก

## 3. วิธีการศึกษา

### 3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1. ศึกษาและค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมเพื่อหาตัวแปรในการสร้างแบบสอบถาม สร้างกรอบแนวคิดและกำหนดขอบเขตการวิจัย

3.1.2 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ด้วยวิธีหาค่า IOC

3.1.3 ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ (จากข้อ 2.) และ Pretest จำนวน 30 ชุดกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเทียบเคียงกับตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

3.1.4 ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม วิเคราะห์ความถูกต้องเชิงโครงสร้าง ใช้ค่า VIF ต้องเกินกว่า 0.4 และตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นเพื่อหาค่าความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่ามากกว่า 0.6 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ผลตรวจสอบเป็นไปตามเกณฑ์

### 3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

3.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ปัญหา สร้างแบบสัมภาษณ์ตามทฤษฎีและกรอบแนวคิดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงตามเนื้อหา และปรับปรุงตามคำแนะนำ



3.2.2 จากข้อ 1 ทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจทั้ง 4 ประเภทๆ ละ 3 คน ที่ไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลหลักรวม 12 คน เมื่อเรียบร้อยแล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลจริง มีการบันทึกเสียงและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล

3.2.3 วิเคราะห์แนวโน้มใช้สองหลักเกณฑ์ร่วมกันคือ การอิมตัวของข้อมูล และความพอเพียงของข้อมูล ด้วยวิธี 1) การลดทอนข้อมูลด้วยการจัดระเบียบข้อมูล 2) การนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา 3) การสร้างข้อสรุป ยืนยันผลสรุป หรือข้อค้นพบจากการศึกษา

#### 4. สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ค่าสถิติพื้นฐานและข้อตกลงเบื้องต้นได้แก่ ค่าเฉลี่ย S.D. สถิติ Durbin-watson ค่าสัมประสิทธิ์คอนบราคแอลฟา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อศึกษาผลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ใช้วิธีแบบ Stepwise คัดเลือกตัวแปรพยากรณ์ ซึ่งเป็นวิธีพิจารณาการเกิด Multicollinearity รวมทั้งค่า VIF น้อยกว่า 10 (กัลยา วานิชย์บัญชา และ จิตา วานิชย์บัญชา, 2564) และได้โมเดลประหยัดที่สุด

### 4. สรุปผลการวิจัย

จุดประสงค์ข้อ 1 และ 2 ด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยแยกพิจารณาผลการวิจัยแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

#### 1. ความสามารถของผู้ประกอบการ (EA) ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ EA มี 4 มิติ คือ การยอมรับความเสี่ยง (Risk) การมุ่งการแข่งขันเชิงรุก (Proac) ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน (Aggre) และความเป็นอิสระ (Freed) มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก CA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นำตัวแปรดังกล่าวไปวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ และการมุ่งการแข่งขันเชิงรุก เรียงลำดับจากมากไปน้อยที่มีผลต่อ (สามารถพยากรณ์) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ร้อยละ 28.6 ( $R^2=0.286$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์  $CA=2.411+0.443\text{Aggre}+0.098\text{Freed}-0.068\text{Proac} \dots\dots\dots (1)$

#### 2. ความสามารถในการเรียนรู้ (LA) มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ LA มี 3 มิติคือการมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ (Learn) การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ (Innov) ความสามารถในการเรียนรู้ปรับตัว (Adapt)] มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกกับ CA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากผลการวิเคราะห์



การถดถอย พบว่า การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ และความสามารถในการเรียนรู้ปรับตัว เรียงลำดับจากมากไปน้อย ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ร้อยละ 36.4 ( $R^2=0.364$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์ดังนี้  $CA=1.809+0.770 \text{ Innov} - 0.140 \text{ Adapt} \dots\dots\dots (2)$

### 3. ความสามารถทางการตลาด (MA) ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นความสามารถทางการตลาดและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

| ข้อมูล                               | CA    | Custo | Compe | Inter | VIF   |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Mean                                 | 4.39  | 4.10  | 4.08  | 4.11  |       |
| S.D.                                 | 0.52  | 0.34  | 0.45  | 0.47  |       |
| CA                                   | 1.00  |       |       |       |       |
| Custo                                | 0.360 | 1.00  |       |       | 2.279 |
| Compe                                | 0.614 | 0.739 | 1.00  |       | 5.565 |
| Inter                                | 0.612 | 0.564 | 0.849 | 1.00  | 3.700 |
| Durbin-watson (Custo, Compe) = 1.399 |       |       |       |       |       |

ตัวเอียง: ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

แถบทึบ: ข้อมูลเกิด Multicollinearity

จากตารางที่ 1 พบว่า ความสามารถด้านลูกค้า ความสามารถด้านคู่แข่ง และความสามารถในการประสานงานภายใน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่ความสามารถด้านคู่แข่งกับความสามารถในการประสานงานภายในมีความสัมพันธ์เกิน 0.8 จึงเกิด Multicollinearity ถือได้ว่าเกิดมีความสัมพันธ์กันสูงมากเสมือนใช้แทนกันได้ ดังนั้น ผู้วิจัยเลือกความสามารถด้านคู่แข่งไว้เนื่องจากมีค่าความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงกว่า (เนื่องจาก Compe มีค่า Partial Correlation สูงกว่า Inter และมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ดีกว่า) จึงตัดความสามารถในการประสานงานภายในออกจากการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นนำตัวแปรดังกล่าวไปวิเคราะห์เพื่อดูภาพรวมของการวิเคราะห์การถดถอย ดังตารางที่ 2



**ตารางที่ 2** Coefficients ความสามารถทางการตลาดกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

| Model                                                                 | Unstandardized Coefficients |            | t      | Sig.  | Partial Correlations |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------|--------|-------|----------------------|
|                                                                       | B                           | Std. Error |        |       |                      |
| Constant                                                              | 2.105                       | 0.127      | 16.554 | 0.000 |                      |
| Compe                                                                 | 0.871                       | 0.035      | 25.068 | 0.000 | 0.554                |
| Custo                                                                 | -0.311                      | 0.046      | -6.777 | 0.000 | -0.177               |
| $R^2 = 0.396$ , Std. Error of the Estimate=0.401, Sig. F Change=0.000 |                             |            |        |       |                      |

จากตารางที่ 2 ความสามารถทางการตลาด เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ความสามารถด้านคู่แข่งและความสามารถด้านลูกค้า ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ร้อยละ 39.6 ( $R^2=0.396$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์ดังนี้  $CA=2.105+0.871\text{Compe}-0.311\text{Custo}$  ..... (3)

#### 4. ความสามารถของผู้ประกอบการ(EA) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (LO)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ EA มี 3 มิติคือ การยอมรับความเสี่ยง ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน และความเป็นอิสระ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ LA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากผลวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ความเป็นอิสระและการยอมรับความเสี่ยงตามลำดับที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ร้อยละ 28.6 ( $R^2=0.052$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์ดังนี้  $LO=3.127+0.158\text{Freed}+0.064\text{Risk}$  ..... (4)

#### 5. ความสามารถในการเรียนรู้ (LA) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (LO)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ LA มี 3 มิติ คือการมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ปรับตัว มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ LA กับ LO ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อนำตัวแปรดังกล่าวไปการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ร้อยละ 58.1 ( $R^2=0.581$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์ดังนี้  $LO=0.640+0.767\text{Innov}+0.076\text{Learn}$  ..... (5)



## 6. ความสามารถทางการตลาด (MA) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (LO)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ MA มี 3 มิติ ความสามารถด้านลูกค้า ความสามารถด้านคู่แข่ง ความสามารถในการประสานงานภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับ LO ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่ความสามารถด้านคู่แข่งกับความสามารถในการประสานงานภายใน เกิด Multicollinearity ถือได้ว่าเกิดมีความสัมพันธ์กันสูงมากเหมือนใช้แทนกันได้ ดังนั้น ผู้วิจัยใช้หลักการเดียวกับหัวข้อ 4.3 จึงเลือกความสามารถในการประสานงานภายในไว้ ผลวิเคราะห์การถดถอย พบว่าเรียงจากมากไปน้อย ความสามารถในการประสานงานภายใน และความสามารถด้านลูกค้า ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้าน โลจิสติกส์ ร้อยละ 66.7 ( $R^2=0.667$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่ เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์  $LO=0.502+0.759\text{Inter}+0.1100\text{Custo}$  ..... (6)

## 7. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (LO)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ CA มี 3 มิติคือการสร้างความแตกต่าง (Adcom) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Leadc) และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Respf) ความสัมพันธ์กันเชิงบวกกับ LO ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลวิเคราะห์การถดถอย พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ร้อยละ 60.7 ( $R^2=0.607$ ,  $\text{sig}<0.05$ ) โดยที่ เหลือเกิดจากปัจจัยอื่นๆ ได้สมการพยากรณ์ ดังนี้  $LO=0.618+0.820\text{Respf}+0.028\text{Adcom}-0.046\text{Leadc}$  ..... (7)

## 8. ผลการวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการมีระบบการขนส่งสาธารณะรถไฟฟ้าความเร็วสูงในเมืองสถานีหลัก

ประเด็นที่ 1 พบว่าผู้ประกอบการมีความสามารถของผู้ประกอบการ ในมิติการยอมรับความเสี่ยงโดยผู้ประกอบการมีความกล้าในการลงทุน และกล้าเผชิญปัญหาในระดับสูง มิติที่สอง มีการแข่งขันเชิงรุกโดยใช้การบริหารจัดการธุรกิจด้วยการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ มิติที่สาม มีความแข็งแกร่งในการแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อความโดดเด่น โดนใจลูกค้าเป็นที่น่าสนใจ และมิติที่สี่ มีความเป็นอิสระโดยให้พนักงานในองค์กรช่วยกัน สร้างสรรค์ส่งเสริมสนับสนุนอย่างอิสระพัฒนาองค์กรให้ได้มากที่สุด

ประเด็นที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการมีความสามารถในการเรียนรู้ มิติแรกมีการมุ่งเน้น นวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยการส่งเสริมอบรมเพิ่มเติมให้กับพนักงานอยู่ตลอดเวลาให้รู้เท่าทันโลก



เทคโนโลยีเพื่อมาปรับใช้ในธุรกิจและมิติที่สอง มีความสามารถในการเรียนรู้ปรับตัว ธุรกิจมีการอบรมสม่ำเสมอเพื่อการพัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ประเด็นที่ 3 พบว่าผู้ประกอบการมีความสามารถทางการตลาด มิติแรกมีความสามารถด้านลูกค้า โดยการให้ความสำคัญและใส่ใจกับลูกค้า มิติที่สองมีความสามารถด้านคู่แข่ง โดยมีการวิเคราะห์ประเมินศักยภาพทั้งของตนเองและคู่แข่ง และมิติที่สาม มีความสามารถในการประสานงานภายใน โดยมีการจัดประชุมทุกสัปดาห์เพื่อศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น

ประเด็นที่ 4 ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน มิติแรกมีการสร้างความแตกต่างโดยส่งเสริมการตลาดด้วยการให้ลูกค้าจดจำสร้างภาพลักษณ์เป็นที่รู้จักและยอมรับ มิติที่สองมีการลดต้นทุน โดยผู้บริหารนำประสบการณ์มาปรับใช้ มิติที่สาม มีการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยสร้างความพึงพอใจ ปรับปรุงการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 5 ผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ คือมิติแรกมีการบริการที่ถูกต้องและตรงตามความต้องการของลูกค้า มีการวางแผนการทำงานที่เป็นขั้นตอน มิติที่สองมีการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า

## 5. อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า มี 3 มิติ คือ ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ และการมุ่งการแข่งขันเชิงรุก (เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย) ที่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเชิงบวก (ทิศทางเดียวกัน) แสดงให้เห็นว่าธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความแข็งแกร่งในการแข่งขันมากจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันสูง สอดคล้องกับ วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ที่พบว่า

ความเป็นตัวของตัวเองหรือความมีอิสระในการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบในการแข่งขันในผู้ประกอบการธุรกิจบริการ เพ็ญสุข เกตุมณี, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, สิริลักษณ์ ทองพูน และ กอแก้ว จันทร์กิงทอง (2561) เสนอแนะว่า แนวทางในการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจคือการยืนหยัดด้วยตนเองหรือการมาพึ่งพาผู้อื่น ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ส่วนการแข่งขันเชิงรุกธุรกิจต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น รวมทั้งขยายฐานลูกค้าให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจใหม่ๆ ที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง



**2. จากการวิเคราะห์การถดถอย** พบว่า มี 2 มิติ คือ การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้และความสามารถในการเรียนในการปรับตัว ที่มีผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในเชิงบวก สอดคล้องกับ เกวลี แก่นจันดา (2565) ที่พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ การนำผลิตภัณฑ์เดิมปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น การลดขั้นตอนการผลิต การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับ นิติยา สุภาภรณ์ (2564) ที่พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลที่ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการความรู้ให้เกิดมูลค่าได้แก่ ความสามารถด้านนวัตกรรม และความสามารถในการค้นหาดูดซับความรู้เรียนรู้เพื่อที่จะปรับตัว จึงจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ และยังสอดคล้องกับ เสาวณี จันทะพงษ์ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2564) ที่ได้นำเสนอบทความเรื่อง “ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารช่วงโควิด-19: วิเคราะห์จากหลักคิด Outside-In เกิดเป็นปรากฏการณ์ “หงส์ดำ” ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหันและคาดเดาไม่ได้ ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวทำให้บางธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์การลดต้นทุน โดยการลดจำนวนพนักงาน หรือลดจำนวนชั่วโมงทำงานลง จึงจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

**3. จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์** พบว่า ความสามารถในการประสานงานภายในกับความสามารถด้านคู่แข่งเกิด Multicollinearity จึงตัดตัวแปรออกแล้วใช้เพียงความสามารถด้านคู่แข่งเสมือนใช้แทน วิเคราะห์การถดถอยแล้วค่า  $R^2$  ไม่ต่างจากเดิมนัก พบว่า ความสามารถด้านคู่แข่ง และความสามารถด้านลูกค้า เรียงตามลำดับที่ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคอีสานที่มีความสามารถทั้ง 2 ด้านดังกล่าวสูงจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้มาก สอดคล้องกับ วรดิศ ธนภัทร และ วิจิต อุ๋อัน (2562) ที่อธิบายว่า การมุ่งเน้นคู่แข่ง โดยการติดตามความเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของคู่แข่ง ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งหากวิเคราะห์ตามสถานการณ์ปัจจุบันทำให้ธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนเวลาและรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับประกาศของหน่วยงานภาครัฐอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องติดตามคู่แข่งอยู่เสมอ สอดคล้องกับ ฤชงค์ สิริพิพัฒน์กุล (2564) ที่นำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดในช่วงวิกฤติโควิด-19 การกำหนดราคาเพื่อกระแสเงินสด เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจให้เร็วขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นกับกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร



อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงต้องใช้ความสามารถด้านลูกค้าและความสามารถในการแข่งขันจึงจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงขึ้นได้

**4. จากการวิเคราะห์การถดถอยพบว่า มี 2 มิติ คือ** การยอมรับความเสี่ยง และความเป็นอิสระ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับ สิริศักดิ์ พลสิมมา และ เกศรา สุกเพชร (2563) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ของความกล้าเผชิญความเสี่ยงส่งผลในทางบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน และด้านการเงินด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีความแข็งแกร่งหรือมีความกล้าได้กล้าเสียในการแข่งขัน จะมีผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับ ศตพร วัฒนวัตถุ และ แหลมทอง เหล่าคงถาวร (2564) ที่พบว่า โครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความก้าวร้าวในการแข่งขันคือ ด้านการแข่งขัน ด้านการจัดการกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ และด้านการจัดการวัตถุดิบและการใช้เครื่องจักร ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการดำเนินธุรกิจได้นอกจากต้องใช้ความสามารถในการแข่งขันแล้วยังต้องมีการจัดการเชิงกลยุทธ์ และการจัดการเกี่ยวกับวัตถุดิบและทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพ จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ให้สูงขึ้นได้

**5. จากการวิเคราะห์การถดถอย พบว่า มี 2 มิติ คือ** การมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นการดูดซับความรู้ ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เชิงบวก แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคอีสานที่มีการมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้สูง ก็จะเกิดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์สูง สอดคล้องกับ สิริศักดิ์ พลสิมมา และ เกศรา สุกเพชร (2563) ที่พบว่า องค์กรที่มีความสามารถในการเรียนรู้และสามารถสร้างนวัตกรรมที่เป็นของตนเองได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงินและภาพรวม จะเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ได้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสร้างผลกำไรหรือการลดต้นทุน การลดเวลาการให้บริการหรือการทำงานลง และสร้างความน่าเชื่อถือในการบริการให้สูงขึ้นได้ และสอดคล้องกับ วลัยจรรยา วิระกุล (2564) ที่พบว่า การดูดซับความรู้และเทคโนโลยีส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันเนื่องจากเกษตรกรที่มีการจัดการเรียนรู้ดี ทำงานได้เป็นอย่างดี สามารถนำความรู้ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่กลับมาใช้ใหม่ ใช้งานได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับ พิมภาญดา จันดาหัตถ, พลอยพรรณ สอนสุวิทย์ และ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2563) ได้กล่าวว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้มีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการยังมีความสัมพันธ์ทางอ้อมเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันผ่าน



ความสามารถในการดูดซับความรู้ อันเป็นกลไกสำคัญต่อการยกระดับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง

**6. ผู้ประกอบการที่มีความสามารถด้านการประสานงานภายในองค์กรได้ดี และความสามารถด้านลูกค้าจะเพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ได้** สอดคล้องกับ วรดิศ ธนภัทร และ วิจิต อุ๋อัน (2562) พบว่าการมุ่งเน้นการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางการเงิน โดยการมุ่งเน้นการประสานงานภายในระดับค่อนข้างสูง สอดคล้องกับ นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และ สุวรรณ หวังเจริญเดช (2563) พบว่า ความสามารถในการเรียนรู้ คู่แข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรทำให้สรุปได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่งขันได้ดี และสามารถประสานงานภายในองค์กรมีการสื่อสารที่เกิดประสิทธิภาพย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ทั้งการลดต้นทุน การเพิ่มรายได้ เพิ่มความรวดเร็วในการให้บริการ และสร้างความน่าเชื่อถือในงานบริการได้เป็นอย่างดี ส่วนความสามารถด้านลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีการมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากจะส่งผลให้ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์สูงขึ้น สอดคล้องกับ สุภาวดี ธงภักดี และ สันติธร ภูริภักดี (2564) ที่พบว่า ความต้องการในการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้ยากที่ธุรกิจร้านอาหารจะปรับตัวในการตั้งรับ แนวทางในการตอบสนองลูกค้ามีหลายระดับ ได้แก่ การให้บริการหน้าร้าน ก็ต้องสร้างมาตรการที่ให้ลูกค้าเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเข้าใช้บริการ

**7. จากการวิเคราะห์การถดถอย** พบว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่างและการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ตามลำดับ มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เชิงบวก แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านกลยุทธ์การสร้างควมหลากหลายหรือความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือการบริการ และกลยุทธ์การตอบสนองลูกค้าอย่างรวดเร็วได้ดี จะส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) ที่พบว่า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และการตอบสนองรวดเร็วส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน หรือกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่พัฒนากระบวนการให้บริการ หรือเพิ่มช่องทางการให้บริการที่หลากหลายสามารถเพิ่มรายได้หรือยอดขายได้เพิ่มขึ้น และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ สอดคล้องกับ ไตรรงค์ สวัสดิกุล และ นภาพรณ พลนิกรกิจ (2562) ได้นำเสนอการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ไว้เป็นแนวทางในการเพิ่มผลการดำเนินงานของกิจการ โดยต้อง



บริหารต้นทุนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า การบริหารต้นทุนเป้าหมาย และการบัญชีแบบสิ้น จึงจะสามารถเพิ่มผลการดำเนินงานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวกร อโนริย์ (2564) ได้อธิบายว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และเชื่อมั่นว่าประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการเป็นผู้นำด้านต้นทุน กับประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

**8. การวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการมีระบบการขนส่งสาธารณะรถไฟความเร็วสูงในเมืองหลัก** โดยพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและกรณีตัวอย่างที่มีผลต่อเปรียบเทียบการแข่งขันและประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์เกินร้อยละ 50 ขึ้นไป ดังนี้

8.1 ความสามารถในการเรียนรู้ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ พบว่าด้านการดูดซับความรู้ มีการมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการเรียนรู้เพราะต้องศึกษานำมาปรับปรุงพัฒนาทั้งสินค้าและการให้บริการมีการติดตามสถานการณ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อวางแผนในการประกอบกิจการ และด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้มีการพัฒนาสินค้าและสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับ เบญจพนธ์ มีเงิน (2563) อธิบายว่า การพัฒนานวัตกรรมการให้บริการโลจิสติกส์ไทยจะต้องเชื่อมโยงและประสานกิจกรรมกันในทุกองค์ประกอบ โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะในการบริหารจัดการ รวมถึงสร้างโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ

8.2 ความสามารถในการทางการตลาด ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ พบว่าความสามารถด้านลูกค้า ธุรกิจมีการจัดโปรโมชั่นที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ ใส่ใจในเรื่องด้านสุขอนามัย ส่วนความสามารถในการประสานงานภายใน โดยมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็ว เพื่อรับทราบปัญหาปรับปรุงการให้บริการ ร่วมกันวางแผนพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ อรจิรา ธนรัช (2564) อธิบายว่า การจัดทำแผนแม่บทจะทำให้กระบวนการโลจิสติกส์เป็นระบบ รวมถึงการนำกลยุทธ์ด้านการตอบสนองลูกค้ามาปรับใช้ โดยเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในสุขอนามัย เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจในความปลอดภัย ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อมั่นในแบรนด์จนสามารถเติบโตและสร้างกำไรได้ในที่สุด

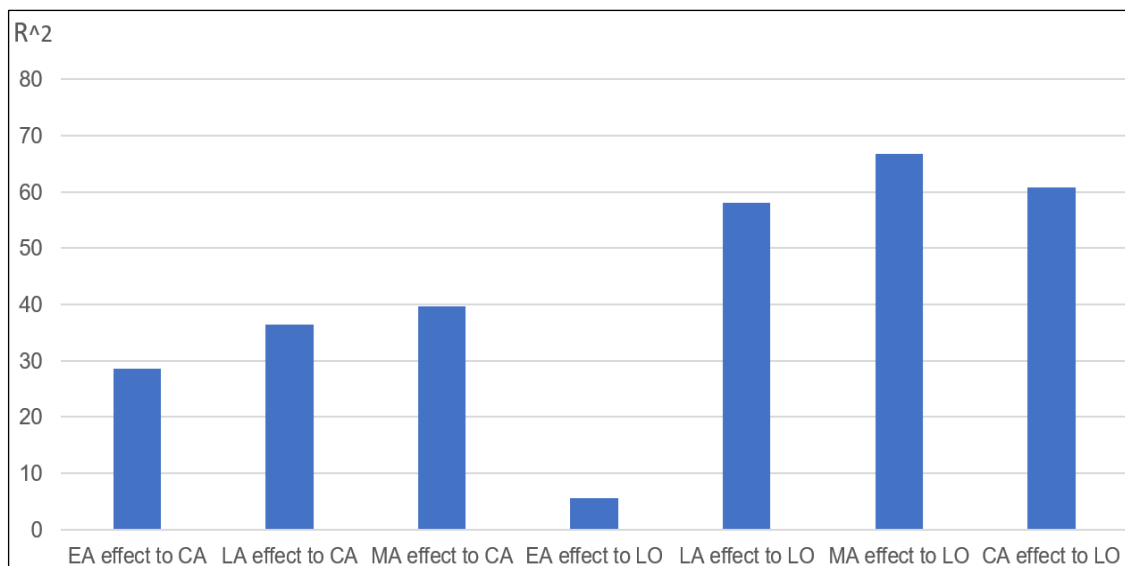
8.3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ พบว่าการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจทั้ง 4 ประเภท มีเพจแสดงรายละเอียดของสินค้าหรือ



บริการที่ชัดเจนให้ลูกค้าได้เลือกสรรได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สนองความต้องการของลูกค้าได้ทันทั่วทั้งที่ ด้านการสร้างความแตกต่าง โดยการมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่รู้จักและยอมรับจากลูกค้า เช่น ธุรกิจด้านอาหารจะมีสูตรลับต้นตำรับเฉพาะร้าน และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยใช้ประสบการณ์ในการทำธุรกิจหรือการจัดจ้างคนภายนอก ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าที่สุดที่สุด ซึ่งสามารถลดต้นทุนให้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ วณิชญดา วาจิรัมย์, ณัฐฐวัฒน์ ภควันฉัตร และ กฤติยา อิศวเรศตระกูล (2565) อธิบายว่า การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ จะต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านต้นทุน ควรมีการวางแผนเพื่อลดต้นทุนในการดำเนินงาน และสอดคล้องกับ สถาพร โอภาสานนท์ (2562) อธิบายว่า การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤติโรคระบาดจะต้องปรับกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นความรวดเร็วในการตอบสนองให้กับลูกค้าเพื่อสร้างโอกาสในการทำกำไรให้มากยิ่งขึ้น

## 6. องค์ความรู้จากการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการมีระบบการขนส่ง สาธารณะรถไฟฟ้าความเร็วสูงในเมืองสถานีหลักมีการศึกษาตัวแปร 3 ตัวที่จะส่งผลให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ คือ ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการเรียนรู้ และด้านความสามารถทางการตลาด โดยผู้วิจัยได้พิจารณาจากค่าร้อยละของการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรที่น่าสนใจ 2 ประเด็น ประกอบด้วยความสามารถในการเรียนรู้ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ที่มีค่าอิทธิพลน้อยที่สุด และด้านความสามารถในทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ที่มีค่าอิทธิพลมากที่สุดดังภาพ



ภาพที่ 1. แสดงค่าอิทธิพล (ค่าร้อยละ) ของตัวแปรที่ศึกษาที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

โดยความสามารถในการเรียนรู้ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ในด้าน 1) ด้านการดูดซับ 2) ด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ อธิบายผลอิทธิพลของตัวแปรได้น้อยที่สุด (ร้อยละ 5.6) สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจจะต้องพัฒนาด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ไม่ว่าจะเป็นด้านการดูดซับความรู้หรือด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนรู้ทางธุรกิจจะต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญให้มากยิ่งขึ้น อันเนื่องด้วยความรู้เป็นส่วนที่มีความสำคัญที่จะสนับสนุนให้บุคลากรเกิดความรู้ความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมด้านการบริการหรือสินค้าให้กับธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ได้ ส่วนด้านความสามารถในทางการตลาด ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ประกอบด้วย 1) ความสามารถด้านลูกค้า 2) ความสามารถในการประสานงานภายใน อธิบายผลอิทธิพลของตัวแปรมากที่สุด (ร้อยละ 66.70) สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจในปัจจุบันมีแนวโน้มในด้านความสามารถด้านลูกค้าที่ดี มุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจรู้สึกคุ้มค่ากับการรับบริการ รวมถึงธุรกิจมีการส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรธุรกิจที่มีความหลากหลายช่องทาง เพื่อให้การประสานงานเกิดความรวดเร็วและทั่วถึงกัน ซึ่งจะส่งเสริมให้การบริหารงานประหยัดต้นทุนและเวลาเกิดความน่าเชื่อถือส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ให้สูงขึ้น



## 7. ข้อเสนอแนะ

1. ในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาผลกระทบของความสามารถในการเรียนรู้ ความสามารถด้านการตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ พบว่า ค่าสถิติ Durbin-Watson ไม่อยู่ในช่วงตามเกณฑ์ที่กำหนด อาจส่งผลต่อการวิเคราะห์ครั้งนี้คือจะมีผลต่อค่าสัมประสิทธิ์ของสมการพยากรณ์ไม่สะท้อนค่าที่แท้จริง ดังนั้นในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาการวิเคราะห์การถดถอยแบบสองชั้นเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริง

2. ในการวิจัยครั้งนี้การวิเคราะห์แนวโน้มการแข่งขัน โดยการสัมภาษณ์และนำข้อมูลมาหาทิศทางของแนวโน้มที่เกิดขึ้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาโอกาสการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจและสามารถพยากรณ์ได้ ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถิติการท่องเที่ยวปี 2563. สืบค้นจาก [https://most.go.th/more\\_newsnew.php?cid=592](https://most.go.th/more_newsnew.php?cid=592).
- กัลยา วานิชย์บัญชา, และ ฐิตา วานิชย์บัญชา. (2564). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 34). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์การได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวความคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- เกวลี แก่นจันดา. (2565). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารปัญญาวิวัฒน์, 14(1), 71-85.
- ไตรรงค์ สวัสดิกุล, และ นภาพรณ พลนิกรกิจ. (2562). ผลกระทบของเทคนิคการบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานของกิจการ. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 13(19), 43-58.



- นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์, และ สุวรรณ หวังเจริญเดช. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเข้าเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(1), 88-99.
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 14(2), 43-52.
- เบญจพันธ์ มีเงิน. (2563). การพัฒนานวัตกรรมธุรกิจเพื่อความยั่งยืน: รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการให้บริการโลจิสติกส์ไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(7), 92-111.
- พิมภาญดา จันดาห้วง, พลอยพรรณ สอนสุวิทย์, และ สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2563). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมการผลิตในจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 13(1), 1-20.
- เพ็ญสุข เกตุมณี, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, สิริลักษณ์ ทองพูน, และ กอแก้ว จันท์กิ่งทอง. (2561). ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุค Thailand 4.0. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 37(4), 245-256.
- ภูซงค์ สติรพิพัฒน์กุล. (2564). กลยุทธ์การปรับตัวต่อผลกระทบจากโควิด-19 ของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ.2563. *สารศาสตร์*, 4(2), 451-464.
- วณิชญดา วาจิรัมย์, ณัฐวิวัฒน์ ภาควินฉัตร, และ กฤติยา อิศวเรศตระกูล. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้าบนถนนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 145-154.
- วรดิศ ธนภัทร, และ วิชิต อุ๋อัน. (2562). การสร้างแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 8(2), 465-475.



- วสุธิดา นักเกษม, และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่มีส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ*, 11(1), 2148-2167.
- วัลย์จรรยา วีระกุล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรแปลงใหญ่ ข้าวจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 197-211.
- ศตพร วัฒนาวัตถุ, และ แหลมทอง เหล่าคงถาวร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความก้าวร้าวในการแข่งขันของผู้รับเหมาขนาดเล็กและขนาดกลางที่ก่อสร้างบ้านพักอาศัยในกรุงเทพมหานคร. *วิศวกรรมลาดกระบัง*, 38(1), 34-43.
- ศิวกร อโนริย์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สถาพร โอภาสานนท์. (2563). การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤตโรคระบาด. สืบค้นจาก <https://www.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2020/04/การจัดการโลจิสติกส์ในช่วงวิกฤตโรคระบาด.pdf>
- สิริศักดิ์ พลสิมมา, และ เกศรา สุขเพชร. (2563) ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการต่อผลของการดำเนินกิจการของธุรกิจการให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(3), 146-161.
- สุภาวดี ธงภักดี, และ สันติธร ภูริภักดี. (2564). แนวทางการปรับเปลี่ยนและพัฒนาการบริการของร้านอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม “ร้านอาหารยามเย็น กรุงเทพมหานคร” ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(2), 761-772.
- เสาวณี จันทะพงษ์, และ เจริญชัย เอกมาไพศาล. (2564). ผลกระทบและการปรับตัว (Resilience) ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารช่วงโควิด-19: วิเคราะห์จากหลักคิด Outside-In. สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_26Oct2021.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_26Oct2021.aspx).



- หงษ์ฟ้า ทรัพย์บุญเรือง, และ จินตวัฒน์ ศิริรัตน์. (2563). โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงไทย - จีน: โอกาส ของการพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารไทยคดีศึกษา*, 17(2), 50-80.
- อรจิรา ธนรัช. (2564). *กรณีศึกษาบริษัทโลจิสติกส์ในไทยกับการปรับตัวในวิกฤตโควิด* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607–610.
- Marshall, B., Cardon, P., Poddar, A., & Fontenot, R. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in is research. *Journal of Computer Information Systems*, 54, 11-12.