



แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

Development Guideline Strategies for Competitive Environment in Golden Banana Transform Business Entrepreneurs, Kamphaeng Phet Province

เพ็ญศรี จันทร์อินทร์*

Pensri Janin

Received : December 4, 2021

Revised : March 28, 2022

Accepted : May 17, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป, วิเคราะห์ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป และหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป วัตถุประสงค์ที่ 1 แหล่งข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร เก็บข้อมูลทั้งหมด 196 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3 ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 196 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 20 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลำดับแรกคือ ด้านคู่แข่งมีจำนวนมาก รองลงมาคือ ด้านผู้ประกอบการมีวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้ามีหลากหลายวิธี และด้านลูกค้าต้องการราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง ตามลำดับการวิเคราะห์ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปพบว่า ผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปมีความคิดเห็นตรงกันและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ อันดับแรกคือ สภาพแวดล้อมทางด้านคู่แข่งมีจำนวนมาก เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับปัจจัยชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโต รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมด้านผู้ประกอบการคิดหาวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้าหลากหลายวิธี เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับปัจจัยชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโตถึงอัมตัม และสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าต้องการราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ใน

*อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturer of Business Management Program, Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet

Rajabhat University e-mail: pizzy.spygirl@gmail.com

ระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงอิมตัว ส่วนแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ควรใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขายในตลาดเดิมและขยายไปยังตลาดใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยการผลิผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง

คำสำคัญ : สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน / การพัฒนากลยุทธ์ / ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่

ABSTRACT

The objective of this research has the aim as to study the competitive environment of the Golden Banana transform business entrepreneurs, analyze the important competitive environment of the Golden Banana transform business entrepreneurs and find out the development guideline strategies for competitive environment in Golden Banana transform business entrepreneurs. The 1st objective: the data source was all of 196 people. Golden Banana transforms business entrepreneurs. The tool was the questionnaire. Mean and standard deviation are used to analyze the data. The 2nd and 3rd objectives: The populations were 196 Golden Banana transform business entrepreneurs. The samplings were 20 of the leaders and Golden Banana transform business entrepreneurs by using purposive sampling. The tool was the in-depth interview. Content analysis is used to analyze the data. The results had found that the whole image of the competitive environment of the Golden Banana transform business entrepreneurs was in moderate level. When considering in each aspect had found that there were a lot of competitors, followed by the entrepreneurs had variety competition channel methods and the customer bargained when they bought a lot of products, in order. The analyzing of the important competitive environment of the Golden Banana transform business entrepreneurs had found that the leaders and the entrepreneurs had the same ideas and consistent with the quantitative as 1st: there were a lot of the competitors which analyzed in growth industrial life cycle, 2nd: the entrepreneurs had variety competition channel methods which analyzed in growth to maturity industrial life cycle, and the customer bargained when they bought a lot of products which analyzed in maturity industrial life cycle. The development guideline strategies for competitive environment in Golden Banana transform business entrepreneurs should use growth strategy, not only develop the products to sell in the previous market, but also expand to the new market to reach the needs of the target customers and produce the differentiation products from the competitors.

Keywords : Competitive Environment / Strategy Development / Golden Banana business entrepreneurs

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เป็นแผนที่ถูกใช้ให้เป็นกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาในการกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่จะต้องบรรลุผลลัพธ์และผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนา รวมทั้งกำหนดแนวทางการพัฒนาในรายละเอียดที่ต้องเชื่อมต่อการปฏิบัติที่ต้องดำเนินการในช่วง 5 ปี โดยได้กำหนดแผนงาน/โครงการสำคัญ และประเด็นพัฒนาเชิงบูรณาการที่สำคัญ ในช่วง 5 ปีแรกของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัติโดยได้ดำเนินมาตรการเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดี มีการขยายการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นระบบโครงข่ายมากขึ้น และมีการเพิ่มการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาโดยสนับสนุนการวิจัยพัฒนา และสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเป็นเครือข่ายระหว่างสถาบันวิจัยสถาบันการศึกษา ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน/ชุมชน รวมทั้งการปรับกลไกระบบวิจัยและพัฒนาของประเทศทั้งระบบ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017, pp.1-4)

จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศที่อบอุ่นตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีประมาณ 27.3 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุด เฉลี่ย 33.4 องศาเซลเซียสอุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 22.5 องศาเซลเซียส เดือนที่มีอากาศร้อนอบอ้าวที่สุด คือเดือนเมษายน สำหรับเดือน ที่หนาวที่สุด คือเดือนธันวาคมสำหรับปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อปีของจังหวัดประมาณ 1,301.5 มิลลิเมตร และมีฝนตกเฉลี่ยประมาณ 123 วัน ช่วงที่มีฝนตกจะอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงตุลาคม ซึ่งในช่วงนี้ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยของเดือนจะอยู่ระหว่าง 148.4-272.7 มิลลิเมตร (Kamphaeng Phet Provincial Office, 2017) จังหวัดกำแพงเพชรจึงมีสภาพดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมกับการปลูกกล้วยไข่ทำให้กล้วยไข่มีความอร่อย รสชาติหวาน เนื้อแน่น เปลือกบางมีผลขนาดกลางและเล็ก มีเอกลักษณ์ และมีชื่อเสียง จึงได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ (Department of Intellectual Property, 2017) ส่งผลให้เกษตรกรทำการปลูกกล้วยไข่เป็นจำนวนมาก และมีการแปรรูปกล้วยไข่ออกขายจนล้นตลาด ในกรณีนี้กระบวนการหนึ่งในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศไทยเป็นส่วนสำคัญในการแก้ปัญหาสินค้าล้นตลาด การหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชรจึงเป็นประเด็นในการวิจัยทางด้านเศรษฐกิจในการยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น จากการสำรวจของนักวิจัยพบว่ากล้วยไข่แปรรูปของจังหวัดกำแพงเพชรมีหลายประเภท ได้แก่ กล้วยไข่ฉาบดั้งเดิม กล้วยไข่ฉาบหวาน กล้วยไข่ฉาบเค็ม กล้วยไข่อบเนย กล้วยไข่ฉาบผงปาท่องโก๋ กล้วยไข่ทอดกรอบ กล้วยไข่ไส้มะขาม และกล้วยไข่ฉาบมัน เมื่อผู้ประกอบการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการแข่งขันด้านการบริหารจัดการทางการตลาด (Kamphaeng Phet Provincial Office, 2017)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร เพื่อปรับกลยุทธ์การ

ดำเนินงานของผู้ผลิต ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อที่จะทำให้ยอดขาย และสภาพทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการดีขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แนวคิดของ Michael E.Porter ที่เรียกว่า Porter's Five Forces (Porter E.P., 2020) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวนทั้งหมด 196 คน (Kamphaeng Phet Provincial Office, 2017) โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมด

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 196 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 20 คน ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้นำและคณะกรรมการของกลุ่ม

3. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 196 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปที่นำมาจำหน่าย ณ มอกล้วยไข่ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 20 คน ซึ่งมีคุณสมบัติเป็นผู้นำและคณะกรรมการของกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ใช้แบบสอบถามที่เป็นลักษณะ Rating Scale 5 ระดับ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 196 ชุด

วัตถุประสงคที่ 2 ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 20 ชุด

วัตถุประสงคที่ 3 ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 20 ชุด

การตรวจสอบคุณภาพและการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลทฤษฎีภูมิ โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
2. ดำเนินการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบทดสอบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงทฤษฎี (Content and Theory Validity)

4. ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม มาคำนวณค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วพบว่า มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ซึ่งรายการคำถามใช้ได้ทุกข้อโดยปรับปรุงภาษาในรายการคำถามบางข้อให้สั้นและสื่อความหมายชัดเจนขึ้นตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วัตถุประสงคที่ 1 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยทำการวิเคราะห์และแปลผลเชิงปริมาณ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00 แสดงว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

2. วัตถุประสงคที่ 2 ทำการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป

3. วัตถุประสงคที่ 3 ทำการวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในภาพรวมพบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลำดับแรกคือด้านคู่แข่งมีจำนวนมาก ($\bar{X} = 3.53$) รองลงมาคือด้านผู้ประกอบการมีวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้ามีหลากหลายวิธี ($\bar{X} = 3.44$) และด้านลูกค้าต้องการราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ โดยได้ผลการวิจัยในรูปแบบตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. คู่แข่งขันสินค้ากล้วยไข่แปรรูปมีจำนวนมาก	3.53	.353	มาก
2. คู่แข่งขันขยายตลาดกล้วยไข่แปรรูปไปจำหน่ายที่อื่นได้ เช่น ตลาดออนไลน์	3.42	.255	ปานกลาง
3. ต้นทุนในการลงทุนสูงในการเพิ่มการผลิตกล้วยไข่แปรรูป	3.35	.262	ปานกลาง
4. ผู้ประกอบการมีการจำหน่ายกล้วยไข่แปรรูปได้น้อยกว่าคู่แข่ง	3.15	.013	ปานกลาง
5. ผู้ประกอบการมีวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้ามีหลากหลายวิธี	3.44	.142	ปานกลาง
6. ลูกค้ามีความต้องการสินค้ากล้วยไข่แปรรูปมาก	3.37	.124	ปานกลาง
7. ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าจากผู้ขายอื่น มากขึ้น	3.35	.130	ปานกลาง
8. ลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้าอื่นที่ราคาถูกกว่ากล้วยไข่แปรรูป	3.20	.033	ปานกลาง
9. ลูกค้าต่อรองราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง	3.43	.188	ปานกลาง
10. ผู้ประกอบการมีการรวมกลุ่มของผู้ขายเพื่อลด การต่อรองราคาของลูกค้า	3.24	.056	ปานกลาง
11. ผู้ประกอบการมีสินค้าอื่นทดแทนในการบริโภคกล้วยไข่แปรรูป	3.17	.147	ปานกลาง
12. สินค้าทดแทนมีราคาถูกกว่ากล้วยไข่แปรรูป	3.15	.069	ปานกลาง
13. รสชาติสินค้าทดแทนอร่อยกว่ากล้วยไข่แปรรูป	3.15	.954	ปานกลาง
14. กล้วยไข่แปรรูปเก็บรักษาได้ไม่นานเท่าสินค้าทดแทน	2.84	.080	ปานกลาง
15. บรรจุภัณฑ์สินค้าทดแทนมีความสวยงามกว่า	3.18	.062	ปานกลาง
16. ผู้ขายกล้วยไข่ขายในราคาสูง ส่งผลต่อกำไรที่น้อยลง	3.38	.949	ปานกลาง
17. ผู้ขายกล้วยไข่ให้เครดิตในการชำระเงินได้นาน	3.13	.165	ปานกลาง
18. ราคากล้วยไข่กำหนดโดยผู้ขาย	3.42	.983	ปานกลาง
19. ผู้ขายกล้วยไข่มีจำนวนน้อย แต่ผู้ซื้อนำไปแปรรูปมีจำนวนมาก	3.32	.079	ปานกลาง
20. ผู้ขายกล้วยไข่มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการซื้อ	3.25	.089	ปานกลาง
21. ผู้ขายรายอื่นมีกล้วยไข่แปรรูปที่หลากหลาย	3.38	.198	ปานกลาง
22. ผู้ขายรายอื่นตั้งราคาขายที่ถูกกว่า	3.35	.137	ปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลการแข่งขันของผู้ประกอบการ ธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
23. ผู้ขายรายอื่นมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายมากกว่า	3.25	.127	ปานกลาง
24. ผู้ขายรายอื่นมีการประชาสัมพันธ์การขายหลายช่องทาง	3.39	.135	ปานกลาง
25. ผู้ขายรายอื่นดึงดูดลูกค้าด้วยการลด แลก แจก แถม	3.35	.229	ปานกลาง
รวม	3.29	.118	ปานกลาง

2. การวิเคราะห์ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ทำการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าผู้ในกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปมีความคิดเห็นตรงกันอันดับแรก คือ สภาพแวดล้อมทางด้านคู่แข่งสินค้ากล้วยไข่แปรรูปมีจำนวนมาก เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโต อันดับที่สองคือ สภาพแวดล้อมด้านผู้ประกอบการคิดหาวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้าหลากหลายวิธี เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโตถึงอิมตัว อันดับที่สามารถคือ สภาพแวดล้อมด้านลูกค้าต่อรองราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงอิมตัว และน้อยที่สุดในด้านสภาพแวดล้อมด้านการแปรรูปกล้วยไข่ เก็บรักษาได้ไม่นานเท่าสินค้าทดแทน เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงถดถอย

3. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ทำการวิเคราะห์เนื้อหาจากผู้ในกลุ่มพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปควรใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต โดยการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ในตลาดเดิม และจากผู้ประกอบการพบว่าควรขยายไปยังตลาดใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยการผลิตรายใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และมีความคิดเห็นเหมือนกันในการปรับปรุงเรื่องดังต่อไปนี้

3.1 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านคู่แข่ง ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการควรทำการปรับปรุงทัศนร้านให้น่าเข้าชื้อสินค้า 2) ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าใหม่จำหน่ายตลอดทุกวัน และ 3) ผู้ประกอบการควรทำการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากมดถุงขายเป็นใส่ถุงซิปล็อคและทำตราสินค้าให้สวยงาม

3.2 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านลูกค้า ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการควรทำการหาลูกค้าใหม่โดยการหาช่องทางไปส่งตามร้านค้าที่รับสินค้าไปขายต่อ 2) ผู้ประกอบการควรมีความอดทน และพูดจาไพเราะกับลูกค้า และ 3) เมื่อลูกค้าต่อรองราคาสินค้า ผู้ประกอบการควรมีการจงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่ม

3.3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านสินค้าทดแทน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการควรดัดแปลงโดยการแปรรูปเป็นกล้วยอบแห้งที่มีรสชาติเทียบเท่ากับกล้วยไข่แปรรูปอื่น ๆ 2) ผู้ประกอบการควรทำการผลิตสินค้าให้น้อยลงกว่าเดิมเพื่อไม่ให้สินค้าเสียหรือมีกลิ่น และ 3) ผู้ประกอบการควรเพิ่มการรูปแบบผลไม้ชนิดอื่นเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้า

3.4 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการควรซื้อกล้วยไข่มาจากชาวสวนโดยตรงเพื่อให้ต้นทุนการผลิตลดลง 2) ผู้ประกอบการควรขอลดราคากล้วยไข่จากชาวสวนและซื้อเป็นเจ้าประจำ และ 3) ผู้ประกอบการควรลดปริมาณการจัดซื้อสินค้าลงในบางช่วง

3.5 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันด้านการแข่งขันในตลาดผู้ขายกล้วยไข่แปรรูปเดียวกัน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการควรทำการโพสต์ขายในสื่อโซเชียลมีเดียทุกวัน ทำการอัพเดทสินค้าทุกวัน มีการรีวิวลินค้าทุกวัน 2) ผู้ประกอบการควรทำการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่ผลิตเป็น OTOP และ 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการทำเพจประชาสัมพันธ์ของฝากเมืองกำแพงเพชรเพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสินค้ามากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ลำดับแรกคือด้านคู่แข่งที่มีจำนวนมาก รองลงมาคือด้านผู้ประกอบการมีวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้ามีหลากหลายวิธี และด้านลูกค้าต่อราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ว่าแรงผลักดันทางอุตสาหกรรมส่งผลกระทบต่อระดับของการแข่งขันในอุตสาหกรรม และต่อศักยภาพในการทำกำไรของอุตสาหกรรมนั้นๆ (Porter E.P., 2020) และสอดคล้องผลงานวิจัยของ Punyaruang (2016) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดทางด้านความสำคัญกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance scorecard โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

2. การวิเคราะห์ความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป พบว่าผู้นำกลุ่มและผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูปมีความคิดเห็นตรงกัน และสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณอันดับแรกคือ สภาพแวดล้อมทางด้านคู่แข่งสินค้ากล้วยไข่แปรรูปมีจำนวนมาก เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโต รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมด้านผู้ประกอบการคิดหาวิธีการแข่งขันในการจำหน่ายสินค้าหลากหลายวิธี เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงเจริญเติบโตถึงอิมมัตูและสภาพแวดล้อมด้านลูกค้าต่อราคาสินค้ามากเมื่อซื้อสินค้าจำนวนมากต่อครั้ง เมื่อวิเคราะห์แล้วอยู่ในระดับวงจรชีวิตอุตสาหกรรมในช่วงอิมมัตู ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบจากการที่ธุรกิจอยู่ในในช่วงกำลังเจริญเติบโต ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงผลักดัน 5 ประการ (Five Forces Model) ว่าพัฒนาการของอุตสาหกรรมจะมีแรงผลักดันที่แตกต่างกันไปตามวงจรชีวิตอุตสาหกรรม (Industry Life Cycle) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายและคาดการณ์แนวโน้มของแรงผลักดัน 5 ประการที่มีผลต่อสภาวะการแข่งขันในการทำกำไรในอุตสาหกรรมนั้น (Porter E.P., 2020) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Chaengploy

& Jadesalug (2016) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟฟของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่ากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านค้าแฟฟของผู้ประกอบการรายย่อย โดยใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยี และภาพลักษณ์ กลยุทธ์การเป็นผู้นำ ด้านต้นทุนต่ำ กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และกลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ทำให้สามารถสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของคนภายในจังหวัด และสามารถดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างมั่นคงและยาวนาน ผลการศึกษานำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์รายได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จ

3. แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไข่แปรรูป ควรใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขายในตลาดเดิม และขยายไปยังตลาดใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และปรับปรุงในเรื่องดังต่อไปนี้ 1) ด้านคู่แข่งผู้ประกอบการควรทำการปรับภูมิทัศน์ร้านให้ดูน่าเข้าร้านซื้อสินค้า 2) ด้านลูกค้า ผู้ประกอบการควรทำการหาลูกค้าใหม่โดยการหาช่องทางไปส่งตามร้านค้าที่รับสินค้าไปขายต่อ 3) ด้านสินค้าทดแทน ผู้ประกอบการควรดัดแปลงโดยการแปรรูปเป็นกล้วยอบแห้งที่มีรสชาติเทียบเท่ากับกล้วยไข่แปรรูปอื่นๆ 4) ด้านผู้นำรายวัตถุดิบ ผู้ประกอบการควรซื้อกล้วยไข่มาจากชาวสวนโดยตรงเพื่อให้ต้นทุนการผลิตลดลง และ 5) ด้านการแข่งขันในตลาดผู้ขายกล้วยไข่แปรรูปเดียวกัน ผู้ประกอบการควรทำการโพสต์ขายในสื่อโซเชียลมีเดียทุกวัน ทำการอัพเดทสินค้าทุกวัน มีการรีวิวสินค้าทุกวัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Pongtanapanich., et al. (2018) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป OTOP จังหวัดนนทบุรี พบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์สำหรับการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป OTOP ในจังหวัดนนทบุรี ควรใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขายในตลาดเดิม และขยายไปยังตลาดใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง การปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ดึงดูดใจผู้ซื้อ และการพัฒนากลยุทธ์ระดับหน้าที่ทางการผลิตให้มีประสิทธิภาพ และทางการตลาดให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลกระทบของกลุ่มที่เกิดจากผู้ประกอบการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการแข่งขันด้านการบริหารจัดการทางการตลาด จึงควรแก้ปัญหาโดยใช้กลยุทธ์การเจริญเติบโต โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขายในตลาดเดิม และขยายไปยังตลาดใหม่ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ โดยการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และรวมกลุ่มเพื่อกระตุ้นการตลาดให้มีรายได้เข้าสู่ชุมชนให้มากขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้คำแนะนำในการปรับภูมิทัศน์ร้านค้า การหาลูกค้าใหม่ การแปรรูปกล้วยไข่ การลดต้นทุนการผลิตสินค้า และการขายสินค้าทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลกระทบที่ได้รับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้นำและคณะกรรมการของกลุ่มนั้นเกิดจากผู้ประกอบการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากจึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการแข่งขันด้านการบริหารจัดการทางการตลาด จึงควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แปรรูปจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อสร้างโลโก้ และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีอัตลักษณ์เป็นของตนเอง สำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แปรรูป จังหวัดกำแพงเพชร

References

- Department of Intellectual Property. (2017). **The Registration of Geographical Indication of Golden Banana in Kamphaeng Phet**. [Online]. Available : <https://www.ipthailand.go.th/images/3534/GI/bananaKP.pdf> [2564, November 11]. [In Thai]
- Kamphaeng Phet Provincial Office. (2017). **Strategy of Kamphaeng Phet Province**. Kamphaeng Phet: Provincial Development Strategy Group. [In Thai]
- Porter E.P. (2020). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors (Abstract)**. [Online]. Available : <https://www.investopedia.com/terms/p/porter.asp#:~:text=Key%20Takeaways,products%20influence%20a%20company's%20profitability> [2022, March 30].
- Punyaruang, K. (2016). **Strategies Competitive Advantage That Affects the Success of the Operation Base On The Balance Scorecard Concept in Small and Medium Enterprises Food Processing in Supanburi Province**. [Online]. Available : <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/932> [2021, November 23]. [In Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2017). **Summary of National Economic and Social Plan No.12 A.D. 2017-2021**. [Online]. Available : https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue [2021, October 11].
- Pongtanapanich, P., Tungpothisuwan, S. & Rojchanasang, C. (2018). **The study of competitive advantage of OTOP modified food industries in Nonthaburi**. [Online]. Available : https://opac01.stou.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=156571&shelfbrowse_itemnumber=534514 [2021, November 22]. [In Thai]

Chaengploy, W. & Jadesalug, V. (2016, September-December). Competitive Advantage Strategy In Coffee Shop Business Of Retail Entrepreneurs In Muaeng District, Ratchaburi Province. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, 9(3), pp.1331-1349. [In Thai]