

ทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ

Entrepreneurial Skills and Competitive Advantage in Retail-Jewelry SMEs

พิทวัส เอื้อสังคมเศรษฐ์¹ และ เมษา สุลักษณาการ²

Pittawat Ueasangkomsate¹ and Maysa Sulaksanakarn²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับในประเทศไทย รวมถึงการศึกษاثิพลของทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ สำหรับตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย จำนวน 100 ราย ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและทำการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ทั้งนี้งานวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการหาธิพลของทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ โดยผลการวิจัยพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยที่ได้จากการสำรวจมีระดับทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านมนุษยสัมพันธ์และด้านการคิดวิเคราะห์มากที่สุด และมีความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการในระดับสูง ขณะที่ผลการวิเคราะห์ PLS-SEM พบว่า สมการโครงสร้างมีความเหมาะสมกับการวัด (SRMR = 0.089) ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านมนุษยสัมพันธ์ด้านบุคคล และด้านการคิดวิเคราะห์มีผลต่อการส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการบริการ ขณะที่การส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านการคิดวิเคราะห์ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

¹ Full-Time Lecturer, Kasetsart Business School, Kasetsart University.

² เจ้าหน้าที่ธุรกิจสัมพันธ์ ลูกค้าธุรกิจรายกลางนครหลวง ธนาคารกรุงเทพ.

² Relationship Officer, Metropolitan Commercial Banking, Bangkok Bank.

Abstract

This research is aimed to study the level of entrepreneur skills and competitive advantage in Thai retail-jewelry SMEs. The study also investigated the influencing entrepreneur skills toward competitive advantage in the industry. For the sample in this research, the authors surveyed the data from 100 retail-jewelry entrepreneurs or representatives in retail-jewelry SMEs located in Bangkok. The questionnaire was conducted to collect the data by convenience sampling. This research employed descriptive statistics including frequency and mean. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) was applied to analyze confirmatory factor analysis (CFA) and studied their relationship between entrepreneur skills and competitive advantage. The results found that retail-jewelry SMEs had the level of entrepreneur skills in human and thinking dimension at the highest level compared with other dimensions. According to competitive advantage, SMEs in this sector performed their products and services very well. The analysis by PLS-SME revealed that the structural model fit for the measurement (SRMR = 0.089). The testing of hypotheses indicated that the development of entrepreneur skills in human, personal and thinking dimension in retail-jewelry SMEs led to improve their competitive advantage in service dimension. Moreover, supporting of entrepreneur skills in thinking dimension had positively impacted on SMEs' competitive advantage in product dimension at a significant level of 0.05.

Key words: Competitive Advantage, Entrepreneur Skills, Retail-Jewelry Business, Small and Medium Enterprises

บทนำ

ปัจจุบันกระแสการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจภายใต้โลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากระบบการค้าและการลงทุนอย่างเสรี (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2555; Chuang, 2004) ดังนั้นองค์กรใดที่เข้าใจการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยและมีกลยุทธ์เพื่อการปรับตัวขององค์กรก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จทางความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร คือ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการมักจะเป็นบุคคลที่มีมุมมองใหม่ มองเห็นโอกาส และเห็นศักยภาพของโอกาสในการสร้างรายได้หรือกำไรทางธุรกิจ (Wagner, 2008)

สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยในปี พ.ศ.

2557 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 3.2 แสนล้านบาทซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 4 ของประเทศ มีการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 5.98 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2556 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับยังคงเผชิญกับความท้าทายจากการขาดแคลนวัตถุดิบ ความผันผวนของราคา คุณภาพและปริมาณที่ต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่ รวมถึงผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในทักษะการออกแบบที่ทันสมัย ขาดความรู้เกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า ขาดโอกาสทางการตลาด ตลอดจนขาดการบริหารที่มีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) ซึ่งการพัฒนาจิตวิญญาณความเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมถือว่ามีส่วนสำคัญต่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน (โกศล จิตวิรัตน์ และ เนตรพัฒน์ ยาวีราช, 2559) ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่พัฒนามาจากอุตสาหกรรมในครัวเรือน

(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ซึ่งถือว่าเป็นกิจการที่มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (สาทิตร ม่วงหมี และคณะ, 2557) ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของการศึกษาครั้งนี้ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการผ่านทักษะการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย

กรอบวรรณกรรม

ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ คือ ความสามารถในการบริหารจัดการรวมถึงการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้อื่น การจัดเก็บและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Stumpf, Dunbar and Mullen, 1991) เพื่อพัฒนาและดำเนินตามแผนธุรกิจ สร้างโอกาสให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Department for Business Innovation and Skills, 2015) โดยอาศัยความชำนาญที่สามารถเรียนรู้และพัฒนาได้ ไม่จำเป็นต้องมีมาแต่กำเนิด แต่ต้องมีศักยภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้จากการศึกษาในงานวิจัยของ Henry, Hill, and Leitch (2005) ชี้ให้เห็นว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการสามารถแยกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ทักษะด้านเทคนิค 2) ทักษะด้านการจัดการธุรกิจ 3) ทักษะด้านบุคคล ขณะที่

Smith, Schallenkamp, and Eichholz (2007) อธิบายว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย ทักษะด้านแนวความคิดและแผนธุรกิจ ทักษะการตรวจสอบสภาพแวดล้อมหรือการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม การรับรู้โอกาสทางการตลาด และทักษะด้านที่ปรึกษาและเครือข่าย ซึ่ง Liñán (2008) ได้ชี้ให้เห็นว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการสามารถช่วยบริษัทในระยะเริ่มต้นได้ โดยมุ่งเน้นการรับรู้ของโอกาส ความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา ภาวะผู้นำ การสื่อสาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เครือข่ายและการติดต่ออย่างมืออาชีพ จากนั้น Ong, Ismail and Goh (2010) ได้เสนอองค์ประกอบทักษะการเป็นผู้ประกอบการไว้ 4 ด้าน คือ 1) ความเชื่ออำนาจภายในตนเอง 2) ความต้องการความสำเร็จ 3) ความไวต่อโอกาส 4) ความสามารถในการเข้าสังคม ส่วน Jasra et al. (2011) พบว่าทักษะด้านภาวะผู้นำ การตัดสินใจ การจัดการ และความร่วมมือแบบมืออาชีพ เป็นทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขณะที่ Nieuwenhuizen and Rossouw (2011) อธิบายถึงทักษะการเป็นผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วย 1) การทำงานเชิงรุก 2) การมุ่งความสำเร็จ 3) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 4) ความเชื่ออำนาจภายในตนเอง 5) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม นอกจากนี้ Osemeke (2012) ยังอธิบายว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการแบ่งได้เป็น 3 ทักษะ คือ 1) ทักษะด้านความคิด ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการมองภาพรวมธุรกิจของผู้ประกอบการ 2) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และการทำงานเป็นทีม 3) ทักษะด้านเทคนิค คือ ความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาองค์ประกอบของทักษะการเป็นผู้ประกอบการไว้ทั้งหมด 5 ด้าน ดังสรุปได้ตาราง 1

ตาราง 1 องค์ประกอบของทักษะการเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	แหล่งที่มา
ด้านการคิดวิเคราะห์ (Thinking)	Henry et al. (2005),
ด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human)	Nieuwenhuizen and
ด้านเทคนิค (Technique)	Rossouw (2011) และ
ด้านการจัดการ (Management)	Osemeke (2012)
ด้านบุคคล (Personal)	

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความสามารถขององค์กรที่ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดคุณค่า (Barney, 1995) และผลการดำเนินการที่เหนือกว่าคู่แข่งทั้งด้านผลประกอบการ กำไร และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเป็นหัวใจของผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดที่มีการแข่งขัน (Porter, 1980) ซึ่ง Kaleka (2002) ได้นำแนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Porter มาศึกษาต่อ พบว่าองค์กรจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อมีการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้ามากกว่าคู่แข่ง โดยงานวิจัยของ Kaleka (2000) และ Ismail (2013) ได้ศึกษาองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรไว้ 3 ด้าน คือ ความได้เปรียบด้านต้นทุน ความได้เปรียบด้านผลิตภัณฑ์ และความได้เปรียบด้านการบริการ ด้วยเหตุนี้งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังสรุปได้ตาราง 2

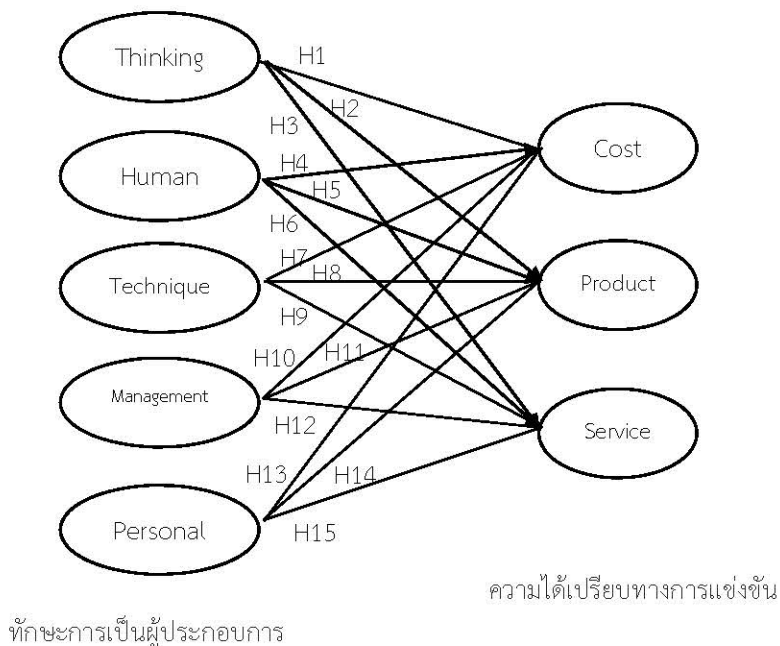
ตาราง 2 องค์ประกอบความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวแปร	แหล่งที่มา
ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost)	Kaleka (2002) และ Ismail (2013)
ความได้เปรียบด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	
ความได้เปรียบด้านการบริการ (Service)	

งานวิจัยของ พนิดา สัตโยภาส, บุญชนิด วิงวอน และ บุญพวรรณ วิงวอน (2555) แสดงให้เห็นว่าศักยภาพผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขันผ่านนวัตกรรมองค์กร โดยผู้ประกอบการจะต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ การนำ

เสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่รวดเร็ว ดำเนินงานในสิ่งที่ถนัด นโยบายธุรกิจที่เข้มแข็ง การจัดการความเสี่ยงความสามารถในการจัดการธุรกิจ และการตัดสินใจ เพื่อให้ธุรกิจเกิดความสามารถทางการแข่งขัน อีกทั้งการศึกษาของ สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีโรจน์ (2557) ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการจัดการของผู้บริหารมีผลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย รวมไปถึงปัจจัยด้านความสามารถของบุคลากร ความสามารถทางการตลาด และความเข้มข้นของการวิจัยและพัฒนา มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในทิศทางเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ Ong et al. (2010) ยังพบว่าความต้องการความสำเร็จและการรับรู้โอกาสเพื่อแสวงหาประโยชน์ของผู้ประกอบการมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วน Jasra et al. (2011) ได้เสนอว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านภาวะผู้นำ การตัดสินใจ

การจัดการ และความร่วมมือแบบมืออาชีพ เป็นทักษะที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้จากการศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้มีขอบเขตในการศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยเลือกเขตที่มีจำนวนผู้ประกอบการค้าปลีกเครื่องประดับจดทะเบียนมากกว่า 50 ร้านค้าขึ้นไป ได้แก่ เขตบางรัก เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตสัมพันธวงศ์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558) โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 ถึงเดือนมีนาคม 2559

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลล่าสุดในปี 2558 ซึ่งพบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 1,176 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558) และกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 100 ราย หรือประมาณ 8.5% ของจำนวนประชากรทั้งหมด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบกำลัง

สองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares Structural Modeling: PLS-SEM) ซึ่งเหมาะสมกับจำนวนตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยและไม่มีเงื่อนไขของการแจกแจง (Hair et al., 2014) โดยการศึกษาขนาดตัวอย่างจำนวน 100 ราย ในที่นี้ถือว่าเพียงพอต่อการนำไปวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ตามการอ้างอิงจากงานวิจัยของ Boomsma (1982) สำหรับการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ เนื่องจากเหตุผลที่มีข้อจำกัดด้านจำนวนประชากรที่มีจำนวนไม่มาก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดยแบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามคุณลักษณะของผู้ตอบ แบบสอบถามรวมถึงลักษณะของกิจการ ส่วนแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะคำถามแบบสเกลทัศนคติ (Likert Scale) โดยเป็นการสอบถามระดับความคิดเห็น 7 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง (7) เห็นด้วย (6) ค่อนข้างเห็นด้วย (5) เฉยๆ (4) ไม่ค่อยเห็นด้วย (3) ไม่เห็นด้วย (2) และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1) ในหัวข้อทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพความตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาข้อคำถามเพื่อทำการตรวจแก้ไขและนำกลับมาปรับปรุงให้เหมาะสม และทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.895 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงถึงระดับที่ยอมรับได้ (Nunnally, Bernstein and Berge, 1967)

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มีการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผ่านโปรแกรม Smart PLS เพื่อการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างและความสัมพันธ์ของตัวแปรทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามด้วยวิธีสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวโดยผู้วิจัย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกจากผู้ประกอบการที่สามารถให้ข้อมูลจากร้านค้าที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตบางรัก เขตพระนคร เขตปทุมวัน และเขตสัมพันธวงศ์ ตามข้อจำกัดของประชากรที่มีเพียง 1,176 รายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

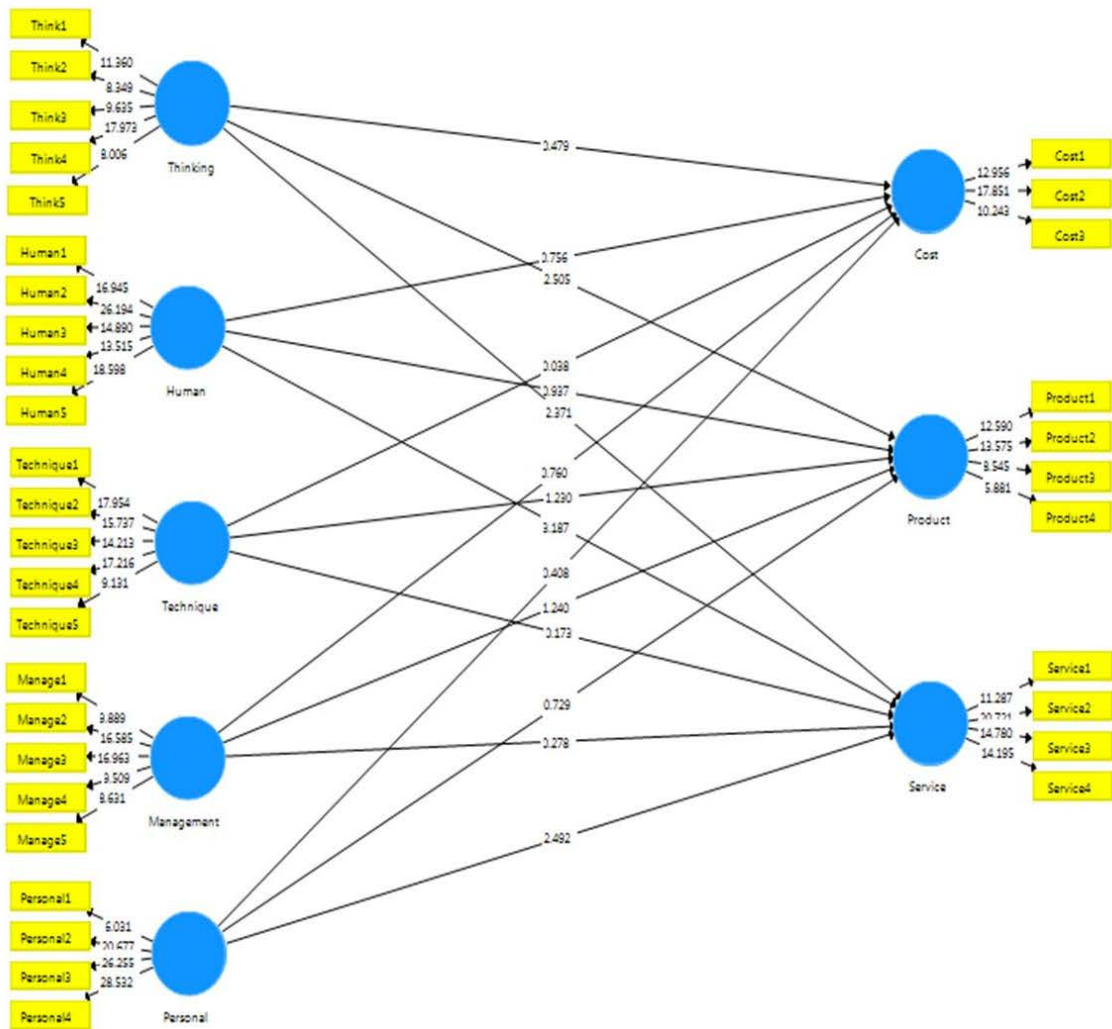
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย ซึ่งพบว่าเป็นเพศหญิงจำนวน 52 คน และเพศชาย จำนวน 48 คน มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า สำหรับลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย พบว่าส่วนใหญ่จดทะเบียนธุรกิจประเภทบุคคลธรรมดา มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 6 ปี มีจำนวนทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานของธุรกิจไม่เกิน 15 คน และพนักงานมีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวอย่างที่ได้จากการสำรวจพบว่าระดับทักษะการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยมีด้านมนุษยสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับมาก (6.03) ตามด้วยด้านการคิดวิเคราะห์ (5.9) และด้านบุคคล (5.835) ตามลำดับ ขณะที่ด้านเทคนิค (5.78) และด้านการจัดการ (5.7) เป็นทักษะของผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยที่มีคะแนนน้อยที่สุด ส่วนระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันพบว่ากิจการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด (6.25) ตามด้วยด้านบริการ (6.10) และด้านต้นทุนซึ่งอยู่ในระดับต่ำ (4.8)

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วนพบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างของทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย มีค่า SRMR เท่ากับ 0.089 ซึ่งสอดคล้องตามเกณฑ์ที่มีค่าต่ำกว่า 0.10 (Hu and Bentler, 1998) แสดงถึงความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Henseler et al. 2014) ดังภาพ 2 ขณะที่ตาราง 3 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของทุกองค์ประกอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.608 - 0.935 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ (Hair, Ringle, and Sarstedt, 2011; Hair et al., 2014) ค่าความเชื่อมั่นรวม (CR) ของเครื่องมือวัดตัวแปรทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ระหว่าง 0.818 - 0.924 ซึ่งสูงกว่าข้อกำหนดที่ 0.70 (Fornell and Larcker, 1981) ส่วน Cronbach's Alpha มีค่าระหว่าง 0.705 - 0.877 ซึ่งสูงกว่า 0.70 (Hair et al., 2011; Hair et al., 2014) แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ค่าความแปรปรวนของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (AVE) ของตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.504 - 0.803 ขณะที่ค่า CR ของตัวแปรทั้งหมดมีค่าสูงกว่า AVE ทุกตัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความเที่ยงตรงเชิงรวม (Convergent Validity) เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด



ภาพ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SRMR = 0.089)

ตาราง 3 ตัวชี้วัดคุณภาพทางสถิติของ PLS-SEM

องค์ประกอบ	Loading	CR	Cronbach's Alpha	AVE
ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (ES)				
1. ด้านการคิดวิเคราะห์		0.835	0.752	0.504
1.1 ทำวางแผนในการดำเนินธุรกิจ	0.753			
1.2 ทำใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น การออกแบบ	0.630			
1.3 ทำตัดสินใจในสภาวะกดดันได้	0.698			
1.4 ทำคิดวิเคราะห์เพื่อประเมินสถานการณ์ และ ทางเลือก	0.809			
1.5 ทำพัฒนาสินค้า บริการ หรือวิธีการทำงานใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง	0.644			

องค์ประกอบ	Loading	CR	Cronbach's Alpha	AVE
ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (ES)				
2. ด้านมนุษย์สัมพันธ์		0.910	0.876	0.669
2.1 ท่านโน้มน้าวใจ และสร้างแรงจูงใจให้ผู้อื่นได้	0.788			
2.2 ท่านสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.883			
2.3 ท่านทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี	0.814			
2.4 ท่านสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น เช่น ผู้ผลิต, พนักงาน, ลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ	0.788			
2.5 ท่านประสานงานหรือติดต่อธุรกิจได้ดี	0.812			
3. ด้านเทคนิค		0.895	0.854	0.632
3.1 ท่านบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.844			
3.2 ท่านแก้ปัญหาในการทำงานได้อย่างรวดเร็ว	0.814			
3.3 ท่านเจรจาต่อรองการซื้อ-ขายได้ดี	0.792			
3.4 ท่านมีเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน	0.811			
3.5 ท่านเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับ	0.707			
4. ด้านการบริหาร		0.870	0.815	0.574
4.1 ท่านแบ่งปันข้อมูลภายในองค์กร	0.725			
4.2 ท่านมอบหมายงานแก่พนักงานอย่างเหมาะสม	0.841			
4.3 ท่านประเมินผลการดำเนินงานเพื่อปรับปรุงแก้ไข	0.797			
4.4 ท่านรับมือกับเรื่องที่เหนือความคาดหมายได้ดี	0.718			
4.5 ท่านเป็นผู้นำในการดำเนินงานของธุรกิจ	0.696			
5. ด้านบุคคล		0.879	0.819	0.650
5.1 ท่านยอมรับความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจได้	0.608			
5.2 ท่านมองเห็นโอกาสของธุรกิจตนเอง	0.852			
5.3 ท่านกระตือรือร้นในการทำงาน และมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมาย	0.884			
5.4 ท่านชอบการทำงานที่ท้าทาย	0.851			
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)				
1. ด้านต้นทุน		0.924	0.877	0.803
1.1 ธุรกิจมีต้นทุนการผลิตสินค้าต่อหน่วยต่ำกว่าคู่แข่ง	0.926			
1.2 ธุรกิจมีต้นทุนสินค้าขายต่ำกว่าคู่แข่ง (Cost of goods sold)	0.935			
1.3 ราคาสินค้าต่ำกว่าคู่แข่งในสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกัน	0.823			
2. ด้านผลิตภัณฑ์		0.818	0.705	0.531
2.1 สินค้ามีคุณภาพและน่าเชื่อถือ	0.800			
2.2 สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากคู่แข่ง	0.767			
2.3 สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลาย	0.693			
2.4 สินค้ามีการรับประกัน หรือมีการรับรอง	0.645			

องค์ประกอบ	Loading	CR	Cronbach's Alpha	AVE
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)				
3. ด้านการบริการ		0.868	0.798	0.622
3.1 ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย	0.758			
3.2 ความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า	0.833			
3.3 มีการบริการหลังการขาย	0.764			
3.4 พนักงานสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้าได้	0.797			

ส่วนการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ดังตาราง 4 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยจากการพิจารณาค่ารากที่สองของ AVE ของตัวแปรแต่ละค่ามีค่าสูงกว่าค่า Cross Construct Correlation ทุกค่า (Fornell and Larcker, 1981) ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกในการวัดตัวแปรทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความคิดวิเคราะห์ ด้านมนุษย์สัมพันธ์ และด้านบุคคลมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.221, 0.359, และ 0.275 ตามลำดับ

ตาราง 4 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ตัวแปร	Thinking	Human	Technique	Management	Personal	Cost	Product	Service
Thinking	0.710							
Human	0.426	0.818						
Technique	0.456	0.502	0.795					
Management	0.573	0.495	0.573	0.757				
Personal	0.437	0.378	0.556	0.562	0.806			
Cost	0.204	0.203	0.182	0.236	0.192	0.896		
Product	0.500	0.394	0.469	0.487	0.413	0.234	0.729	
Service	0.463	0.529	0.392	0.411	0.475	0.127	0.532	0.789

ค่ารากที่สองของ AVE แสดงค่าในเส้นทแยงมุม

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงได้ดังตาราง 5 ซึ่งพบว่า สมมติฐานที่ 2 (H2) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านความคิดวิเคราะห์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.262 ขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3, 6, และ 15 (H3, H6 และ H15) แสดงให้เห็นว่าทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้าน

ตาราง 5 ผลการทดสอบอิทธิพลของทักษะการเป็นผู้ประกอบกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Hypothesis	Relationships	Path Coefficient	t-stat	p-value	ผลการทดสอบ
H1	Thinking --> Cost	0.070	0.479	0.632	ไม่สอดคล้อง
H2	Thinking --> Product	0.262	2.505	0.012*	สอดคล้อง
H3	Thinking --> Service	0.221	2.371	0.018*	สอดคล้อง
H4	Human --> Cost	0.091	0.756	0.450	ไม่สอดคล้อง
H5	Human --> Product	0.091	0.937	0.349	ไม่สอดคล้อง
H6	Human --> Service	0.359	3.187	0.001*	สอดคล้อง
H7	Technique --> Cost	0.006	0.038	0.970	ไม่สอดคล้อง
H8	Technique --> Product	0.174	1.230	0.219	ไม่สอดคล้อง
H9	Technique --> Service	-0.021	0.173	0.862	ไม่สอดคล้อง
H10	Management --> Cost	0.114	0.760	0.448	ไม่สอดคล้อง
H11	Management --> Product	0.140	1.240	0.215	ไม่สอดคล้อง
H12	Management --> Service	-0.037	0.278	0.781	ไม่สอดคล้อง
H13	Personal --> Cost	0.060	0.408	0.683	ไม่สอดคล้อง
H14	Personal --> Product	0.089	0.729	0.466	ไม่สอดคล้อง
H15	Personal --> Service	0.275	2.492	0.013*	สอดคล้อง

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องทักษะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย ผลการศึกษาพบว่าตัวอย่างกิจการที่ได้จากการสำรวจมีระดับทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านมนุษย์สัมพันธ์และด้านการคิดวิเคราะห์มากที่สุด ขณะที่ทักษะด้านการจัดการและด้านเทคนิคเป็นทักษะที่ควรได้รับการส่งเสริมและปรับปรุงมากที่สุด ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยจากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่ากิจการในธุรกิจนี้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการในระดับสูง ขณะที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนยังอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งควรได้รับการพัฒนาหรือการปรับปรุงเป็นอย่างมาก

อย่างไรก็ตามเนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับในประเทศไทยมีข้อจำกัดเรื่องวัตถุดิบที่ต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้มีความผันผวนของราคา คุณภาพ

และปริมาณ รวมถึงข้อจำกัดทางด้านเทคโนโลยี ดังนั้นการได้มาซึ่งความได้เปรียบทางด้านต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมดังกล่าว จึงถือเป็นความท้าทายของกิจการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากภาครัฐ เอกชน หรือสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการออกนโยบายหรือแนวทางในการสนับสนุนการบริหารด้านต้นทุนของกิจการให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีร์โรจน์ (2557) ที่ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเผชิญกับประเด็นเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนเช่นเดียวกัน

สำหรับการวิเคราะห์ PLS-SEM ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยสามารถสรุปผลได้ว่า การส่งเสริมทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านการคิดวิเคราะห์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ของกิจการในอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านมนุษย์สัมพันธ์

ด้านบุคคล และด้านการคิดวิเคราะห์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน ทั้งนี้การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีร์โรจน์ (2557) ที่ได้ชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการว่ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงงานวิจัยของ พนิดา สัตโยภาส และคณะ (2555) ที่ได้สรุปว่าผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายและความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

สำหรับข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเสนอแนะว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทย ควร

มีการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคคล และด้านการคิดวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับในระยะยาวต่อไป ขณะที่การพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการด้านเทคนิค และด้านการจัดการก็ควรได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนามากขึ้น อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบบางงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงปัญหาของความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ผู้วิจัยเสนอแนะว่าควรมีการศึกษาถึงแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจค้าปลีกเครื่องประดับไทยผ่านรูปแบบของวิธีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการในอุตสาหกรรมธุรกิจเครื่องประดับไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). *สถิติการจดทะเบียนธุรกิจกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2558*. สืบค้นวันที่ 8 เมษายน 2559 จาก <http://datawarehouse.dbd.go.th>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574*. สืบค้นวันที่ 5 ธันวาคม 2558 จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf.
- โกศล จิตวิรัตน์ และ เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2559). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราแปรรูปขั้นต้นภายใต้การเปลี่ยนแปลงในลักษณะเชิงพลวัต. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(1), 154-165.
- พินิตา สัตโยภาส, บุญชนิด วิงวอน และ บุญทวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. *การประชุมวิชาการวิจัยร่วมไพพรณิ ครั้งที่ 6*, 262-273.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ*. สืบค้นวันที่ 28 ธันวาคม 2558 จาก http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_GemAndJewelry_2015.pdf.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). *แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รายสาขา อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ*. สืบค้นวันที่ 30 ธันวาคม 2558 จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER039/GENERAL/DATA0000/00000021.PDF>.
- _____ (2558). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2558*. สืบค้นวันที่ 2 มกราคม 2559 จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2558>.
- สาทิตร ม่วงหมี คลิล วัชรพงษ์กิตติ และ สุดาพร สาวม่วง. (2557). รูปแบบการตลาดที่ยั่งยืนของธุรกิจขนาดย่อมตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(1), 20-33.
- สุนทรารักษ์ สุทธิจันทร์ และ เมธา สุธีโรจน์. (2557). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 9(2), 92-102.

References

- Barney, J. B. (1995). Looking inside for competitive advantage. *The Academy of Management Executive*, 9(4), 49-61.
- Boomsma, A. (1982). The robustness of LISREL against small sample sizes in factor analysis models. *Systems under indirect observation: Causality, structure, prediction*, 1, 149-173.
- Chuang, S. H. (2004). A resource-based perspective on knowledge management capability and competitive advantage: an empirical investigation. *Expert Systems with Applications*, 27(3), 459-465.
- Department for Business Innovation and Skills. (2015). *Entrepreneurship Skills: Literature and Policy Review*. Retrieved December 26, 2015 from www.gov.uk/government/publications/entrepreneurship-skills-literature-and-policy-review.

- Department of Business Development. (2015). *Businesses Registered Statistics in Bangkok, B.E. 2558*. Retrieved April 8, 2016 from <http://datawarehouse.dbd.go.th> (in Thai).
- Fornell, C., and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.
- Hair, J., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: indeed a silver bullet. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–151.
- Hair, J., Joseph, F., Tomas, M. G., Ringle, C., and Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles, USA: SAGE Publishing.
- Henry, C., Hill, F., and Leitch, C. (2005). Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education+ Training*, 47(2), 98–111.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., Ketchen, D. J., Hair, J. F., Hult, G. T. M., and Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality about Partial Least Squares: Comments on Rönkkö & Evermann (2013), *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209.
- Hu, L. T., and Bentler, P. M. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424–453.
- Ismail, M. D. (2013). Learning orientation and trust in small and medium enterprise (SME) export competitive advantage. *Asian Academy of Management Journal*, 18(2), 153–179.
- Jasra, J. M., Hunjra, A. I., Rehman, A. U., Azam, R. I., and Khan, M. A. (2011). Determinates of business success of small and medium enterprises. *International Journal of Business and Social Science*, 2(20), 274–280.
- Jitvirat, K., and Yawirat, N. (2016). A confirmatory factor analysis of factors influencing the competitiveness of rubber gross industry entrepreneurs under conditions of dynamic change. *Journal of the Association of Researchers*, 21(10), 154–165. (in Thai).
- Kaleka, A. (2002). Resources and capabilities driving competitive advantage in export markets: guidelines for industrial exporters. *Industrial Marketing Management*, 31(3), 273–283.
- Kasikorn Research Center. (2015). *Gem and Jewelry Business*. Retrieved December 28, 2015 from http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_GemAndJewelry_2015.pdf. (in Thai).
- Liñán, F. (2008). Skill and value perceptions: How do they affect entrepreneurial intentions?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 257–272.
- Ministry of Industry. (2012). *National Industrial Development Master Plan, B.E.2555-2574*. Retrieved December 5, 2015 from http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf. (in Thai).
- Muangmee, S., Watcharapongkitti, S., and Saomong, S. (2014). The sustainable marketing model of the small enterprises in accordance to sufficiency economy philosophy. *Journal of the Association of Researchers*. 19(1), 20–33. (in Thai).

- Nieuwenhuizen, C. and Rossouw, D. (2011). *Business Management: A Contemporary Approach*. South Africa: Juta and Company Ltd.
- Nunnally, J. C., Bernstein, I. H., and Berge, J. M. T. (1967). *Psychometric theory*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2013). *Small and Medium Enterprises Promotion Action Plan: Gems and Jewelry Industrial*. Retrieved December 30, 2015 from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER039/GENERAL/DATA0000/00000021.PDF>. (in Thai).
- _____ (2015). *White Paper on Small and Medium Enterprises of Thailand in 2015*. Retrieved January 2, 2016 from <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2558>. (in Thai).
- Ong, J. W., Ismail, H. B., and Goh, G. G. G. (2010). The competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs): The role of entrepreneurship and luck. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 23(3), 373–391.
- Osemek, M. (2012). Entrepreneurial development and interventionist agencies in Nigeria. *International Journal of Business and Social Science*, 3(8), 255–265.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy, Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press.
- Sattayopat, P., Wingwon, B., and Wingwon, B. (2012). Potential of entrepreneurs and the organizational innovation toward for competitiveness of small and medium enterprises. *The 6th Conference on Rambhaibarni Research*. 262–273. (in Thai).
- Smith, W. L., Schallenkamp, K., and Eichholz, D. E. (2007). Entrepreneurial skills assessment: an exploratory study. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 4(2), 179–201.
- Stumpf, S. S., Dunbar, R. L. M., and Mullen, T. P. (1991). Developing entrepreneurial skills through the use of behavioural simulations. *Journal of Management Development*, 10(5), 32–45.
- Sutthichan, S. and Sutheeraroj, M. (2014). The effected factors of competitive advantage of gems and jewelry export industries in Thailand. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 9(2), 92–102. (in Thai).
- Tan, H. H. and Lim, A. K. (2009). Trust in coworkers and trust in organizations. *The Journal of Psychology*, 143(1), 45–66.
- Wagner, T. (2008). *Tony Wagner's Seven Survival Skills*. Retrieved December 2, 2015 from <http://www.tonywagner.com/7-survival-skills>.