

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผล
การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหาร
ในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND COMPETITIVE
ADVANTAGE ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF FOOD INDUSTRY
SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN LOWER NORTH-EASTERN

วรายู ศิรินนท์

WARAYU SIRINON

ระบิล พันภัย

RABIL PONPHAI

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

จังหวัดนครราชสีมา

NAKHONRATCHASIMA PROVINCE

รับบทความ : 24 ธันวาคม 2562/ปรับแก้ไข : 29 มกราคม 2563/ตอบรับบทความ : 17 มกราคม 2563

Received : 24 December 2019/Revised : 29 January 2020/Accepted : 17 January 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารประกอบด้วย นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ จำนวน 306 ราย โดยคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ได้เท่ากับ 214 ราย และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุก ($\beta=0.33$, $p<0.01$) และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\beta=0.22$, $p<0.01$) ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม ($\beta=0.12$, $p<0.05$) และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ($\beta=0.17$, $p<0.05$) ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจ เท่ากับร้อยละ 68 ($\text{Adj}R^2=0.68$) ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ

กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในด้านการดำเนินงานเชิงรุก และด้านความมีนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนและด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เพื่อส่งเสริมให้องค์การมีประสิทธิภาพทางกระบวนการบริหารและสร้างกำไรสูงสุด ผลักดันให้องค์การก้าวไปข้างหน้าด้วยการเป็นผู้นำทางการตลาด พร้อมนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

คำสำคัญ: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ผลการดำเนินงานขององค์กร

ABSTRACT

This research has a purpose to examine the effect of entrepreneurial orientation and competitive advantage on organizational performance of food industry small and medium enterprises (SME) in lower North-Eastern. Populations is used in the research are 306 entrepreneurs in the SMEs food industry consisting of Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Buriram and Surin provinces, by calculating samples at 99% confidence equals to 214 people and using questionnaires as a research tool. Using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis by multiple regression analysis. The focus of entrepreneurship in proactiveness ($\beta=0.33$, $p<0.01$) and competitive advantage in cost leadership ($\beta=0.22$, $p<0.01$) effect the organizational performance with statistical significant at 0.01, for entrepreneurial orientation in innovation ($\beta=0.12$, $p<0.05$) and competitive advantage in market-focus ($\beta=0.17$, $p<0.05$) effect the organizational performance with statistical significance at 0.05 level respectively. The organizational performance in the lower North-Eastern could be predicted at 68 percent ($\text{AdjR}^2=0.68$). Therefore, entrepreneurs should pay attention to entrepreneurial orientation in proactiveness and innovation. Competitive advantage in terms of cost leadership and market-focus in order to enable the organization to be more efficient in management processes and maximize profits may drive the organization to move forward with being the market leader and bringing new technological innovations to make more qualitative products with the changes and fierce competition.

Keyword: Entrepreneurial orientation, Competitive advantage, Organizational performance

บทนำ

การเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความร่วมมือภายในภูมิภาค กำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกันในการสร้างความแข็งแกร่งและการเติบโตให้กับเศรษฐกิจของอาเซียน ในการจัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 4 พ.ศ. 2560-2564 ได้มีการกำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาในการสร้างความพร้อมรับความท้าทายที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการสนับสนุนให้แหล่งเงินทุนในการปรับปรุงและการดำเนินงาน เป้าหมายสูงสุดของแผนการส่งเสริม SMEs ฉบับที่ 4 อยู่ที่การเพิ่มสัดส่วนมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้สูงขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ SMEs สามารถเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น สิ่งหนึ่งที่จะมีผลกระทบอย่างมากคืออุตสาหกรรมอาหารในประเทศ เพราะถือเป็นปัจจัยหลักต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ จากแนวโน้มพฤติกรรมบริโภคที่เกิดจากความเปลี่ยนแปลงในสังคมโลก ส่งผลให้อาหารมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้อุตสาหกรรมอาหาร

สามารถเติบโตและสร้างตลาดใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมยังต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งการแข่งขันจากคู่แข่งทางการค้าท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารจะมีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP), 2015, online) ดังนั้นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จะเป็นแนวทางหนึ่งที่ธุรกิจใช้ในการกำหนดเป้าหมายขององค์กรและรวมถึงการเปิดตัวองค์กรเพื่อเข้าไปสู่ตลาด แสดงถึงกรอบความคิดและมุมมองที่มีต่อผู้ประกอบการซึ่งสะท้อนให้เห็นในกระบวนการขององค์กร (Dess, McNamara, Eisner, & Lee, 2018, p. 381) เป็นหลักปฏิบัติที่ช่วยในการการตัดสินใจ กระบวนการการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการนำองค์กรไปสู่องค์กรแห่งการประกอบการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันกับการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ (Lumpkin & Dess, 1996, pp. 135-136) อีกหนึ่งปัจจัยคือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับตัวผู้ประกอบการและองค์กร เพื่อนำมาสร้างหรือส่งเสริมเป็นประโยชน์ให้กับธุรกิจของตนเอง (Porter, 1980, p. 127) การได้มาและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งเป็นตัวกำหนดความสามารถขององค์กรเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เมื่อองค์กรสามารถทำอะไรบางอย่างที่คู่แข่งไม่สามารถทำหรือเป็นเจ้าของในสิ่งที่คู่แข่งต้องการได้นั้นแสดงถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรโดยแท้จริง (David & David, 2015, p. 42) เป็นความสามารถที่โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดขององค์กร ที่สามารถสร้างจุดเด่นที่มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งและพร้อมทำให้คุณค่าแก่ลูกค้า (Ditthaanunt, 2016, p. 47)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรง โดยที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรอบรม เพื่อเพิ่มศักยภาพและส่งเสริมการบริหารงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

สมมติฐานการวิจัย

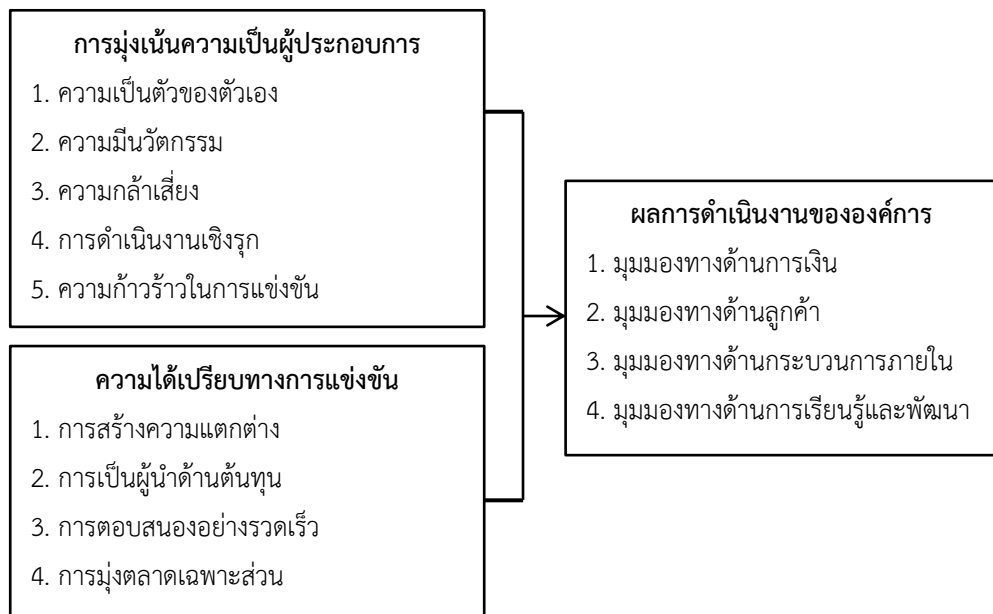
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

ประโยชน์การวิจัย

1. เพื่อทราบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
2. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมทั่วไป สามารถนำผลการวิจัยทั้งทางด้าน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาและส่งเสริมประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้สังเคราะห์โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ บูรณาการจากแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996, pp. 136-172) แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน บูรณาการจากแนวคิดของ Miller and Dess (1996, p. 152) และแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร บูรณาการจากแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996, pp. 75-85) ดังแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีนทร์) ประกอบด้วย นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ จำนวน 306 ราย (Department of Industrial Works (DIW), 2019, online) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคำนวณจากสูตรของคณิต ไช่มุก (Khaimook, 2003, pp. 182-183) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 มีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 [(\sigma^2) (N)]}{[(d^2) (N-1)] + [(Z_{\alpha/2})^2 (\sigma^2)]}$$

เมื่อ n คือ ขนาดของตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากร

$Z_{\alpha/2}$ คือ 2.58 (ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99)

σ^2 คือ ความแปรปรวนของตัวอย่าง เท่ากับ 1

d คือ ความคลาดเคลื่อนสูงสุดระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรกับค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(2.58)^2 [(1^2) (306)]}{[(0.20)^2 (306-1)] + [(2.58)^2 (1^2)]}$$

$$= 107 \quad \text{ราย}$$

จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 107 ราย และเพื่อให้ข้อมูลที่จะใช้ในการประมวลผลมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ผู้วิจัยจึงขอเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 เท่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 214 ราย สำหรับเก็บตัวอย่างงานวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (นครชัยบุรินทร์)

จังหวัด	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
นครราชสีมา	184	130
ชัยภูมิ	30	20
บุรีรัมย์	51	36
สุรินทร์	41	28
รวม	306	214

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีลักษณะแบบปลายปิดและปลายเปิด ประยุกต์แบบสอบถามของ Li, Ragu-Nathan, and Rao (2006, pp. 107-124) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน และจำนวนพนักงาน ส่วนที่ 2) ผู้วิจัยบูรณาการจากแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996, pp. 136-172) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีจำนวน 16 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการดำเนินงานเชิงรุก และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ส่วนที่ 3) ผู้วิจัยบูรณาการจากแนวคิดของ Miller and Dess (1996, p. 152) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีจำนวน 14 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่วนที่ 4) ผู้วิจัยบูรณาการจากแนวคิดของ Kaplan and Norton (1996, pp. 75-85) เป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร จำนวน 13 ข้อ ประกอบด้วย มุมมองทางด้านการเงิน มุมมองทางด้านลูกค้า มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน และมุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนา และส่วนที่ 5) การแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ เป็นแบบคำถามปลายเปิด

3. การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย อธิบาย ดังนี้

3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสาขาวิชาการจัดการ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) แบบสอบถามครั้งนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 แสดงว่า ข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการวัดเป็นคำถามที่ใช้ได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977, p. 82)

3.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ แบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ ครอนบาค อยู่ระหว่าง 0.62-0.84 ซึ่งทุกด้านมีค่าเกิน 0.70 (Srisatidnarakul, 2010, pp. 231-232) ยกเว้น มุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนาที่มีค่าต่ำกว่า แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายหัวข้อย่อยภายในมิติด้านการเรียนรู้และพัฒนา พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.81-0.83 ถือว่าแบบสอบถามชุดนี้โดยรวมมีความเชื่อมั่น ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น (α)
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	16	0.83
1. ความเป็นตัวของตัวเอง	3	0.75
2. ความมีนวัตกรรม	3	0.81
3. ความกล้าเสี่ยง	3	0.71
4. การดำเนินงานเชิงรุก	4	0.84
5. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	3	0.76
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	14	0.80
1. การสร้างความแตกต่าง	4	0.80
2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3	0.71
3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4	0.77
4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	3	0.72
ผลการดำเนินงานขององค์กร	13	0.83
1. มุมมองทางด้านการเงิน	3	0.82
2. มุมมองทางด้านลูกค้า	3	0.77
3. มุมมองทางด้านกระบวนการภายใน	4	0.80
4. มุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนา	3	0.62

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการ ใช้สถิติพรรณนาเพื่อการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 ข้อมูลที่เกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ในการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การทดสอบสมมติฐานจะใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) วิธี Enter Method โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.01

ผลการวิจัย

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปร การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตัวแปรอิสระ	ผลการดำเนินงานขององค์กร				
	B	SE	β	t	p-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.67	0.19		3.47	0.00
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					
1. ความเป็นตัวของตัวเอง (X_{1-1})	0.00	0.05	0.00	0.13	0.89
2. ความมีนวัตกรรม (X_{1-2})	0.10	0.04	0.12	2.12	0.03*
3. ความกล้าเสี่ยง (X_{1-3})	-0.05	0.05	-0.07	-1.11	0.26
4. การดำเนินงานเชิงรุก (X_{1-4})	0.27	0.05	0.33	5.35	0.00**
5. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (X_{1-5})	0.07	0.04	0.10	1.72	0.08
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน					
1. การสร้างความแตกต่าง (X_{2-1})	-0.00	0.06	-0.00	-0.05	0.09
2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X_{2-2})	0.18	0.06	0.22	3.01	0.00**
3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (X_{2-3})	0.10	0.06	0.11	1.61	0.10
4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (X_{2-4})	0.14	0.05	0.17	2.43	0.01*
$R^2 = 0.69, \text{Adj}R^2 = 0.68$					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยภาพรวมการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุก ($\beta=0.33, p<0.01$) และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\beta=0.22, p<0.01$) ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม ($\beta=0.12, p<0.05$) และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ($\beta=0.17, p<0.05$) ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เท่ากับ ร้อยละ 68 ($\text{Adj}R^2=0.68$) ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.33(X_{1-4}) + 0.22(X_{2-2}) + 0.17(X_{2-4}) + 0.12(X_{1-2}) + 0.11(X_{2-3}) + 0.10(X_{1-5}) + 0.00(X_{1-1}) - 0.00(X_{2-1}) - 0.07(X_{1-3})$$

อภิปรายผล

โดยภาพรวมการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างจำแนกเป็นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4 ด้าน ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุก ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากกิจการที่ดำเนินงานด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กิจการที่มีความแข็งแกร่งและพร้อมจะก้าวไปข้างหน้า อยู่ตลอดเวลาจะสามารถเข้าไปเป็นผู้นำทางการตลาดเสมอ ด้านความมีนวัตกรรม เนื่องจากความทันสมัยมีความสอดคล้องกับความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของธุรกิจ สามารถสร้างศักยภาพหรือประสิทธิภาพที่มากขึ้นให้กับองค์กรได้ กิจการที่มีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะสามารถก้าวไปเป็นผู้นำทางธุรกิจได้มากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996, pp. 136-172) ที่กล่าวว่า การดำเนินงานเชิงรุก คือ การที่ผู้ประกอบการคิดริเริ่ม โดยคาดการณ์การใช้แผนดำเนินงานและแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ เพื่อให้ธุรกิจมีการดำเนินงานแบบเชิงรุก มีความเป็นผู้นำมากกว่าที่จะเป็นผู้ตาม เพราะมีจุดประสงค์หลักและเป้าหมายเพื่อต้องการสร้างธุรกิจให้เติบโตไปกับโอกาสครั้งใหม่เสมอ และกล่าวถึง ความมีนวัตกรรมเป็นตัวสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมและสนับสนุนแนวคิดใหม่ ๆ รวมถึงความแปลกใหม่ของธุรกิจ ซึ่งการทดลองและกระบวนการสร้างสรรค์อาจส่งผลต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ และกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสมทรัพย์ ไชยนิคม (Chainikom, 2011, p. 111) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความสามารถในการประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ในการตอบสนองผู้ประกอบการ SMEs ที่อยู่ในรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด ให้ความสำคัญต่อแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านการแข่งขันเชิงรุกมากกว่าบริษัทและเจ้าของคนเดียว แนวทางในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการประกอบการด้านการแข่งขันในเชิงรุกมีความสัมพันธ์ด้านบวกกับผลประกอบการ และสามารถเป็นตัวพยากรณ์ผลประกอบการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของภฤศกร จิราphanumes (Jiraphanumes, 2010, p. 82) ศึกษาเรื่อง ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงาน การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า องค์กรที่มีความสามารถทางนวัตกรรมจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์เดิมมาทำการปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและจะสร้างกำไรกลับคืนให้กับองค์กร ในด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ไม่ส่งผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากด้านความเป็นตัวของตัวเอง ผู้ประกอบการมีความอิสระในการบริหารกิจการของตนเองที่แตกต่างกันมากเกินไป จึงไม่สามารถส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งทางความเจริญก้าวหน้าหรือทางความล้มเหลวขององค์กรได้อย่างชัดเจน ขัดแย้งกับแนวคิดของ Frese (2000, pp. 18-19) ที่กล่าวว่า ความเป็นตัวของตัวเอง คือความสามารถและความมุ่งมั่นที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตน สามารถทำงานได้ด้วยตัวเอง ตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ ด้านความกล้าเสี่ยง เนื่องจากผู้ประกอบการมีความกล้าที่จะเสี่ยงแตกต่างกัน บางคนมีความกล้าได้กล้าเสียยอมเสี่ยงสูง แต่กับผู้ประกอบการบางรายกลับหลีกเลี่ยงความเสี่ยงไปเลย ซึ่งเป็นผลให้เกิดความแตกต่างกันมากในการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจ ขัดแย้งกับแนวคิดของ Covin and Slevin (1991, p. 7) ได้อธิบายการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการคือมีความกล้าที่จะเสี่ยงในการออกผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่ยังไม่มีความชัดเจนในตลาด มีความตั้งใจที่จะริเริ่ม และเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด แสวงหาไขว่คว้าโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน เนื่องจากการแข่งขันอย่างรุนแรงและการเปลี่ยนไปของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ประกอบการมุ่งสนใจแต่เพียงการแข่งขันด้านราคาเป็นหลักเพื่อเป็นการแย่งชิงลูกค้า ขัดแย้งกับแนวคิดของ Lumpkin and Dess (1996, p. 172) ที่กล่าวว่า ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ แนวโน้มในการประกอบการที่จะท้าทายคู่แข่งโดยตรงและรุนแรงเพื่อที่จะได้มาซึ่งความสำเร็จและการเพิ่มขึ้นของสถานะที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาด

ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมาก เนื่องจากการมีต้นทุนที่ต่ำกว่าย่อมทำกำไรให้กับกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจการสามารถช่วงชิงความได้เปรียบเรื่องราคา เพราะการมีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งจะทำให้ได้มาซึ่งการต่อรองจากลูกค้า รวมถึงการสร้างผลตอบแทนกำไรที่สูงขึ้นด้วย ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เนื่องจากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มเฉพาะเพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการค้า และสามารถสร้างผลกำไรจากลูกค้ากลุ่มนี้ได้มากขึ้น การที่กิจการสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะใหม่ ๆ ได้นั้น จะสร้างความได้เปรียบทางการตลาดรวมถึงการสร้างความแข็งแกร่งต่อคู่แข่งที่เข้ามาแบ่งส่วนทางการตลาดอีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Miller and Dess (1996, p. 152) ที่กล่าวว่า การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพด้านต้นทุนสูงสุดและเพื่อทำให้เกิดข้อได้เปรียบด้านต้นทุน กลยุทธ์นี้มีการใช้ต้นทุนต่ำเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยผู้นำด้านต้นทุนต่ำจะได้ประโยชน์จากกำไรที่เหนือกว่า และกล่าวถึงด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เป็นขอบเขตที่องค์กรเน้นอยู่ในวงจำกัดที่เป็นส่วนตลาดขนาดเล็ก การมุ่งที่ตลาดเฉพาะส่วนจะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อความสามารถขององค์กรในการดำเนินการของข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้ องค์กรที่มุ่งในส่วนแบ่งตลาดเจาะจงจากตลาดโดยรวมก็จะมีสถานะภาพที่ดีกว่าในการนำเสนอรูปแบบสินค้าที่มีความแตกต่างให้น่าสนใจไปสู่ส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นได้ ในด้านอื่น ๆ ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ไม่ส่งผลกระทบต่อผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากการสร้างความแตกต่าง ผู้ประกอบการจะต้องสร้างให้กิจการมีความแตกต่างจากคู่แข่งแต่จำเป็นต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายที่มากขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่ยอมที่จะปรับเปลี่ยนจุดนี้ ชัดแย้งกับแนวคิดของอัจฉรา จันทร์ฉาย (Chandrachai, 2015, pp. 70-74) ที่กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบกับสินค้าของคู่แข่งในแง่ของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค และความพึงพอใจของผู้บริโภค ความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างจะต้องสร้างคุณค่าให้ลูกค้าและผู้บริโภคเห็นคุณค่า อีกทั้งต้องยากในการเลียนแบบจากคู่แข่ง และมีผลต่อการสร้างผลตอบแทนให้แก่องค์กร ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการตอบสนองอย่างรวดเร็วเป็นเพียงช่องทางการติดต่อกับลูกค้า แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้ความสนใจเพียงการผลิตที่มาก คุ่มต้นทุนและเพื่อสร้างกำไรเท่านั้น ชัดแย้งกับแนวคิดของ Heizer and Render (2014, pp. 71-73) ที่กล่าวว่า การตอบสนองเป็นการตอบสนองที่ยืดหยุ่น รวมถึงการตอบสนองที่เชื่อถือได้และรวดเร็ว ซึ่งองค์กรจะกำหนดการตอบสนองตลอดช่วงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดส่งสินค้าทันเวลา รวมทั้งการกำหนดเวลาที่มีความเชื่อถือได้และมีประสิทธิภาพที่ยืดหยุ่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในด้านการดำเนินงานเชิงรุก และด้านความมีนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เพื่อส่งเสริมให้องค์การมีประสิทธิภาพทางกระบวนการบริหารและสร้างกำไรสูงสุด ผลักดันให้องค์การก้าวไปข้างหน้าด้วยการเป็นผู้นำทางการตลาด พร้อมนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรด้านการดำเนินงานเชิงรุก ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ ควรมีความเป็นผู้นำทางการตลาดพร้อมกับสร้างวิธีป้องกันธุรกิจของตนจากการโจมตีของคู่แข่ง ด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องและมอบคุณค่าให้กับลูกค้าที่เหนือกว่า มีการพัฒนาและปรับตัวให้มีคุณภาพเพื่อรองรับต่อสภาพแวดล้อมทางสังคมและสภาพเศรษฐกิจอยู่เสมอ

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่าตัวแปรด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพทำให้ไม่เกิดความสูญเสียการสิ้นเปลือง และลดการนำกลับมาทำใหม่ มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ ได้แก่ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ การศึกษาครั้งต่อไป ผู้สนใจอาจขยายพื้นที่การศึกษาในระดับภูมิภาคของประเทศไทยเพื่อเปรียบเทียบกัน เนื่องจากแต่ละภูมิภาคมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกันออกไป และเพื่อเป็นการนำเสนองานวิจัยทางขอบเขตให้กว้างยิ่งขึ้น

2. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์ในภาพรวม ไม่ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมชนิดอื่น ๆ งานวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาในอุตสาหกรรมชนิดอื่น เช่น อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่น เพื่อทำให้สามารถนำเสนอความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมได้กว้างยิ่งขึ้น

3. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ การศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผู้สนใจอาจเพิ่มตัวแปรอื่น เช่น รูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน

เอกสารอ้างอิง

- Chainikom, S. (2011). *The Effects of Entrepreneurial Capability in Performance of SMEs in North-Eastern of Thailand*. Thesis, Master of Business Administration in Technology and Electronic Commerce Management, Mahasarakham University, Mahasarakham. (In Thai)
- Chandrachai, A. (2015). *Balanced Scorecard* (14th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing School. (In Thai)
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Journal Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-25.
- David, F. R., & David, F. R. (2015). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (15th ed.). Boston : Pearson Education.
- Department of Industrial Works (DIW). (2019). *Factory Information by Area*. Retrieved January 18, 2019, from <http://www2.diw.go.th/factory/tumbol.asp> (In Thai)
- Dess, G. G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. (2018). *Strategic Management* (9th ed.). New York : McGraw-Hill Education.
- Ditthaanunt, P. (2016). *The Effect of Supply Chain Management Practices and Supply Chain Responsiveness on Organization's Competitive Advantage: Case of Food Industry in Thailand*. Thesis, Master of Business Administration, Rajamangala University of Technology Isan, Nakhon Ratchasima. (In Thai)
- Frese, M. (2000). *Success and Failure of Micro Business Owners in Africa: A Psychological Approach*. United States of America : Greenwood Publishing Group.

- Heizer, J., & Render, B. (2014). *Operation Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Boston : Pearson Education.
- Jiraphanumes, K. (2010). *The Effect of Entrepreneurial and Strategic Orientation on Innovativeness and Performance: The Empirical Study of the Listed Companies in the Market for Alternative Investment (mai)*. Thesis, Master of Business Administration, Walailak University, Nakhon Si Thammarat. (In Thai)
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston : Harvard Business School Press.
- Khaimook, K. (2003). *Fundamental Statistics*. Bangkok : Numfon company publishing. (In Thai)
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- 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.
- Miller, A., & Dess, G. G. (1996). *Strategic Management* (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP). (2015). *Thai SMEs and the Advancement to the ASEAN Economic Community*. Retrieved June 20, 2018, from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/The%20ASEAN%20SME%20Regional%20Development%20Fund%20-%20Conceptual%20Framework.pdf (In Thai)
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitions*. New York : Free Press.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion Referenced Test Item Validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(2), 49-60.
- Srisatidharakul, B. (2010). *Research methods: guidelines for success*. Bangkok : You & I Inter media Publishing. (In Thai)

ผู้เขียนบทความ

นายวรายุ ศิรินนท์

ดร. ระบิล พันภัย

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา

เลขที่ 744 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง

จังหวัดนครราชสีมา 30000

E-mail: warayusiri@gmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

E-mail: the_rabill@yahoo.com