



**ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย**
**The Competitive Advantage of Agricultural Processing
Industry SMEs Entrepreneurs in Upper Northern Region, Thailand**

อัจฉรา เมฆสุวรรณ*

Atchara Meksuwan*

คณะพาณิชยศาสตร์และการอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยอินเตอร์ลำปาง

173/1 ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100

Lecturer, Faculty of Commerce and Service Industries, Lampang Inter-Tech College

173/1 Chumphu Sub-District, Muang District, Lampang Province 52100

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของภาวะผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การและความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ประชากร คือ ผู้ประกอบการ จำนวน 119 คน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยเทคนิค SMART-PLS2.0 ผลวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้ประกอบการ และวัฒนธรรมองค์การ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเครือข่ายธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์การ มากที่สุด รองลงมา คือ ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

คำสำคัญ : ภาวะผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การ ความได้เปรียบในการแข่งขัน

* Corresponding Author. E-mail: atchara.meksuwan@gmail.com



Abstract

The purposes of this research were to study the entrepreneurship, business networking, culture organization and competitive advantage, and to study of effect toward the competitive advantage of agricultural processing industry SMEs in upper northern region of Thailand. The population was 119 entrepreneurs. The research tool was questionnaire by applying descriptive statistics to analyze percentage, average, standard deviation and inferential statistics to analyze correlation of structural equation model with SMART-PLS2.0. The outcomes of research revealed the opinion levels toward entrepreneurship and culture organization were rated as highest level, and followed by business networking and competitive advantage were rated as high level. The correlation of structural equation model analysis revealed that entrepreneurship had highest direct effect toward culture organization and followed by entrepreneurship had direct effect toward business networking, culture organization had direct effect toward competitive advantage, entrepreneurship had direct effect toward competitive advantage and business networking had direct effect toward competitive advantage.

Keywords: Entrepreneur, Business networking, Organization culture, Competitive advantage

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ถือเป็นรากฐานสำคัญของระบบเศรษฐกิจขั้นพื้นฐานในการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และสร้างคน ในปี พ.ศ. 2556 มีการจ้างงานในกิจการทุกขนาดรวมทั้งสิ้น 14,098,563 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดใหญ่ (LE) จำนวน 2,682,323 คน และเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 11,414,702 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.96 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด โดยที่วิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) จะมีสัดส่วนต่อการจ้างงานรวมสูงที่สุด ถึงร้อยละ 73.79 และมีสัดส่วนต่อ SMEs สูงที่สุดถึงร้อยละ 91.14 (The Office of SMEs Promotion, 2014) การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญกับสมาชิกกลุ่มจนเกิดการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์ แบ่งสุข ซึ่งกันและกัน โดยผ่านการบูรณาการและการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยมีวัฒนธรรมองค์กรเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนด้วยรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการจัดการความรู้



เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยเหตุนี้ทำให้มีจำนวนของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับอนุมัติจดทะเบียนในแต่ละจังหวัดเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องจากการมุ่งเน้นสร้างศักยภาพของคนในพื้นที่ด้วยการสร้างความร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจกัน และทำให้กลุ่มเครือข่ายมีความเข้มแข็ง โดยยึดหลักความพอเพียงและพึ่งตนเองได้ในระยะยาว (Suttisong et al., 2014)

สำหรับการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลลัพธ์ส่วนใหญ่เกิดจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เพื่อยกระดับราคาผลผลิต ไม่ให้ตกต่ำ ช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผลผลิตทางการเกษตรด้วยการแปรรูปเป็นอาหารระดับอุตสาหกรรมที่สามารถรองรับวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นอาหารจำนวนมากได้ กลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนบน มีการประกอบกิจการที่โดดเด่นตามบริบทพื้นที่ทางเกษตร ได้แก่ การเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ และดอกไม้เมืองหนาว และการผลิตภาคอุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่โดดเด่น ได้แก่ การผลิตแปรรูปเกษตรธุรกิจ ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงราย (The Office of SMEs Promotion, 2014) แต่การประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรภาคเหนือตอนบน โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินงานกิจการในรูปแบบของเจ้าของกิจการคนเดียว มีต้นทุนเริ่มกิจการไม่สูงมากนัก ขาดการวางแผนธุรกิจสำหรับดำเนินงานระยะยาว ผู้ประกอบการขาดการประกอบการที่ดี (Kaewjomnong, 2015) ขาดการบริหารเชิงรุกและการบริหารความเสี่ยงเพื่อเผชิญกับสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจระดับโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การคุกคามของคู่แข่งชั้นรายใหม่และมีการคุกคามของสินค้าทดแทน ถึงแม้ว่าการดำเนินงานของธุรกิจจะมีเครือข่ายของธุรกิจสำหรับแลกเปลี่ยนวัตถุดิบซึ่งกันและกันเพื่อเป็นการลดต้นทุนของการดำเนินงาน รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (Makchang & Kongnual, 2006; Chiarakul, 2014) ย่อมจำเป็นต้องรักษาและคงสถานะเครือข่ายต่อไปเพื่อการดำเนินงานของธุรกิจ หากการดำเนินงานขาดเครือข่ายและขาดความร่วมมือของสมาชิกในองค์การ และภายนอกองค์การอาจส่งผลให้พบกับความล้มเหลวของธุรกิจ และไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันตลาดธุรกิจได้ เนื่องจากขาดแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญเนื่องมาจาก ผลลัพธ์บางประเภทต้องอาศัยทักษะและความประณีตในการผลิต ขาดการบูรณาการทุนทางปัญญาของชุมชนดั้งเดิมเข้ามาประยุกต์ใช้และไม่มีการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การผลิตยังเป็นการผลิตเพื่อพอยขายเฉพาะกลุ่มไม่ต้องการเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อสินค้า (Chiarakul, 2014)

ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลการวิจัยที่ได้นำไปใช้ในการส่งเสริมผู้ประกอบการให้พร้อมรับมือในภาคอุตสาหกรรมของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ซึ่งเป็นธุรกิจที่กำลังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและมีจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายธุรกิจในการดำเนินงานเพื่อสร้างความแข็งแกร่งในการต่อสู้ทางธุรกิจ และจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมจากพนักงานภายในองค์กรในการสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมองค์กรและต่อยอดให้ธุรกิจไปสู่เป้าหมายขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของภาวะผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กรและความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิด สมมติฐานการวิจัยและตัวแปรในการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้ ภาวะผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ และขยายตลาดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องมีบทบาท 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่ (1) สามารถแนะนำนวัตกรรมใหม่ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการอย่างต่อเนื่อง (2) ความกล้าเสี่ยง และ (3) การทำงานเชิงรุกสามารถจำแนกคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ (Miller, 1983)

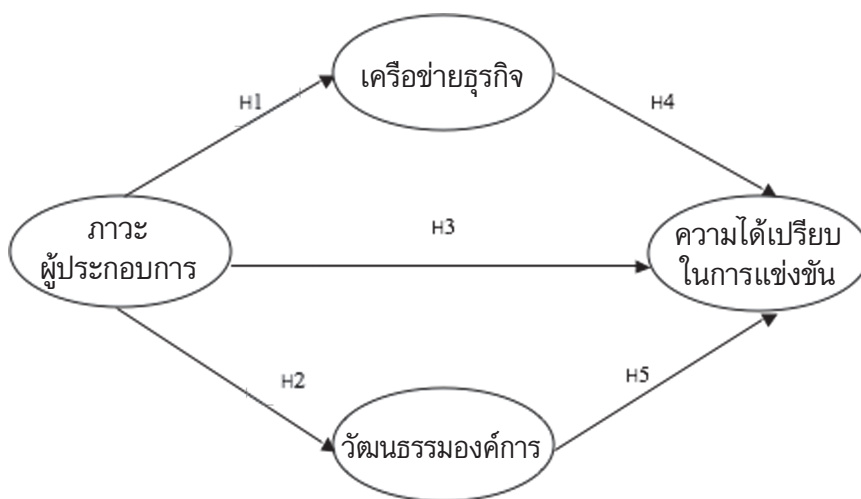
เครือข่ายธุรกิจ หมายถึง การดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยการสร้างความสัมพันธ์อันดีจนเกิดเป็นเครือข่ายที่อาจมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันทางโอกาสและทรัพยากรต่อการดำเนินธุรกิจ ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จระหว่างเครือข่ายทางธุรกิจ SMEs (Farinda et al., 2009)

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อหรือค่านิยมที่มีอยู่ร่วมกันภายในจิตใจของคนเราจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ภายในองค์กร โดยลักษณะวัฒนธรรมองค์กรประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ (1) วัฒนธรรมแบบเน้นการมีส่วนร่วม (2) วัฒนธรรมแบบเน้นการเปลี่ยนแปลงพัฒนา (3) วัฒนธรรมแบบเน้นสายการบังคับบัญชา และ (4) วัฒนธรรมแบบเน้นการตลาด (Cameron & Attington, 1996)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งให้ลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ต้องอาศัยกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ และต้องคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำ และการสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งและการตอบสนองที่รวดเร็ว (Porter, 1980)

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยโดยวิธีการสำรวจ (Survey research) เป็นการวิจัยที่พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 4 ปัจจัย คือ (1) ภาวะผู้ประกอบการ ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Miller (1983) (2) เครือข่ายธุรกิจ ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Farinda et al. (2009) (3) วัฒนธรรมองค์การ ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Cameron & Attington (1996) และ (4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Porter (1998) และได้สมมติฐานการวิจัยประกอบด้วย 5 สมมติฐาน คือ H1: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ H2: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ H3: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน H4: เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และ H5: วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน แสดงดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยแบบสอบถามมี 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ และตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การ และความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่มีความโดดเด่น ทั้ง 3 จังหวัด แบ่งเป็นจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 103 ราย เชียงราย จำนวน 20 ราย และลำพูน จำนวน 4 ราย รวมทั้งสิ้น 127 ราย ดำเนินการขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม โดยใช้ระยะเวลาประมาณ 3 เดือน เพื่อให้ได้ข้อมูลแต่ละจังหวัดครอบคลุมมากที่สุด ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.70



ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบแล้วหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index Objective Congruence: IOC) จากการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแบบสอบถามว่าทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.60 มีการตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อถือได้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Alpha coefficient) ของcronbach จำนวน 4 ด้าน คือ ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดภาวะผู้ประกอบการ (0.927) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดเครือข่ายธุรกิจ (0.975) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดวัฒนธรรมองค์กร (0.941) และค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดความได้เปรียบในการแข่งขัน (0.890) ซึ่งข้อคำถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-Point likert scale) คือ ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเห็นด้วยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเห็นด้วยน้อย ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเห็นด้วยมาก และค่าเฉลี่ย 4.21- 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเห็นด้วยมากที่สุด (Likert, 1970) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาเพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้างด้วยเทคนิค SMART-PLS (Ringle et al., 2005)

ผล

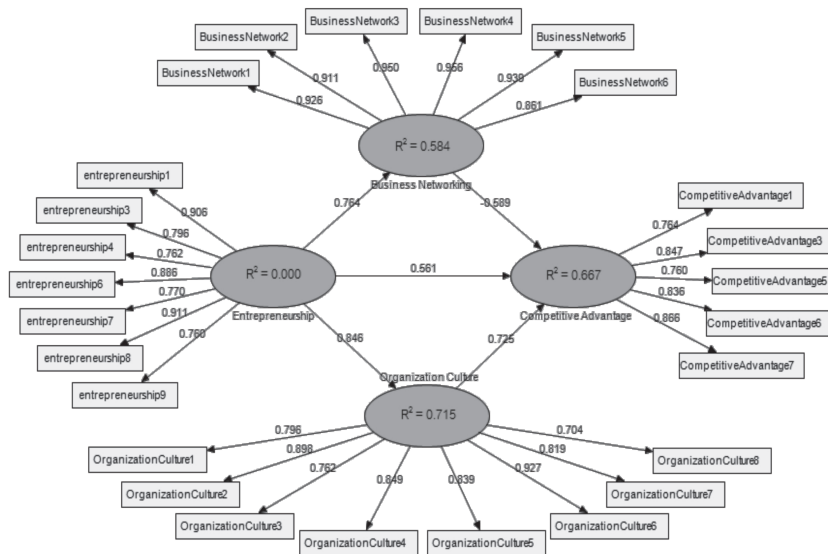
ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาระดับความคิดเห็นของภาวะผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กรและความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ภาวะผู้ประกอบการ	4.31	0.523	มากที่สุด
เครือข่ายธุรกิจ	3.94	0.843	มาก
วัฒนธรรมองค์กร	4.21	0.663	มากที่สุด
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	3.91	0.592	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อภาวะผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เท่ากับ 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.523 รองลงมา คือ วัฒนธรรมองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.663 เครือข่ายธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.843 และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3.91 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.592

ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย : ผลจากการวิเคราะห์โปรแกรม Smart PLS 2.0 M3 (Ringle et al., 2005)



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

จากภาพที่ 2 พบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์การ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุดเท่ากับ 0.846 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.715 รองลงมา คือ ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.764 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.584 วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.725 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667 ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.561 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667 และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.589 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667 ส่วนภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.163 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667

ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมต่อวัฒนธรรมองค์การ โดยมีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.846 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.715 ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมต่อเครือข่ายธุรกิจ โดยมีค่าเท่ากับ 0.764 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.584 วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.725 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667 ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลรวมต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าเท่ากับ 0.724 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667 และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลรวมต่อความเปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าเท่ากับ -0.589 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.667



ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	สัมประสิทธิ์เส้นทาง	t-stat	สรุปผล
H1: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ	0.764	18.542	สนับสนุน
H2: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ	0.846	29.207	สนับสนุน
H3: ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.561	4.173	สนับสนุน
H4: เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	-0.589	3.943	สนับสนุน
H5: วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.725	5.391	สนับสนุน

หมายเหตุ : ***หมายถึง t-stat ≥ 2.58 ยอมรับที่ p-value ≤ 0.01

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในการวิเคราะห์อิทธิพลด้านต่าง ๆ สามารถอภิปรายผลได้ว่า สนับสนุนทุกสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและคุณภาพรวมของมาตรวัด

Construct	AVE	CR	R ²	Construct			
				Competitive advantage	Entrepreneurship	Business networking	Organization Culture
Business Networking	0.854	0.972	0.584	0.924			
Entrepreneurship	0.688	0.939	0.000	0.764	0.829		
Competitive Advantage	0.665	0.908	0.667	0.436	0.724	0.815	
Organization Culture	0.684	0.945	0.715	0.823	0.846	0.715	0.827



จากตารางที่ 3 พบว่า AVE มีค่าสูงกว่า 0.50 ทุกตัวแปร โดยมีค่า $\sqrt{AVE}$ สูงกว่าค่า Cross construct correlation ในสแตมภ์ที่พิจารณากับมาตรวัด (Construct) แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกที่ยอมรับได้ สำหรับความเชื่อถือได้ของมาตรวัดให้พิจารณาที่ค่า Composite Reliability (CR) โดย CR จะต้องสูงกว่า 0.60 และพบว่า CR มีค่าสูงกว่า 0.60 ทุกค่าและ R^2 มีค่าสูงกว่า 0.20 แสดงว่ามาตรวัดมีความเชื่อถือได้

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีการพัฒนาจนเกิดการเรียนรู้เพื่อนำมาต่อยอดกิจการอยู่เสมอ รักษาและคงคุณภาพของสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ประเมินสถานการณ์ของคู่แข่งเพื่อนำมาปรับใช้ในธุรกิจ มีการวางแผนเพื่อลดต้นทุนกระบวนการผลิตหรือการบริการ มีการแสวงหาโอกาสเพื่อการลงทุนอย่างต่อเนื่อง สร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ ลำดับสุดท้ายเตรียมการเพื่อรองรับจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Shane & Venkataraman (2000) สรุปได้ว่าภาวะผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีหน้าที่ (1) แสวงหาโอกาสทางธุรกิจให้กับองค์การเพื่อสร้างกำไร และ (2) เตรียมความพร้อมในการดำเนินงานองค์การ ซึ่งภาวะผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ให้องค์การสามารถดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย และความสำเร็จที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Amit & Schoemaker, 1993; Dierickx & Cool, 1989) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Barney (1991) ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีฐานทรัพยากร ในส่วนของธุรกิจที่มีการสร้างคุณลักษณะเฉพาะขององค์การ มีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการก่อให้เกิดศักยภาพต่อความได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่ขององค์การยอมทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและอาจทำให้ธุรกิจเกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง

2. ด้านเครือข่ายธุรกิจ อยู่ในระดับมาก โดยมีการเรียนรู้เทคนิคบริการจาก SMEs ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน มีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ มีการปรึกษาหารือเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันกับเครือข่าย เกิดการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการ ร่วมแสวงหาเครือข่ายที่ทันสมัยเพื่อขยายตลาด ลำดับสุดท้ายมีการแลกเปลี่ยนและเกื้อกูลกันเพื่อผลประโยชน์ต่างตอบแทนระหว่างเครือข่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Farinda et al., (2009) ได้กล่าวถึงเครือข่ายทางธุรกิจเป็นส่วนช่วยให้ธุรกิจสามารถรับลูกค้าได้จำนวนเพิ่มมากขึ้นจากผลประโยชน์ของการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ SMEs ที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลก อาศัยการมุ่งเน้นรูปแบบของการส่งเสริมแนวคิดสร้างสรรค์ของเครือข่ายธุรกิจเพื่อสร้าง



แรงจูงใจให้เกิดกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เห็นได้ว่าผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดการสร้างเครือข่ายขององค์การซึ่งมาจากการมีความสัมพันธ์อันดีอย่างกว้างขวางภายในสังคม จนเกิดเป็นเครือข่ายที่อาจมีความสัมพันธ์และสนับสนุนซึ่งกันและกันทางโอกาสและทรัพยากรต่อการดำเนินธุรกิจ

3. ด้านวัฒนธรรมองค์การ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเน้นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้ปฏิบัติงานที่ท้าทายจากงานประจำ มีกฎ ระเบียบ และข้อบังคับเพื่อเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน เน้นการทำงานเป็นทีม และพนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่งเสริมความสามารถและพัฒนาทักษะของพนักงานอยู่เสมอ จัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์การ ให้พนักงานได้รับรู้เป้าหมาย รวมทั้งเข้าใจในวัฒนธรรมองค์การ ลำดับสุดท้ายมีการกำหนดโครงสร้างการดำเนินงานอย่างชัดเจน ด้วยการทำงานภายในองค์การจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อพนักงานในองค์กร ได้แก่ การสร้างความผูกพันที่ดีภายในองค์กร การสร้างความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (Srikrajang et al., 2016) สอดคล้องกับแนวคิดของ Cameron & Attington (1996) ได้แบ่งลักษณะวัฒนธรรมองค์การออกเป็น 4 ด้าน คือ (1) เน้นการมีส่วนร่วม ความสามัคคี กลมเกลียวและความรู้สึกเหมือนเป็นสมาชิกครอบครัวเดียวกัน (2) เน้นการเปลี่ยนแปลงพัฒนา เน้นความคิดสร้างสรรค์การเปลี่ยนแปลงพัฒนา และเน้นการมีทีมงานที่ดี (3) เน้นสายการบังคับบัญชา ความเป็นระเบียบ ความมั่นคง กฎและข้อบังคับต่าง ๆ มีลักษณะการมุ่งเน้นภายในและองค์การคาดหวังให้สมาชิกปฏิบัติตามกฎระเบียบ และ (4) เน้นการตลาดแบบมุ่งผลสำเร็จ การทำงานเชิงรุก บุคลิก การแข่งขัน การขยายหน่วยงาน การผลิตและประสิทธิภาพมีผลประกอบการมีกำไรหรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งสูงขึ้น การส่งเสริมการขาย องค์การมุ่งเน้นจนกว่าจะบรรลุเป้าหมายโดยมีการจูงใจในสมาชิกในองค์การด้วยการให้รางวัลตอบแทน

4. ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก โดยเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีสินค้าหรือการบริการที่หลากหลาย กิจกรรมมีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก มุ่งเน้นกลุ่มตลาดเป้าหมายเพียงอย่างเดียว มีการขยายส่วนแบ่งทางการตลาด ลำดับสุดท้ายผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1980, 1985) กล่าวถึง ความได้เปรียบในการแข่งขันว่าเป็นคุณค่าของธุรกิจที่สามารถจะสร้างขึ้นสำหรับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยคำนึงถึงการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่งและการตอบสนองที่รวดเร็ว ด้วยการใช้กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่สำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นกลไกสำคัญ



ต่อการเติบโตของธุรกิจ และหนุนเสริมให้พนักงานในองค์กรปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ขององค์กร ทั้งนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการตัดสินใจและเป็นผู้ดำเนินการผลักดันให้บุคลากรในองค์กรเกิดความสามัคคี ร่วมพัฒนาและเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aliyu & Rosli (2014) พบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อวัฒนธรรมองค์กร อีกทั้งวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างภาวะผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น

รองลงมา คือ ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่ต้องรับผิดชอบต่อองค์กรด้วยการสร้างโอกาสและดึงดูดให้บุคคลในองค์กรและเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กรเข้ามามีส่วนในการขับเคลื่อนในองค์กรเติบโต สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Wingworn (2015) พบว่า ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายธุรกิจ อันเป็นผลมาจากภาวะผู้ประกอบการเป็นพฤติกรรมกรรมการดำเนินงานที่ต้องอาศัยแรงบันดาลใจ แรงจูงใจความรับผิดชอบในระดับสูง มีการดำเนินงานเชิงรุก ผ่านการจัดการความเสี่ยงของธุรกิจทั้งระดับมหภาคและจุลภาคเพื่อให้ผลการดำเนินธุรกิจบรรลุเป้าหมายทั้งเชิงปริมาณ คือ กิจการมียอดขายเพิ่มขึ้น มีความสามารถทำกำไรสูงสุด มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นและจำนวนเครือข่ายที่หลากหลาย

วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันสอดคล้องกับแนวคิดของ Chuang (2004) ได้เสนอว่าวัฒนธรรมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวิวัฒนาการที่ได้มีการสั่งสมจากการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นจึงเป็นการลอกเลียนแบบได้ยาก เช่นเดียวกับการนำทฤษฎีสถานทรัพยากร (Resource Based View Theory: RBV) มาใช้ในการบริหารองค์กรและวัฒนธรรมองค์กรจะส่งเสริมให้องค์กรอยู่อย่างยั่งยืนและมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wingworn et al., (2013); Wingworn (2015) ได้สนับสนุนว่าสิ่งที่สำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ภาวะผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากการดำเนินงานของธุรกิจจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยเครือข่ายธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Meutia (2013) พบว่าเครือข่ายธุรกิจมีนัยสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อให้เกิดความร่วมมือต่อการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ของแต่ละองค์กรในภาพรวม



สรุป

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย สรุปข้อค้นพบการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ประกอบการ และวัฒนธรรมองค์การ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนเครือข่ายธุรกิจ และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ภาวะผู้ประกอบการ วัฒนธรรมองค์การ และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตร ต้องใช้งบประมาณในการผลิตหรือต้นทุนที่สูงขึ้น โดยบางวิสาหกิจได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ บางวิสาหกิจต้องเผชิญกับทุนหมุนเวียนในธุรกิจที่ใช้ในการต่อยอดและขยายเครือข่าย และผลกระทบที่ต้องเผชิญอย่างต่อเนื่องในด้านราคาวัตถุดิบไม่สม่ำเสมอขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรมีคู่แข่งรายใหม่เกิดขึ้น มีการตัดราคากันซึ่งกันและกัน โดยส่วนใหญ่เน้นด้านราคาไม่เน้นคุณภาพ และความปลอดภัยในการผลิตอาหาร

3. วัตถุดิบของการผลิตบางรายได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศส่งผลให้ผลผลิตการเกษตรอาจจะมีไม่เพียงพอหรือไม่ตามแผนที่คาดการณ์เอาไว้

4. ควรมีการสร้างเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเพื่อเอื้อต่อผลประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Aliyu, M. S. & Rosli, M. (2014). The mediating effect of organizational culture on the relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in Nigeria. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSEER Publishing, Rome-Italy*, 5(23), 480-488.
- Amit, R. & Schoemaker, P. J. (1993). Managing assets and skills: A key to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 31(1), 91-106.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.



- Cameron, K. S. & Attington, D. R. (1996). The conceptual foundations of organizational culture. *In Higher education: Handbook of theory and research volume IV*. New York: Agathon Press.
- Chiarakul, T. (2014). The problems and the adaptation of OTOP to AEC. *Executive Journal*, 34(1), 177-191. (in Thai)
- Chuang, S. (2004). A resource-based perspective on knowledge management capability and competitive advantage: An empirical investigation. *Expert Systems with Applications*, 27(3), 459-465.
- Dierickx, I. & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35(12), 1504-1513.
- Farinda, A. G., Kamarulzaman, Y., Abdullah, A. & Ahmad, S. Z. (2009). Building business networking: A proposed framework for Malaysian SMEs. *International Review of Business Research Papers*, 5(2), 151-160.
- Kaewjomnong, A. (2015). Problems of small enterprise operators with readiness in participation in the ASEAN economic community: Cased study of Phatthalung Province. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 4(2), 77-88. (in Thai)
- Likert, R. (1970). *The Human Resources: Cases and Concept*. New York: Hart Cout Brace B. World in Cooperated .
- Makchang, S. & Kongnual, P. (2006). The research and development of a community enterprise network management system for building sustainable capacity in the locality: “Pakklongbangplakod Phra Samut Chedi Samutprakan” A study of local products. *DRU Journal*, 1(2), 65-78. (in Thai)
- Meutia. (2013). Improving competitive advantage and business performance through the development of business network, adaptability of business environment and innovation creativity: An empirical study of Batik Small and Medium Enterprises (SME) in Pekalongan, Central Java, Indonesia. *Aceh International Journal of Social Sciences*, 2(1), 11 - 20.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-792.
- Porter, M. E. (1998). *On Competition*. Boston: Harvard Business School.



- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.
- Ringle, C. M., Wende, S. & Will, A. (2005). *SmartPLS 2.0* [Online]. Retrieved March 16, 2016, from: www.smartpls.de.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Srikrajang, J., Sirisugandha, T. & Chotivanich, P. (2016). Impact of internal strategic marketing, job satisfaction and organizational commitment toward employee performance of Thai Private Hospitals. *Journal of Yala Rajabhat University*, 11(1), 155-171. (in Thai)
- Suttisong, S., Pornpontam, B., Jirakraisiri, P. & Boonratanamaitree, A. (2014). Relationship between small and micro community enterprise management and sufficiency economy principles on Thai Silk producer group, in the Northeastern of Thailand. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 9(25), 95-106. (in Thai)
- The Office of SMEs Promotion. (2014). *Thailand's SME White Paper in 2014*. Bangkok: The Office of SMEs Promotion. (in Thai)
- Wingworn, B. (2015). The mediating effect of innovation, family constitution, business networking on entrepreneurship and family business performance. *Journal of the Association of Researchers*, 20(1), 46-61. (in Thai)
- Wingworn, B., Wingwon, B. & Piriyaikul, M. (2013). *Structural effect of business environment entrepreneurship and determinant toward the family business performance in Upper Northern Region of Thailand* [Online]. Retrieved July 15, 2015, from: http://www.phd-lpru.com/images/column_1383789174/Boonchanit-Proceedings%20of%202nd%20I%20CORE%202013.pdf.