กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง
The Adaptation of Business Strategies for the Survival of the Pottery Business in the Central Region

หทัยภัทร พลชโตทัย[1] พัทธ์พสุตม์ สาธุนุวัฒน์[2]
Hathaiphat Phonchatothai, Patpasut Satunuwat

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง 2) ศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง 3) เปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง จำนวน 236 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.08 มีอายุ 20-40 ปี ร้อยละ 71.19 สถานภาพสมรส ร้อยละ 44.49 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.24 ประสบการณ์ทางธุรกิจ 4-6 ปี ร้อยละ 51.27 และรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 59.75 และมีปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความรับผิดชอบ รองลงมา คือ ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความกล้าเสี่ยง 2) กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านนวัตกรรม รองลงมา คือ ด้านต้นทุนต่ำ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน 3) ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีกล

Received: 2021-02-19 **Revised**: 2021-03-21 **Accepted**: 2021-03-23

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Master of Business Administration Degree in Business Administration, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.
Corresponding Author e-mail: Bozeiewz@gmail.com

[2] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University.

ยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา โดยรวมแตกต่างกัน และ 4) ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา มีความสัมพันธ์ทางบวก กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง โดยรวม อยู่ในระดับสูงมาก
คำสำคัญ (Keywords): กลยุทธ์การปรับตัว; ความอยู่รอดของธุรกิจ; เครื่องปั้นดินเผา

Abstract

This research aimed to: 1) study personal factor and the characteristics of pottery entrepreneurs in the central region; 2) study the adaptation of business strategies for the survival of pottery business in the central region; 3) compare the business strategies of the pottery business, classified by personal factors; and 4) study the relationship between the characteristics of the pottery business owners and their ideas to keep the business survived in the market. This research was descriptive research. Sampling of 236 pottery business owner in central of Thailand. The research method was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA and Pearson's correlation coefficient. The research findings were as follows: 1) most of the samples were female 55.08%, age 20-40 years 71.19%, marital status 44.49%, bachelor's degree 54.24%, business experience 4 - 6 years 51.27%, and monthly income 15,001 - 30,000 baht 59.75% and characteristics of the overall pottery entrepreneurs in the central region is in a high level. The highest average values are rank from responsibility for business, followed by the drive to be success. The lowest average value is risk taking; 2) the overall of the adaptation of business strategies of pottery business in central region is in a high level. The highest average value is innovation, and to control the cost (lower the cost). The lowest average value is to create an outstanding point in market competition; 3) The pottery entrepreneurs in the central region of Thailand with different ages, status, and educational levels have different idea of creating business strategies; and 4) In overall, pottery business owners in central region of Thailand have positive idea and ability toward the adaptation of business strategy for survival.
Keywords: Adaptation strategies; Business survival; Pottery

บทนำ (Introduction)

เครื่องปั้นดินเผาเป็นเครื่องใช้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินวิถีชีวิตของมนุษย์ตลอดระยะเวลายาวนาน ตั้งแต่อดีตก่อนประวัติศาสตร์จนถึงปัจจุบัน (สุจินันท์ ใจแก้ว, 2560) แต่อย่างไรก็ตามเมื่อมีการพัฒนาของภาคการผลิต ทำให้มีผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยหลากหลายขึ้น มีวัสดุใหม่ ๆ อาทิ พลาสติก สแตนเลส แก้ว ซีเมนต์ ยาง อลูมิเนียม เมลามีน ฯลฯ เข้ามาตอบรับวิถีชีวิตของผู้คนในบริบทสังคมปัจจุบันที่มุ่งเน้นความสะดวกสบาย และรวดเร็ว ได้เข้ามาแทนที่เครื่องใช้สอยจากภูมิปัญญาของท้องถิ่นของไทยอย่างเครื่องปั้นดินเผา (รจนา จันทราสา, 2560) ประกอบกับการรายงานธุรกิจและอุตสาหกรรมเด่น-เสี่ยง ปี พ.ศ.2563 ของธนาคารออมสิน (2562) ชี้ให้เห็นว่า ธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาถูกจัดอยู่ใน Sunshine industry ซึ่งหมายถึง ธุรกิจ/อุตสาหกรรมทรงตัวหรือมีการเติบโตเล็กน้อย และ/หรือได้รับผลทั้งเชิงบวกและลบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและปัจจัยแวดล้อม ที่มีความเสี่ยงสูง ส่วนธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง มีสถานประกอบการที่ปิดตัวลงไปหลายแห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2563) จากผลกระทบทั้งราคาก๊าซแอลพีจีที่ขยับเพิ่มสูงขึ้น และจากปัญหาค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทของรัฐบาล รวมถึงปัญหาโควิดที่ทำให้ไม่สามารถส่งออกได้ ทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถประกอบกิจการต่อไปได้ ดังนั้นธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาจึงต้องปรับตัว เพื่อความอยู่รอด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัวเพื่ออยู่รอดของธุรกิจ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอด และเติบโตต่อไปได้ในโลกแห่งความเปลี่ยนแปลง จากการสังเคราะห์กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจตามแนวคิดของปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2554) ; วิไลวรรณ ศรีอักษร (2557) ; ปรีดา ยังสุขสถาพร (2558) ; สุชนนี เมธิโยธิน (2560) ; กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2562) และพอร์เตอร์ (Porter, 1980) พบว่า มี 4 กลยุทธ์ คือ ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนต่ำ ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม และด้านนวัตกรรม

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การปรับตัว เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง เพื่อนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การปรับตัว สำหรับผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในสภาวการณ์ที่มีการแข่งขันสูง และเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง

2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง

3. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผากับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง จำนวน 570 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2563) ; (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563); (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง จำนวน 236 คน ได้มาโดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรของยามาเน (Yamane, 1973) ที่ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง และพัฒนาขึ้น เพื่อศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทางธุรกิจ และรายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเนื้อหาแบ่งเป็น 5 ด้าน จำนวน 25 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านความเป็นตัวของตัวเอง จำนวน 5 ข้อ 2) ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม จำนวน 5 ข้อ 3) ด้านความกล้าเสี่ยง จำนวน 5 ข้อ 4) ด้านความรับผิดชอบ จำนวน 5 ข้อ และ 5) ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่ระหว่าง 0.6-1.0 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่า 0.5 ขึ้นไปทุกข้อ (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2559) และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.80

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ตามแนวของลิเคิร์ท (Likert) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีเนื้อหาแบ่งเป็น 4 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน จำนวน 5 ข้อ 2) ด้านต้นทุนต่ำ จำนวน 5 ข้อ 3) ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม จำนวน 5 ข้อ และ 4) ด้านนวัตกรรม จำนวน 5 ข้อ ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่

ระหว่าง 0.6-1.0 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนดไว้มากกว่า 0.5 ขึ้นไปทุกข้อ (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2559) และมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.87

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี คือ 1) กรณีที่ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาอยู่ในจังหวัดที่ไกลจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ พร้อมกับแนบซองที่จ่าหน้าซองถึงผู้วิจัยและติดแสตมป์ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามจัดส่งแบบสอบถามที่ตอบแล้วส่งคืนให้ผู้วิจัยทางไปรษณีย์ และ 2) กรณีที่ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาอยู่ในจังหวัดที่ไม่ไกลจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ จำนวน 236 ชุด ระหว่างวันที่ 26 สิงหาคม - 31 ธันวาคม พ.ศ.2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบแล้วนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ด้วยค่าร้อยละ (Percentage)

4.2 วิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4.3 เปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ที่มี 2 ตัวแปร ได้แก่ เพศ ด้วยการทดสอบที (t-test) และปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีตัวแปร 3 ตัวขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทางธุรกิจ และรายได้ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA)

4.4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation) ตามวิธีของเพียร์สัน (Pearson)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.08 มีอายุ 20-40 ปี ร้อยละ 71.19 สถานภาพสมรส ร้อยละ 44.49 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.24 ประสบการณ์ทางธุรกิจ 4-6 ปี ร้อยละ 51.27 และรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 59.75 และผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความรับผิดชอบ และด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวม

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านความเป็นตัวของตัวเอง	4.42	0.35	มาก
2. ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม	4.46	0.36	มาก
3. ด้านความกล้าเสี่ยง	4.41	0.36	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบ	4.49	0.35	มาก
5. ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ	4.47	0.33	มาก
ในภาพรวม	**4.45**	**0.26**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\overline{X}$ = 4.49, S.D. = 0.35) รองลงมา คือ ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ ($\overline{X}$ = 4.47, S.D. = 0.33) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความกล้าเสี่ยง ($\overline{X}$ = 4.41, S.D. = 0.36)

2. ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนต่ำ ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม และด้านนวัตกรรม แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวม

กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน	4.40	0.32	มาก
2. ด้านต้นทุนต่ำ	4.43	0.37	มาก
3. ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม	4.41	0.36	มาก
4. ด้านนวัตกรรม	4.44	0.34	มาก
โดยรวม	**4.43**	**0.29**	**มาก**

จากตารางที่ 2 พบว่า กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านนวัตกรรม ($\overline{X}$ = 4.44, S.D. = 0.34) รองลงมา คือ ด้านต้นทุนต่ำ ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.37) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = 0.32)

3. ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขต ภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปผลความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยของการเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
1. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีเพศต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	t-test		✓
2. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีอายุต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	✓	
3. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีสถานภาพต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	✓	

ตารางที่ 3 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ทดสอบ	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
4. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	One-Way ANOVA	✓	
5. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	One-Way ANOVA		✓
6. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา แตกต่างกัน	One-Way ANOVA		✓

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาโดยรวมแตกต่างกัน

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน แสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผากับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา	กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา				
	ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน	ด้านต้นทุนต่ำ	ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม	ด้านนวัตกรรม	โดยรวม
1. ด้านความเป็นตัวของตัวเอง	.499**	.451**	.461**	.447**	.560**
2. ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม	.540**	.513**	.524**	.523**	.633**
3. ด้านความกล้าเสี่ยง	.523**	.491**	.569**	.536**	.639**
4. ด้านความรับผิดชอบ	.402**	.364**	.496**	.418**	.507**

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา	กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา				
	ด้านการสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน	ด้านต้นทุนต่ำ	ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม	ด้านนวัตกรรม	โดยรวม
5. ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ	.428**	.356**	.606**	.529**	.579**
โดยรวม	.642**	.585**	.710**	.657**	.783**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา มีความสัมพันธ์ทางบวก กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง โดยรวม อยู่ในระดับสูงมาก (r = .783) เมื่อพิจารณาปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาที่มีความสัมพันธ์ กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ เป็นรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง โดยด้านที่มีความสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านความกล้าเสี่ยง (r = .639) รองลงมา ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม (r = .633) และต่ำที่สุด คือ ด้านความรับผิดชอบ (r = .507)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญในการอภิปรายผล ดังนี้

1. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ลงทุนในธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาที่ต้องยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนและกำไร รวมทั้งควบคุมการดำเนินการธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจึงควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความ

รับผิดชอบ และ ด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จ เพื่อทำให้ธุรกิจนั้นดำเนินงานไปด้วยดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2561) เรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบันความนิยมในการใช้เครื่องปั้นดินเผาลดลง อีกทั้งระบบอุตสาหกรรมได้เข้ามามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทยในหลากหลายมิติ ทั้งการบริโภค การสื่อสาร สังคม ทำให้ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ ขุนทอง ศาลางาม (2553) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การปรับตัวขององค์การเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หลากหลาย และสลับซับซ้อน ในปัจจุบันทำให้องค์การต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์การแบบใดก็ตาม มีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อความกดดันของสภาพแวดล้อมโดยการทำงานแบบเดิม ๆ ที่เคยประสบความสำเร็จ และเจริญก้าวหน้าในอดีตอาจล้าสมัย และไม่สามารถทำให้องค์การสามารถบรรลุเป้าหมายได้ในปัจจุบันได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันยารัตน์ หลายแห่ง (2556) เรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม พบว่า กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม อยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลางที่มีอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา ในภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาอายุต่างกัน ทำให้มีประสบการณ์ในชีวิตแตกต่างกันไป ย่อมส่งผลให้ทัศนคติ และความคิดเห็นต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ โชติ บดีรัฐ (2561) เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเตาไห อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้าน เตาไห ได้แก่ สถานภาพการสมรส และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และงานวิจัยของ ขุนทอง ศาลางาม (2553) เรื่อง กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีกลยุทธ์การปรับตัวโดยรวมแตกต่างกัน

4. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา มีความสัมพันธ์ทางบวก กับกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตภาคกลาง ในภาพรวมอยู่ใน

ระดับสูงมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัย แสดงให้เห็นว่า ถ้าผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความรับผิดชอบ และด้านความต้องการมุ่งความสำเร็จโดยรวมมาก ย่อมทำให้กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจมากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557) เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ และงานวิจัยของ วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ผู้ประกอบการควรแสวงหาและพัฒนารวมทั้งนำความรู้ใหม่ ๆ ให้ตนเองอยู่เสมอ โดยการศึกษาเพิ่มเติมด้วยตนเองจากหนังสือ อินเทอร์เน็ต หรือการศึกษาดูงานจากกลุ่มเครื่องปั้นดินเผาที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.2 ผู้ประกอบการควรมีความชำนาญในด้านนวัตกรรม โดยการหาความรู้เพิ่มเติม เช่น การเข้าอบรมเชิงปฏิบัติการด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาที่หน่วยงานต่าง ๆ จัดขึ้น การรวมกลุ่มแล้วเชิญวิทยากรด้านนวัตกรรมที่เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผามาให้ความรู้ภายในกลุ่ม เป็นต้น

1.3 ผู้ประกอบการควรกล้าเสี่ยงและกล้าริเริ่มต่อสิ่งใหม่ ๆ โดยการศึกษาการบริหารความเสี่ยง ก่อนการตัดสินใจริเริ่มสิ่งใหม่ หรือการหาที่ปรึกษาที่มีความชำนาญหรือประสบความสำเร็จทางธุรกิจมาก่อน

1.4 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามเวลา โดยการวางแผนการผลิต และจัดการการขนส่งให้เป็นระบบ

1.5 ผู้ประกอบการควรมีความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจเครื่องปั้นดินเผา และพยายามถ่ายทอดวิชาความรู้ของตนให้กับคนรุ่นหลังเกียรติยศชื่อเสียงก็จะตามมาเอง

1.6 ผู้ประกอบการควรสร้างความแตกต่างทางด้านรูปทรงของผลิตภัณฑ์ โดยค้นหาแรงบันดาลใจใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์งานรูปแบบใหม่ ๆ เพราะเครื่องปั้นดินเผาจัดเป็นงานศิลปะรูปแบบหนึ่ง

1.7 ผู้ประกอบการควรรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิมหรือต่ำลง โดยการทำบัญชีรายรับรายจ่ายอย่างเป็นระบบ และควรสร้างเครือข่าย หรือกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา เพื่อการช่วยเหลือหรือต่อรองเกี่ยวกับต้นทุนการซื้อวัตถุดิบไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงมากเกินไป

1.8 ผู้ประกอบการควรสร้างขนาดและหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อน การสร้างขนาดและหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

1.9 ผู้ประกอบการควรสร้างความเข้าใจนวัตกรรมและวิธีการสร้างนวัตกรรม โดยการหาความรู้เกี่ยวกับวิธีการสร้างนวัตกรรม เช่น การศึกษาดูงานจากกลุ่ม หรือผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผาที่ประสบความสำเร็จ

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจเครื่องปั้นดินเผาในเขตพื้นที่อื่น ๆ

2.2 ควรมีการศึกษากลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2563). *แหล่งค้นหาข้อมูลนิติบุคคล และประเภทธุรกิจในประเทศไทย*. สืบค้น 25 พฤษภาคม 2563, จาก https://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลง. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2563, จาก https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/qs-whybusinesschange.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). รายงานสรุปประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามพื้นที่. สืบค้น 13 มกราคม 2563, จาก http://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17.

กันยารัตน์ หลายแห่ง. (2556). *กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ขุนทอง ศาลางาม. (2553). *กลยุทธ์การปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกในเขตเทศบาลเมืองปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

โชติ บดีรัฐ. (2561). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาบ้านเตาไห อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.* 12 (2), 388-408.

ธนาคารออมสิน. (2562). *รายงานธุรกิจและอุตสาหกรรมเด่น-เสี่ยง ปี 2563*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน.* กรุงเทพฯ: จรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.

ปราณี หลำเบ็ญสะ. (2559). *การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล.* ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ปรีดา ยังสุขสถาพร. (2558). *Strategy, บทความสำหรับบุคคลทั่วไป, องค์ความรู้.* สืบค้น 28 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.ftpi.or.th/2015/3390.

รจนา จันทราสา. (2560). *การศึกษามรดกวัฒนธรรมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาเครื่องปั้นดินเผาเตาแม่น้ำน้อย สิงห์บุรี.* กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2557). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออก.* การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

วิไลวรรณ ศรีอักษร. (2557). นวัตกรรมกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบคู่แข่งขันอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต.* 8 (2), 98-109

สวลี วงศ์ไชยา. (2561). อิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารสมาคมนักวิจัย.* 23 (2), 139-159.

สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). ข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP 57-61 สืบค้น 13 มกราคม 2563, จาก https://cep.cdd.go.th/services/otop2563.

สุจินันท์ ใจแก้ว. (2560). *ทิศทางการผลิตและการตลาดเครื่องปั้นดินเผา จังหวัดอุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

สุชนนี เมธิโยธิน. (2560). กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน. *วารสารนักบริหาร.* 16 (1), 127-133.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors.* New York: Free Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis.* (3rd Ed.). New York : Harper & Row.