

ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

COMPETITIVENESS AND COMPETITIVE ADVANTAGES OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE ENTREPRENEURS (SMES) IN NONTHABURI PROVINCE

นิตยา สุภาภรณ์^{1*}
NITTAYA SUPAPORN^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย จำนวน 410 คน การวิจัยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check list) และแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเอฟ และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้านคือ ด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์และด้านความเป็นตัวของตัวเอง 2) ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ตามลำดับ 3) ผลการเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการที่ระยะเวลาเปิดดำเนินการแตกต่างกันมีความสามารถทางการแข่งขันแตกต่างกัน 4) ความสัมพันธ์ความสามารถของผู้ประกอบการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง จากความสัมพันธ์พบว่าความสามารถทางการแข่งขันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคล ที่ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการความรู้ให้เกิดมูลค่าต่อไป

คำสำคัญ : ความสามารถผู้ประกอบการ ; ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ ; ขนาดกลางขนาดย่อม

¹ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, Lecturer, Faculty of Business Administration Rajapruk University

* Corresponding Author, Email: nisupa@rpu.ac.th

ABSTRACT

The research objectives are (1) to study the competitiveness of small and medium enterprise entrepreneurs (SMEs) in Nonthaburi Province; (2) to study the competitive advantages of small and medium enterprise entrepreneurs in Nonthaburi Province; and (3) to compare the competitive advantages of small and medium enterprise entrepreneurs in Nonthaburi Province classified by the nature of the establishment; (3) to study the relationship between competence and competitive advantages of small and medium-sized enterprises in Nonthaburi Province; and (4) to study the relationship between abilities and competitive advantage of small and medium enterprise entrepreneurs in Nonthaburi Province. The research consists of 410 samplings. The research uses questionnaire, which includes check list and rating scale. The statistics used to analyze the data were descriptive statistic such as percentage, mean, standard deviation, Pearson's Correlation Coefficient, and multiple regression analysis

The results of this research show that (1) the ability of entrepreneurs who owned small and medium enterprises were at the highest level in two areas - the ability to control the situation and the ability to control the situation; (2) the competitive advantage of SMEs is at a high level. In cost leadership, the field of making a difference, quick response side, and targeting specific markets consecutively; (3) the results of comparing the characteristics of business startup with different operating periods have different competitiveness; (4) relationship of Entrepreneurs' competitiveness and competitive advantage of SMEs correlated in the same direction at a moderate level. We also found that competitiveness for entrepreneurship relies on the entrepreneur individual knowledge that they have to find ways to manage knowledge in order to create value.

Keywords: Entrepreneurship ; Competitive advantage of the entrepreneur ; Small and medium enterprise

บทนำ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งการผลิตสินค้า การซื้อขายแลกเปลี่ยน และการให้บริการ ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลจึงได้รวมตัวกันเพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆในเชิงธุรกิจเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้มากที่สุด การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจ SMEs (Small and Medium Entrepreneurs) ซึ่งมีลักษณะเด่นเฉพาะตัวที่สำคัญ คือ มีความชำนาญเฉพาะด้าน มีความยืดหยุ่น และคล่องตัวในการบริหารจัดการดำเนินการด้วยเงินทุนที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งสามารถเริ่มต้นได้ด้วยตนเอง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีคุณภาพสวยงามและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ธุรกิจ SMEs สามารถสร้างระบบเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตสร้างศักยภาพทาง

เศรษฐกิจ ให้กับประเทศและเป็นแรงผลักดันระบบเศรษฐกิจให้เคลื่อนตัวไปข้างหน้าตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ เพิ่มความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ประเทศต่าง ๆ ต้องเพิ่มระดับความร่วมมือกันเพื่อผลประโยชน์ด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ทางด้านการค้า รวมถึงการสร้างโอกาสและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้จากการลงนามความร่วมมือด้วยการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในอาเซียน ให้เปิดเสรีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิก ทั้งด้านการค้าสินค้า การบริหาร การลงทุน และแรงงาน อีกทั้งเพื่อลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางสังคมให้น้อยลง โดยคาดว่าแนวทางดังกล่าวจะเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (สุชาติ ตังทางธรรมและคณะ, 2015)

ในขณะที่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดการสร้างโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากเป็นกลไกสนับสนุนการขับเคลื่อนกิจกรรมและการเติบโตทางธุรกิจ รวมถึงการจ้างงานและการส่งออก เป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเป็นวิสาหกิจที่มีความคล่องตัวในการปรับสภาพทำให้เกิดการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศไทยอย่างยั่งยืน (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558)

ในสภาพการแข่งขันปัจจุบัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพที่จะสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เนื่องจากมีความคล่องตัวสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงบุคลากรมีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านทักษะงานฝีมือรวมถึงงานบริการ อีกทั้งมีองค์ความรู้ ภูมิปัญญาศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค โดยการนำความรู้ ความชำนาญจากการรับจ้างผลิตมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมทั้งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องตระหนักถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อวิเคราะห์ถึงตลาดเชิงลึกการตระหนักถึงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขึ้นพื้นฐานสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการได้

ในปี 2560 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดำเนินการกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อผลักดัน ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้ดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคง เน้นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบและปรับตัวไม่ทันต่อสถานการณ์เศรษฐกิจแต่ยังมีศักยภาพในการดำเนินงานธุรกิจได้รับทราบปัญหาและจัดทำแผนพัฒนากิจการ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ปรับปรุงพัฒนากิจการให้มีประสิทธิภาพและมีความสามารถเพิ่มขึ้น (รายงานสถานการณ์ SME, 2560)

จากสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจส่งผลในทุก ๆ ปี มีผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากได้เริ่มกิจการใหม่ บางคนประสบผลสำเร็จ แต่บางคนล้มเหลว ผู้ประกอบการเป็น

บุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการแสวงหาโอกาสและประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินงานทางธุรกิจโดยมีความตั้งใจมุ่งมั่นที่จะทำการก่อตั้งธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง มีบทบาทเป็นผู้กระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโดยเป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการค้นหา มีการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อเป้าหมายการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมใหม่สู่ตลาดตลอดเวลา

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จที่สามารถพัฒนาธุรกิจตนเองให้มีความเจริญก้าวหน้า ทางการจัดการด้านการตลาด การพัฒนาบริหารจัดการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยงที่จะลงทุน การจัดการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรม และความคล่องตัวการบริหารจัดการองค์กร จากธุรกิจขนาดย่อมสู่ขนาดกลางการเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งยกระดับกิจการของตนเองและเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สามารถยกระดับกิจการของตนเองและเป็นการช่วยกันฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของประเทศได้เร็วขึ้นและเป็นประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศชาติต่อไป

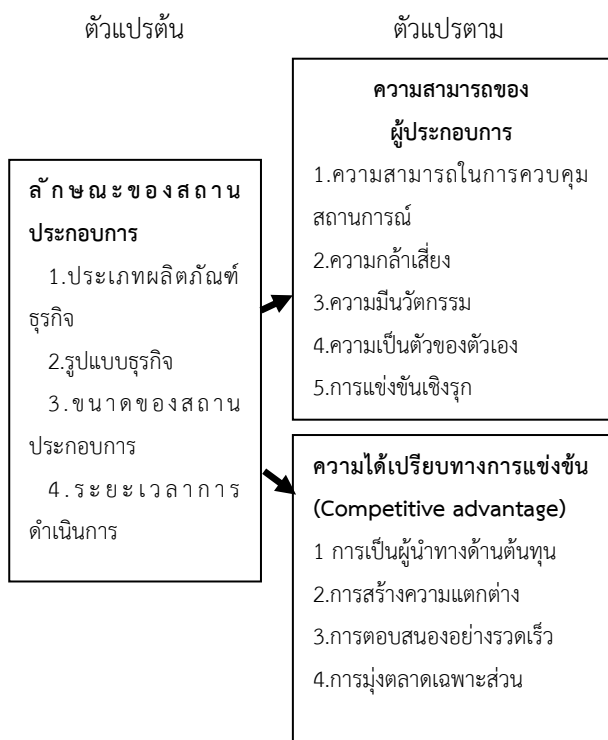
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรีจำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความสามารถ

และความสำเร็จเปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เปิดธุรกิจดำเนินการในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 40,020 ราย (ข้อมูลกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโรยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 396 คน ผู้วิจัยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ 410 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการสำรวจความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการแบบตัวเลือก (Checklist) ประกอบด้วย ข้อมูลสถานประกอบการ ประเภทผลิตภัณฑ์ธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ขนาดของสถานประกอบการ และระยะเวลาการดำเนินการ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการ จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยนำตัวแปรความสามารถของผู้ประกอบการมาศึกษา 5 ตัวแปร ได้แก่ การควบคุมสถานการณ์ ความกล้าเสี่ยง ความมีนวัตกรรม ความเป็นตัวของตัวเอง และการแข่งขันเชิงรุก เป็นลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับเพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ยของความเหมาะสม การประมาณค่าเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ประมาณค่าตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 103)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันจากการศึกษาทฤษฎีแนวคิดของ Porter (2005) และแนวคิดของ Miller and Dess (1996) ได้นำตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขันมาศึกษา 4 ตัวแปรได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เป็นลักษณะข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัยดังนี้ ขั้นที่ 1 ศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดทางการวิจัยเพื่อนำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อจัดเก็บข้อมูล ขั้นที่ 2 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นที่ 3 นำเครื่องมือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอที่ปรึกษาทางวิจัยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาเพื่อปรับปรุงแก้ไข และขั้นที่ 4 นำเครื่องมือปรับปรุงแก้ไขเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบเครื่องมือเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ตรงตามเนื้อหาและความ

เหมาะสมของคำถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจของผู้เชี่ยวชาญ มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547) ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยแต่ละข้อได้ค่า IOC เกิน 0.60 ทุกข้อ และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบ (Try out) กับผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในเขตอำเภอบางกรวยในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 คนได้ค่าเชื่อมั่น 0.90

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน เอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดทางการวิจัย นำมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อจัดเก็บข้อมูลผู้วิจัยแจกแบบสอบถามโดยการแจกแบบสอบถามได้กลับมา และมีความสมบูรณ์จำนวน 410 ชุด และนำข้อมูลที่ได้ตามตัวแปรที่ศึกษามาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของ LSD (Fisher Least Significant Difference) ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนนทบุรี ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะของสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจเพื่อการอุปโภคบริโภค จำนวน 240 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาเป็นธุรกิจเพื่อการอุตสาหกรรม จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.90 และเป็นธุรกิจเพื่อการค้าบริการ จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.60 รูปแบบธุรกิจสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ จำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาเป็นธุรกิจการค้า จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ

36.30 และเป็นธุรกิจการผลิต จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.70 มีขนาดสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นขนาดย่อม จำนวน 182 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.60 และเป็นขนาดกลาง จำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.40 สถานประกอบการส่วนใหญ่เปิดดำเนินการธุรกิจ 1 – 5 ปี จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 6 – 10 ปี จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.20 และระยะเวลาดำเนินธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.30

2. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.11) และเมื่อเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากไปน้อย ด้านความกล้าเสี่ยงกับด้านความมีนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 3.98) และด้านการแข่งขันเชิงรุก (มีค่าเฉลี่ย 4.04) สำหรับความคิดเห็นด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์มีความสามารถระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.30) และความคิดเห็นด้านความเป็นตัวของตัวเองมีความสามารถอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.23)

3. ระดับความคิดเห็นความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมมีความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.02) โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (มีค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (มีค่าเฉลี่ย 4.05) ด้านการสร้างความแตกต่าง (ค่าเฉลี่ย 4.00) และด้านความเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage)	X	S.D.	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
1. การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน	3.90	0.65	มาก
2. การสร้างความแตกต่าง	4.00	0.53	มาก
3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.14	0.45	มาก
4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.05	0.51	มาก
รวม	4.02	0.38	มาก

4. การเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจต่างกันให้ความสำคัญความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันภาพรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการ

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	MS	P-Value
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	5.82	2.90	.000*
	ภายในกลุ่ม	53.86	.13	
	รวม	59.67		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อนำผลการเปรียบเทียบหาความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ (LSD) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี มีความเห็นว่ากิจการที่เปิดดำเนินการมาเกิน 10 ปีขึ้นไปมีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงกว่า ธุรกิจที่เปิดดำเนินการระยะเวลา 1 – 5 ปีและธุรกิจที่เปิดดำเนินการระยะเวลา 6 – 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันภาพรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามระยะเวลาดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ	ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ		
	1-5 ปี	6-10 ปี	10 ปีขึ้นไป
1-5 ปี	-	.03	.26*
6-10 ปี		-	.23*
10 ปีขึ้นไป			-

5. ความสัมพันธ์ของความสามารถของผู้ประกอบการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในภาพรวมพบว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .510$) โดยแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของระดับความสามารถของผู้ประกอบการกับระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนนทบุรี

ความสามารถของผู้ประกอบการ	ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขัน				รวม
	การเป็นผู้นำทางด้านทุน	การสร้างสร้างความแตกต่าง	การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	
ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์	.050	.228*	.060	.377*	.226*
ความกล้าเสี่ยง	.331*	.308*	.311*	.230*	.417*
ความมีนวัตกรรม	.199*	.251*	.330*	.397*	.405*
ความเป็นตัวของตัวเอง	-.060	.536*	.519*	.714*	.434*
การแข่งขันเชิงรุก	.050	.407*	.413*	.350*	.555*
รวม	.654*	.713*	.637*	.752*	.510*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ระดับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี พบว่า มีความเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมมีความสามารถอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ด้านความกล้าเสี่ยงกับด้านความมีนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และด้านการแข่งขันเชิงรุก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญความกล้าในการตัดสินใจภายใต้สภาวะการที่ไม่แน่นอน ภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการต้องกล้าตัดสินใจกล้าเสี่ยงโดยไม่กลัวความล้มเหลว และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สนับสนุนการสร้างนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิด Barney (1991) ทฤษฎีฐานทรัพยากรทางธุรกิจ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้การแข่งขันของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หรือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เข้ามาเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความมีนวัตกรรมหรือการบริการทำให้เกิดศักยภาพต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ Hayton (2003) ผู้ประกอบการ

สามารถแสวงหาโอกาสภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง และปัญหาด้านการลงทุนของทรัพยากรในการผลิต ใน กระบวนการผลิตอิทธิพลของการร่วมจัดการด้านความเสี่ยงมีผล ต่อการดำเนินงานของธุรกิจองค์การนั้น ๆ และสอดคล้องกับ แนวคิด Lumpkin and Dess (1996, 136-172) ได้ให้แนวคิด การดำเนินธุรกิจเชิงรุกนั้นผู้ประกอบการต้องมีความคิดริเริ่มใน การวางแผนและการแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ มีความเป็นผู้นำ ความ มีนวัตกรรมสะท้อนให้เห็นแนวโน้มการเติบโตทางธุรกิจ

สำหรับด้านความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ละ ด้านความเป็นตัวของตัวเองผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับ มากที่สุด ทั้งนี้ผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมี ความเชื่อมั่นในตนเอง ด้วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เปิด ดำเนินการเป็นธุรกิจไม่มีความซับซ้อนเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นการดูแลและการตัดสินใจสามารถทำได้อย่างทั่วถึง การ ตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ สามารถตัดสินใจได้เด็ดขาด ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรชาติพิย จันทรเจริญผล (2558) กล่าว ว่า ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจและมีความรับผิดชอบ สามารถแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง สามารถ ปรับตัวและวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่งและนำมาปรับ เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ใน ภาพรวมความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับ จากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการ สร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้าน การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนให้ความสำคัญด้าน ความสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิต มีสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ จำหน่ายวัตถุดิบ รวมทั้งการรักษาระดับต้นทุนการผลิตเพื่อ สามารถกำหนดราคาสินค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับ แนวคิดของ (porter,2005) การลดต้นทุนทำให้ธุรกิจมีความ ได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือคู่แข่ง คือ การได้เปรียบทางด้าน ราคาคงการธุรกิจที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำสามารถกำหนดราคา สินค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง และความได้เปรียบทางด้านทำกำไรการ ลดต้นทุนย่อมทำได้มากกว่า เมื่อมีการจำหน่ายสินค้าและ การบริการในราคาระดับเดียวกัน

ด้านการสร้างความแตกต่าง ให้ความสำคัญการสร้าง ผลิภัณฑ์ของกิจการมีความแตกต่างอย่างมีคุณค่า การสร้าง ผลิภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก และผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเหนือ คู่แข่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาพิมล ธารุ่งเจริญกิจและคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัด นครปฐม ผลการวิจัยพบว่า การสร้างความได้เปรียบทางการ แข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream คือเจ้าของธุรกิจหรือ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างความ แตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้ สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น การพัฒนาความสามารถของ ผู้ประกอบการเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้นจากการที่สินค้ามีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว มีความแตกต่าง จะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบ ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วผู้ประกอบการให้ ให้ความสำคัญการค้นคว้านวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นที่ต้องการให้ รวดเร็วกว่าคู่แข่ง มีการวางแผนการส่งมอบสินค้า บริการและ ผลิภัณฑ์ ที่รวดเร็วกว่าคู่แข่ง และสามารถแก้ปัญหาให้ลูกค้า ด้วยความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2560) ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านการ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่าง รวดเร็วให้ความสำคัญในระดับมาก โดยกิจการสามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา มี หลากหลายช่องทางเพื่อให้ข้อมูลและใช้ในการติดต่อสื่อสารและ พัฒนาความพร้อมของบุคลากรในการปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว

และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนการกำหนด กลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรลักษณ์ ลลิต ศศิวิมล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทุนมนุษย์และความ ได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจ เอกชน พบว่า ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารมีระดับความคิดเห็น การได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก

3. การเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ธุรกิจเปิดดำเนินการ ระยะเวลา 10 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญความได้เปรียบทางการ แข่งขันสูงกว่าผู้ประกอบการเปิดดำเนินธุรกิจระยะเวลาต่ำกว่า 10 ปี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสา โชคพรหมอนันต์และวิโรจน์

เจษฎาลักษณ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการที่ระยะเวลาเปิดดำเนินการแตกต่างกันความสามารถทางการแข่งขันแตกต่างกัน การสะสมประสบการณ์ทำให้การตัดสินใจการแก้ปัญหาสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ทันสถานการณ์ และไม่กลัวความล้มเหลวที่จะเกิดขึ้นยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เซาวีร์ แยมพิว และ จันทนา แสนสุข (2564) วิจัยเรื่อง กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การมุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาช่วยกระตุ้นให้เกิดการประดิษฐ์ใหม่ ๆ สามารถนำผลงานไปใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างนวัตกรรมทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความเป็นเอกลักษณ์หายากและลอกเลียนแบบได้ยาก

4. ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการกับความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนนทบุรี มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง โดยพบว่าความสามารถทางการแข่งขันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการต้องอาศัยพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลที่ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการความรู้ให้เกิดมูลค่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรี ภาคาสัย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย จากการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน ทั้งนี้องค์ประกอบของความสามารถของการแข่งขันสำหรับการเป็นผู้ประกอบการ ผู้บริหารต้องหาวิธีในการบริหารจัดการทุนทางปัญญาเพื่อส่งผลต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

สรุปผลการวิจัยที่ได้ค้นพบคือ ความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี มีความสามารถในการควบคุมสถานการณ์กับความสามารถด้านความเป็นตัวของตัวเอง สามารถแก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ และปรับตัววิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่งเพื่อนำมาปรับให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับความได้เปรียบทางการแข่งขันปัจจัยการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน เป็นตัวแปรที่สำคัญซึ่งผู้ประกอบการควบคุม

ต้นทุนในการผลิต และรักษาระดับต้นทุนการผลิตเพื่อสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นตัวแปรที่สำคัญของการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนแก่ธุรกิจหรือกิจการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรควบคุมต้นทุนในการผลิต รักษาในระดับต้นทุนการผลิตเพื่อสามารถกำหนดราคาสินค้าได้เหนือกว่าคู่แข่ง และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

2. การเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ตัวแปรระยะเวลาการเปิดดำเนินการมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรศึกษาข้อมูลการบริหารจัดการ ศึกษากรณีศึกษาต่าง ๆ เพื่อนำมาปรับกับการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่นที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สถานการณ์เศรษฐกิจ วัฒนธรรมองค์กรและภาพลักษณ์องค์กร เป็นต้น

2. ควรศึกษาวิจัยโดยใช้แบบจำลองประชากรกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก เพื่อทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างของผลวิจัยที่ได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). รายงานประจำปี 2561. ค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2562, จาก https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469413374
- [2] เขาวานี แยมผิว และจันทนา แสนสุข. (2564). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการสันตพล*, 7(1), 39-48.
- [3] บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- [4] ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ และคณะ. (2560). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 10(1), 1152-1167.
- [5] ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิสาสน์. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัย Research methodology*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.
- [6] วรลักษณ์ ลลิตศิริวัฒน์. (2560). *การพัฒนาทุนมนุษย์และความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจบริการ*. งานวิจัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [7] วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร (Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok). *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11(1), 2148-2167.
- [8] วันวิสา ไชยพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 8(2), 967-988.
- [9] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2558). รายงานสถานการณ์ SME ปี 2557. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download
- [10] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560). รายงานสถานการณ์ SME ปี 2560. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>
- [11] สุชาติ ตังทางธรรม และคณะ. “สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558 Towards AEC 2015”, *วารสาร 30 ปี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช*.
- [12] สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรี ภาคาสัตย์. (2559). รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 9(3), 1659-1675.
- [13] สุชาติพันธ์ จันทร์เจริญผล. (2558). อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้า และความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 8(1), 1176-1191.
- [14] Bamey, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.



- [15] Hayton, J. C. (2003). Strategic human resource capital management in SMEs: An empirical study of entrepreneurial performance. *Human Resource Management*, 42(4), 375-397.
- [16] Lumpkin, G.T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*. 21(1), 135-172.
- [17] Porter, M.E. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.