กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

รัตติกร ทะอินตา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ตุลาคม 2567
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

รัตติกร ทะอินตา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ตุลาคม 2567
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

BUSINESS STRATEGIES AND ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AFFECTING BUSINESS PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) IN CERAMICS INDUSTRY, LAMPANG PROVINCE

RATTIKORN THA-INTA

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Master of Business Administration Degree

October 2024

Copyright 2024 by University of Phayao

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

เรื่อง

กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ของ รัตติกร ทะอินตา

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(ดร. ฑาริกา พลโลก)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมื่นวงษ์เทพ)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บังอร สวัสดิ์สุข)

..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประกอบศิริ ภักดีพินิจ)

เรื่อง: กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ผู้ศึกษาค้นคว้า: รัตติกร ทะอินตา, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง: บธ.ม., มหาวิทยาลัยพะเยา, 2567

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีรุตม์ หมื่นวงษ์เทพ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ธุรกิจ, คุณลักษณะผู้ประกอบการ, ผลการดำเนินธุรกิจ, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง และ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็น ผู้ประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง จำนวน 133 แห่ง ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ แบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มตามอำเภอจำนวน 5 อำเภอ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกลยุทธ์ธุรกิจ คือ ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง สำหรับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ด้านความต้องการความสำเร็จและด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลที่ได้จากศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการนำปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจและปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการไปใช้ในการดำเนินธุรกิจให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

Title: BUSINESS STRATEGIES AND ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS AFFECTING BUSINESS PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES) IN CERAMICS INDUSTRY, LAMPANG PROVINCE

Author: Rattikorn Tha-inta, Independent Study: M.B.A., University of Phayao, 2024

Advisor: Assistant Professor Theerut Muenwongthep , Ph.D.

Keywords: business strategy, Entrepreneurial characteristics, business performance, Small and medium sized businesses (SMEs)

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) To study the business strategies and Entrepreneurial characteristics of entrepreneurs Affect the business performance of small and medium enterprises (SMEs) in the ceramic industry in Lampang Province and 2)To Develop business strategy models and entrepreneurial characteristics that affect the business performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the ceramic industry in Lampang Province. Use a quantitative research model. (Quantitative Research) The sample group is Entrepreneurs who were registered as small and medium-sized enterprises (SMEs) in the ceramic industry in Lampang Province, totaling 133 people, were obtained from sampling using the probability principle. stratified random sampling Divide the population into groups according to 5 districts. Data were collected using Questionnaire data analysis using statistics, mean, percentage, standard deviation. Multiple regression analysis The results of the research found that business strategies and entrepreneurial characteristics had significant statistically significant effects on the business performance of SMEs in ceramic factories in Lampang Province at a statistically significant level of 0.05. Business strategies, namely, differentiation strategy, niche target strategy, customer relationship strategy, and innovation strategy, had significant effects on the business performance of SMEs in ceramic factories in Lampang Province. As for entrepreneurial characteristics, namely, knowledge, ability, and a desire for knowledge, the need for achievement, and self-confidence, had significant statistically significant effects on the business performance of SMEs in ceramic factories in Lampang Province at a statistically significant level of 0.05. The results of this study will serve as a guideline for applying business strategy factors and entrepreneurial characteristics to business operations to achieve the set goals.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรุตม์ หมื่นวงษ์เทพ อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทางการศึกษา ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์ในการวิจัย จนกระทั่งการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี รวมทั้งอาจารย์ท่านอื่น ๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.ฑาริกา พลโลก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บังอร สวัสดิ์สุข กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการสอบป้องกันโครงร่างการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองที่ให้ข้อเสนอแนะแนวทาง และตรวจทานเล่มงานวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.เมทยา อิ่มเอิบ , ดร.จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย และ ดร.อลิษา เกษทองมา คณะกรรมการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ให้แก่ข้าพเจ้า

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.อภิญญาภรณ์ โสภา, ดร.บุญญานุช ชีวาเกียรติยิ่งยง และอาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ ศรีไพโรจน์ ที่มีความกรุณาให้คำแนะนำ และแนวทางในการทำวิจัยให้แก่ข้าพเจ้า เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการโรงงานเซรามิคที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาอันมีค่าของท่านให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถามงานวิจัย

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ (ผู้ล่วงลับ) คุณแม่ ขอบคุณบุตรชาย พี่สาวญาติพี่น้องและเพื่อนๆของผู้วิจัยทุกท่าน ที่ให้กำลังใจและคอยสนับสนุนช่วยเหลือจนงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ที่สนใจไม่มากก็น้อย

รัตติกร ทะอินตา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญรูปภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 4

นิยามศัพท์เฉพาะ 5

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย 6

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง 7

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ 9

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 14

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจ 15

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 17

กรอบแนวคิดการวิจัย 20

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 22

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 22

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 24
การเก็บรวบรวมข้อมูล 26
การวิเคราะห์ข้อมูล 26
บทที่ 4 ผลการวิจัย 29
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 31
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ 34
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 40
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ 46
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย 49
บทที่ 5 บทสรุป 59
สรุปผลการวิจัย 59
อภิปรายผลการวิจัย 70
ข้อเสนอแนะ 78
บรรณานุกรม 80
ภาคผนวก 84
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ 85
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม 86
ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC 96
ภาคผนวก ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 101
ประวัติผู้วิจัย 106

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงสัดส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 24

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ 31

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ 31

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา .. 32

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้ 32

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ 33

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน 33

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ในภาพรวม 34

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (รายข้อ) 35

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (รายข้อ) 36

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (รายข้อ) 37

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า (รายข้อ) 38

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์นวัตกรรม (รายข้อ) 39

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางในภาพรวม 40

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการยอมรับความเสี่ยง (รายข้อ) 41

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม (รายข้อ) 42

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ (รายข้อ) 43

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จ (รายข้อ) 44

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมั่นใจในตนเอง (รายข้อ) 45

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง 46

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) 50

ตาราง 22 แสดงผลการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF 51

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง 53

ตาราง 24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 57

ตาราง 25 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC 96

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 101

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย 21

ภาพ 2 รูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง 69

ภาพ 3 แสดงภาพโรงงานเซรามิค 100

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเซรามิคเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานรองรับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น อุตสาหกรรมก่อสร้าง อุตสาหกรรมไฟฟ้า อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอยู่ภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ เป็นแหล่งสร้างรายได้ให้กับแรงงานคนในท้องถิ่น และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศจากการส่งออก ผลิตภัณฑ์เซรามิคส่วนใหญ่ในประเทศ คือ เครื่องสุขภัณฑ์ กระเบื้อง เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของชำร่วยเครื่องประดับ และลูกถ้วยไฟฟ้า การผลิตมีทั้งแบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีการใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560)

แนวโน้มอุตสาหกรรมเซรามิคในปี 2566 ปริมาณการผลิตและการจำหน่ายเซรามิคปี 2566 คาดว่าจะมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น จากการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์และจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นบุผนัง ตามความต้องการของผู้บริโภคและมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล แต่ยังมีปัจจัยที่สำคัญอาจจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัว ได้แก่ ต้นทุนวัตถุดิบและการขนส่ง ราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศ และค่าครองชีพของผู้บริโภคที่สูงขึ้น ส่วนมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์เซรามิคคาดว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัวตามความต้องการที่ลดลงของตลาดคู่ค้า จากภาวะเศรษฐกิจโลก และสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ยังเกิดขึ้นในหลายประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2566) ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่ส่งออกในปี 2566 คือ ของชำร่วย เครื่องประดับ และถ้วยชามทำด้วยเซรามิค ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดในเดือน ตุลาคม 2566 คือ ถ้วยชามทำด้วยเซรามิค มีมูลค่าการส่งออก 515.06 ล้านบาท แต่เมื่อเปรียบเทียบกับการส่งออกในเดือนกันยายน 2566 มีมูลค่าการส่งออกลดลง (สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย, 2566)

แหล่งผลิตอุตสาหกรรมเซรามิคที่สำคัญของประเทศไทยอยู่ในจังหวัดลำปาง มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มีวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเซรามิค เช่น ดินขาว และดินเหนียวจำนวนมาก โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปางมีมากกว่า 200 โรงงาน ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และอุตสาหกรรมขนาดครัวเรือน สำหรับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดกลางจะเน้นการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนโรงงานขนาดใหญ่จะมีการผลิตและจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่ผลิตจากจังหวัดลำปางมีหลากหลายประเภท เช่น กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องบุผนัง เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องครัว และของตกแต่งบ้าน แต่ที่โดดเด่นและเป็น

เอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง คือ ชามตราไก่ลำปาง อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปางก็ประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น ปัญหาด้านแรงงานขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญและความรู้ทางเทคนิคต่างๆ บางโรงงานอาจยังไม่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีต้นทุนการผลิต ราคาเชื้อเพลิงและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ปัญหาด้านการตลาด ตลาดเซรามิคทั่วโลกมีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการของตลาด ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และรักษาคุณภาพสินค้าเพื่อสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรมเซรามิคอื่นทั่วโลกได้ (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์เซรามิคสามารถส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการผลิตเซรามิค แต่ก็ต้องเผชิญกับปัญหาบางประการ เช่น ปัญหาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ปัญหาค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ปัญหาค่าแรงงาน ปัญหาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศและเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบให้กำลังการใช้จ่ายลดลงผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าจากประเทศคู่แข่ง โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งได้เปรียบทั้งด้านวัตถุดิบ ราคา และมีฐานการผลิตเซรามิคที่ใหญ่ที่สุดในโลก (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560) การประกอบธุรกิจการผลิตอุตสาหกรรมเซรามิคให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการจะต้องศึกษาเรื่องของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจหลายด้านและจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลยุทธ์ธุรกิจที่ดีจะต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจ กลยุทธ์ธุรกิจมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ ช่วยกำหนดทิศทางและแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ เช่น กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม และลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถหลากหลายมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกล้าตัดสินใจ มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีความอดทน มีทักษะความเป็นผู้นำ มีทัศนคติเชิงบวกมองโลกในแง่ดี เชื่อมั่นในตนเองและผู้อื่น วิธีการดำเนินงานที่ดีเพื่อให้ธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ ภารกิจและวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ (สวลี วงศ์ไชยา, 2563)

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการได้แก่งานของ ดาวเดือน อินเตชะ (2557) พบว่า ผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคมีระดับขีดความสามารถหลักอยู่ในระดับมากโดยความแตกต่างด้านเพศ อายุ ระยะเวลาการประกอบกิจการมีขีดความสามารถหลักในระดับมากไม่แตกต่างกัน และการศึกษาของ สวลี วงศ์ไชยา (2563) พบว่าปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม การศึกษาวิจัยของ ธนณัฏฐ์ เนียมหอม และสมจิตร ล้วนจำเริญ (2565) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม ความสามารถในการบริหาร ความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความกล้าที่จะแข่งขัน และการมีอิสระในการบริหารงานมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย และการศึกษาวิจัยของ คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564) คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และจากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าถึงการศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง
2. เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H1a กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H1b กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H1c กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H1d กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H1e กลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง

H2a การยอมรับความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H2b ความคิดเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H2c ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H2d ความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H2e ความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา ของงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่
   1.1 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ ได้แก่
      1.1.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน
      1.1.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
      1.1.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม
      1.1.4 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า
      1.1.5 กลยุทธ์นวัตกรรม
   1.2 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่
      1.2.1 การยอมรับความเสี่ยง
      1.2.2 ความคิดเชิงนวัตกรรม
      1.2.3 ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้
      1.2.4 ความต้องการความสำเร็จ
      1.2.5 ความมั่นใจในตนเอง

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดธุรกิจที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดลำปาง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคเขตจังหวัดลำปาง

ขอบเขตด้านพื้นที่ ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ สถานประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมการผลิตเซรามิคในจังหวัดลำปาง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ คือ แผนงานหรือแนวทางการดำเนินงานที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางวางไว้ เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง คุณสมบัติและทักษะเฉพาะตัวที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตเซรามิค มีประสบการณ์ความสามารถในการบริหารงาน มีความสามารถแข่งขันกับคู่แข่ง มีความมุ่งมั่น อดทน มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตนเอง

3. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิค หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในเขตจังหวัดลำปาง

4. ผลการดำเนินธุรกิจ คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิค ซึ่งสามารถวัดได้จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น รายได้ กำไร ยอดขาย ต้นทุน ค่าใช้จ่าย สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของธุรกิจในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ประเมินได้จาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

5. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise:SMEs) หรือเรียกว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่มีขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยกำหนดลักษณะการแบ่งประเภทจากรายได้และจำนวนการจ้างงาน โดยประเภทธุรกิจการผลิตขนาดกลางอัตราการจ้างงานไม่เกิน 200 คน รายได้ไม่เกิน 500 ล้านบาท ธุรกิจการผลิตขนาดย่อมอัตราการจ้างไม่เกิน 50 คน รายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาท

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ประกอบด้วย 2 ส่วน ทั้งด้านวิชาการและด้านการประยุกต์ใช้ ดังนี้

ประโยชน์เชิงวิชาการ

1.ทำให้ทราบถึงแนวทางในการนำกลยุทธ์ธุรกิจไปใช้เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคได้

2.เพื่อให้กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

3.ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิค เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ผู้ประกอบการควรมีความรู้ความเข้าใจ ประสบการณ์ในการทำงานในอุตสาหกรรมเซรามิคได้

ประโยชน์เชิงประยุกต์

1.ทำให้ทราบถึงปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิคในด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพจากมุมมองของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิค เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการพัฒนาตลาดเซรามิค

2. ได้รูปแบบของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการกำหนดแนวทางในการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง

เซรามิค (Ceramic) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก keramos มีความหมายว่า สิ่งที่ถูกเผา โดยครั้งแรกเรียกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ว่า ไชน่าแวร์ เพื่อเป็นเกียรติให้กับคนจีนซึ่งเป็นผู้บุกเบิกการผลิตเครื่องปั้นดินเผารุ่นแรก อุตสาหกรรมเซรามิคของจังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดที่เหมาะแก่การผลิตเครื่องปั้นดินเผาโดยมีดินที่มีคุณภาพสูง ผลิตดินขาวได้มากที่สุดในประเทศไทย โดยผลิตดินขาวดิบได้ร้อยละ 47 ของผลผลิตทั้งประเทศ และผลิตดินขาวล้างได้ร้อยละ 64 ของผลผลิตทั้งประเทศ และเนื่องจากดินขาวเป็นวัตถุดิบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมเซรามิค จึงทำให้มีโรงงานเซรามิคหลายโรงงานในจังหวัดลำปาง

1. การผลิตเซรามิค ผลิตภัณฑ์เซรามิคในจังหวัดลำปางส่วนใหญ่ จะเป็นถ้วยชามซึ่งมีขนาดและคุณภาพที่แตกต่างกัน รองลงมาเป็นของชำร่วย แจกัน กระถาง ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ โถฝาปิด กาน้ำ ลูกถ้วยไฟฟ้า ลูกกรงแก้ว และของใช้ทุกรูปแบบ แต่ผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตกันอย่างแพร่หลายในจังหวัดลำปาง คือ ถ้วยชาม และของชำร่วย โดยเฉพาะถ้วยชามจะมีผลิตตั้งแต่ถ้วยตราไก่ ขนาด 6 – 7 นิ้ว ถ้วยกลีบบัว ถ้วยน้ำจิ้ม ถ้วยลายคราม สำหรับของชำร่วย ปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมผลิตกันเกือบทุกโรงงาน ปัจจุบันตลาดต่างประเทศมีความต้องการมากขึ้นและปริมาณความต้องการมากขึ้นเรื่อย ๆ

1.1 กรรมวิธีการผลิตเซรามิค เริ่มตั้งแต่การเตรียมดินขาวซึ่งโรงงานส่วนใหญ่ในจังหวัดลำปางจะล้างดินขาวดิบเอง เนื่องจากดินขาวล้างที่มีจำหน่ายยังไม่ได้มาตรฐานตามที่ต้องการ และ

ราคาดินขาวล้างจะราคาแพงกว่าดินขาวดิบมาก

1.2 เชื้อเพลิงที่ใช้ในการผลิตเซรามิค ขึ้นอยู่กับประเภทของเตาที่ใช้เผาผลิตภัณฑ์ โดยแยกประเภทเตาออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1.เตาแก๊ส โรงงานส่วนใหญ่จะใช้เตาแก๊สเป็นเชื้อเพลิงในการผลิต 2.เตามังกร ใช้ฟืนและไม้ไผ่เป็นเชื้อเพลิง เตามังกรเป็นเตาโบราณแบบดั้งเดิมที่ใช้กันมาตั้งแต่เริ่มแรก ใช้สำหรับเผาถ้วยชามที่ไม่ต้องการความประณีตมากนัก 3.เตาอุโมงค์ ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิง เป็นเตาที่ทันสมัยที่สุดในจังหวัดลำปาง 4.เตาเหลี่ยม ใช้ไม้ฟืนเป็นเชื้อเพลิง เตาเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เรียกกันทั่วไปว่า เตาญี่ปุ่นสามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้มาก 5.เตาไฟฟ้า ใช้ไฟฟ้าเป็นเชื้อเพลิง สำหรับเผาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความประณีต

1.3 วัตถุดิบแร่ที่ใช้ในการผลิตเซรามิค วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตเซรามิค คือ แร่ดินขาว รองลงมา ได้แก่ แร่เฟลด์สปาร์ แร่ควอรตซ์ แร่บอลเคลย์ หินปูน และแร่ทัลก์ และยังมีแร่ดินทนไฟ ทรายแก้วบ้างเล็กน้อย

2.ภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์เซรามิคในจังหวัดลำปาง ตลาดผลิตภัณฑ์เซรามิคของจังหวัดลำปางส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในประเทศ ในแต่ละโรงงานผลิตถ้วยชามได้ไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ภายในประเทศ โดยมีการสั่งซื้อเข้ามาตลอดเวลา ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะมีตลาดอยู่ในพื้นที่แตกต่างกัน ถ้วยชาม มีตลาดทั่วประเทศทั้งภาคเหนือ อีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ โดยเฉพาะถ้วยชามตราไก่มีตลาดใหญ่อยู่ทางภาคอีสาน ตลาดต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์เซรามิคในจังหวัดลำปางยังส่งออกไม่มากนัก เนื่องจากตลาดในประเทศราคาดีกว่า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีการขยายตัวมากและมีกำลังการผลิตเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทของชำร่วย

3.สถานการณ์ของผลิตภัณฑ์เซรามิคในปัจจุบัน การแข่งขันภายในจังหวัดลำปางมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันด้านคุณภาพจึงไม่มีปัญหาการขายตัดราคากันเอง ความต้องการภายในประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะถ้วยชาม ตลาดแข่งขันผลิตภัณฑ์เซรามิคที่สำคัญของไทย คือ ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และจีน ด้วยอุตสาหกรรมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยี

โรงงานผลิตเซรามิคในพื้นที่จังหวัดลำปาง มีโรงงานเซรามิคตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมืองลำปาง อำเภอแม่ทะ อำเภอเกาะคา อำเภอแม่เมาะ อำเภอห้างฉัตร ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่ผลิตเป็นงานก่อสร้าง ของตกแต่งบ้าน เครื่องใช้บนโต๊ะ และของขวัญ

ภัทรธิดา วัฒนาพรรณกิตติ (2559) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ได้มีการเข้าร่วมกลุ่มเพื่อดำเนินการผลิตสินค้าเซรามิคเพื่อนำสินค้าขายในตลาดทั่วโลก โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน องค์กรหน่วยงานต่าง ๆ แต่ก็อาจจะไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากผู้ประกอบการต้องการความเป็นอิสระมากกว่า แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นมีส่วนเล็กน้อยเท่านั้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และกลยุทธ์นวัตกรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) การที่ธุรกิจเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนต่ำ หรือมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรม กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่สร้างคุณค่าผ่านผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้สามารถเสนอราคาที่ต่ำกว่าให้กับลูกค้าได้ (Porter, 1980) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการผลิตหรือการให้บริการด้วยราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยมุ่งหวังที่จะลดต้นทุนในทุก ๆ ขั้นตอนของกระบวนการธุรกิจเพื่อให้สามารถจ่ายราคาต่ำกว่าและคงความมีกำไรได้มากขึ้น กลยุทธ์นี้มักนำมาใช้ในสภาะตลาดที่มีการแข่งขันรุนแรงและลูกค้ามุ่งหาสินค้าหรือบริการที่มีราคาถูก คุณลักษณะสำคัญของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ประกอบด้วย

1. การลดต้นทุน คือ การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการใช้ทรัพยากรที่มีต้นทุนต่ำ

2. มาตรฐานคุณภาพ คือ การรักษาคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนต่ำเป็นสิ่งสำคัญเพื่อไม่ให้คุณภาพต่ำลงเมื่อมีราคาลดลง

3. การควบคุมต้นทุนในทุก ๆ ด้าน คือ ทรัพยากรทุกประเภทต้องถูกตรวจสอบและควบคุมอย่างเข้มงวดเพื่อไม่ให้ต้นทุนสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น

4. การลงทุนในเทคโนโลยีและกระบวนการใหม่ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนอาจมีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่หรือกระบวนการที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ

5. การใช้กลยุทธ์ราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อดึงดูดลูกค้า อาจเป็นการขายสินค้าหรือบริการในราคาที่ถูกกว่าคู่แข่ง หรือเสนอส่วนลดพิเศษ

6. การตรวจสอบคู่แข่ง การตรวจสอบและรับมือกับกลยุทธ์ของคู่แข่งที่มีการผสมผสานระหว่างต้นทุนและคุณภาพสินค้าหรือบริการในตลาด

7. การขยายองค์กร เมื่อมีความสำเร็จในกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน องค์กรอาจขยายกิจการหรือสาขาขนาดใหญ่เพิ่มเติมเพื่อเพิ่มมาตรฐานผลิตภัณฑ์หรือบริการในสัดส่วนที่มีต้นทุนต่ำ

8. การตรวจสอบความต้องการของตลาดและการปรับตัวตามความเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

ตัวขับเคลื่อนในการลดต้นทุนที่มีผลต่อต้นทุนต่อหน่วยของธุรกิจ โดยตัวขับเคลื่อนต้นทุนแต่ละตัวมีความสำคัญแตกต่างกันไปตามอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในอุตสาหกรรมนั้น ๆ หรือมีกิจกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละธุรกิจ ประกอบด้วย

1. การประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) เกิดจากการเพิ่มปริมาณการผลิต ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลง และยังมีความสัมพันธ์กับการดำเนินการอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การผลิตด้วย เช่น การจัดซื้อ การวิจัยและพัฒนา การจัดจำหน่าย และการโฆษณา ที่จะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยลดลง

2. การประหยัดจากการเรียนรู้ (Economies of Learning) เส้นโค้งประสบการณ์ (Experience Corve) เป็นที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนการการผลิตสินค้าต่อหน่วยกับปริมาณสินค้าที่ผลิตสะสมที่เพิ่มขึ้น โดยต้นทุนต่อหน่วยจะลดลง ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ของพนักงานและองค์กร การทำซ้ำเป็นการพัฒนาทั้งในด้านทักษะส่วนบุคคลและการปฏิบัติที่เกิดขึ้นเป็นประจำขององค์กร ถ้ากระบวนการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนมากขึ้นโอกาสในการเรียนรู้ยิ่งมากขึ้น การเรียนรู้เกิดขึ้นทั้งในระดับบุคคลผ่านการปรับปรุงด้านความชำนาญและการแก้ปัญหา และในระดับกลุ่มผ่านการพัฒนาและการปรับปรุงการปฏิบัติที่เกิดขึ้นเป็นประจำขององค์กร ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น จึงสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตได้

3. เทคโนโลยีกระบวนการและเทคนิคการผลิต การใช้เทคโนโลยีในการผลิตรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต กระบวนการทางเทคนิคสามารถส่งให้ได้ผลผลิตต่อหน่วยมากกว่า ใช้ปัจจัยการผลิตน้อยกว่า ซึ่งเทคโนโลยีการผลิตใหม่จะทำให้ต้นทุนลดลงอย่างมาก

4. การออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการผลิต เพื่อความสะดวกในการผลิต รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีจำนวนส่วนประกอบน้อยชิ้นกว่าคู่แข่ง หรือการผลิตที่สามารถใช้ร่วมกันได้กับสินค้าในหลาย ๆ แบบส่งผลให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้อย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อเชื่อมโยงกับการนำเทคโนโลยีกระบวนการผลิตใหม่มาใช้

5. ต้นทุนการผลิต ธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่าส่งผลให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขัน แหล่งที่มาของต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าอาจมาจากแหล่งกำเนิดปัจจัยการผลิตที่ต่ำ

6. การใช้กำลังการผลิต การใช้ประโยชน์จากการผลิตให้มาก เพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง

7. ประสิทธิภาพที่เหลืออยู่ (Residual Efficiency) ขึ้นอยู่กับความสามารถของธุรกิจในการจัดการต้นทุนส่วนเกินที่ทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด การแก้ปัญหาทำได้โดยการควบคุมค่าใช้จ่าย การตัดทรัพยากรส่วนเกินเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีการแข่งขันรุนแรงในราคาและต้องการเพิ่มความเสี่ยงของคู่แข่ง อย่างไรก็ตามควรระวังการลดต้นทุนอาจทำให้การลดคุณภาพหรือบริการที่ต่ำลง จึงควรรักษาสมดุลระหว่างต้นทุนและคุณภาพเสมอ

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) คือ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร เพื่อทำให้สินค้าหรือบริการดูแตกต่างและมีคุณค่าเพิ่มเมื่อเทียบกับคู่แข่งในตลาด กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ออกแบบที่มีความแตกต่าง มีความพิเศษในรูปแบบหนึ่ง ๆ ทำให้ลูกค้าพร้อมยอมจ่ายราคาสูงกว่าสินค้าหรือบริการที่เป็นมาตรฐาน คุณลักษณะสำคัญของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ประกอบด้วย

1. คุณภาพสินค้าและบริการ ที่มีคุณภาพสูงและต่างจากคู่แข่ง เช่น ความทนทาน ความปลอดภัย ความเป็นเลิศในด้านการออกแบบหรือสมรรถนะ

2. การสร้างแบรนด์และตระหนักต่อความแตกต่าง การสร้างแบรนด์ที่มีชื่อเสียงและสร้างความตระหนักให้กับความแตกต่างของสินค้าและบริการ

3. การวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

4. การให้บริการลูกค้า การให้บริการที่ดีและเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้าอาจเป็นการให้คำแนะนำ บริการหลังการขาย หรือการบริการที่ทันสมัย

5. การครองพื้นที่ตลาด การเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการและคุณค่าที่แตกต่าง และการสร้างพื้นที่ตลาดที่เป็นแบบแข่งขัน

6. การควบคุมราคา การใช้กลยุทธราคาที่สูงกว่าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้น

7. ความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามตลาด การรับฟังความต้องการของตลาดและปรับกลยุทธ์ตามสถานการณ์

8. การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับลูกค้า หรือรักษาความจงรักภักดีในสินค้า

การสร้างความแตกต่างมักเป็นกลยุทธ์ที่มีความซับซ้อนและต้องการการวิจัยและการลงทุนในด้านต่างๆ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและลูกค้าและสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงในระยะยาว

3. กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Focused Differentiation Strategy) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับกลุ่มลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงหรือเป้าหมายที่มีความต้องการและคุณค่าที่แตกต่างจากกลุ่มลูกค้าทั่วไป กลยุทธ์นี้ช่วยธุรกิจในการกำหนดตำแหน่งตลาดที่มีความแตกต่างและช่วยสร้างความพิเศษในตลาดเฉพาะกลุ่มนี้ คุณลักษณะสำคัญของกลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มประกอบด้วย:

1. การระบุกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย: กลยุทธ์นี้จำเป็นต้องระบุกลุ่มลูกค้าที่เป้าหมายอย่างชัดเจน โดยพิจารณาลักษณะเฉพาะทางด้านอายุ, เพศ, พฤติกรรม, ความต้องการ, หรือคุณค่าที่ต่างกัน.

2. การสร้างคุณค่าเฉพาะ: การพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการและคุณค่าเฉพาะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการเพิ่มคุณภาพ, ความสวยงาม, หรือความพิเศษในด้านหนึ่ง ๆ

3. การสร้างแบรนด์เฉพาะ: การสร้างแบรนด์ที่มีความเฉพาะเจาะจงและเชื่อมโยงกับคุณค่าของกลุ่มลูกค้าเฉพาะ

4. การพัฒนากลยุทธ์การตลาด: การสร้างกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ซึ่งอาจมีการโฆษณาเฉพาะหรือกิจกรรมการตลาดที่เป็นพิเศษสำหรับกลุ่มนี้

5.การสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์: การสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ โดยการให้บริการที่ดีและการติดต่อที่ตั้งใจ

6. การควบคุมราคา: การกำหนดราคาที่สอดคล้องกับคุณค่าเฉพาะของสินค้าหรือบริการโดยไม่เสียความได้เปรียบ

7. การเผยแพร่และการสื่อสาร: การสื่อสารและเผยแพร่คุณค่าเฉพาะของสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ

กลยุทธ์การมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มมักช่วยธุรกิจในการกำหนดตำแหน่งตลาดที่เป็นผู้นำและสามารถบรรลุมาตรฐานความกำไรที่สูงกว่า แต่ก็ต้องระวังไม่ให้กลายเป็นกลยุทธ์ที่เสี่ยงต่อความสำเร็จเมื่อกลุ่มลูกค้าเฉพาะมีความต้องการเปลี่ยนแปลงไป

4. กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management Strategy) เป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างธุรกิจกับลูกค้า โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความคาดหวังให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและภักดีต่อผลิตภัณฑ์ สามารถทำให้เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยกลยุทธ์ CRM สามารถทำได้ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น ช่องทางการขาย ช่องทางบริการลูกค้า ช่องทางการสื่อสารการตลาด เป็นต้น และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ เพิ่มยอดขายและกำไร รักษาฐานลูกค้าเดิม เพิ่มโอกาสในการขายสินค้าให้กับลูกค้า รวบรวมข้อมูลและความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สามารถทำได้หลากหลายวิธี เช่น

1.การให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้า ธุรกิจสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

2.การตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของลูกค้า เมื่อลูกค้ามีปัญหาหรือมีข้อร้องเรียน ธุรกิจควรตอบสนองอย่างรวมเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

3.การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ธุรกิจสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเดิม เช่น โปรโมชั่นส่วนลด ของแถม กิจกรรมสะสมแต้ม

4.การให้บริการหลังการขาย ธุรกิจควรให้บริการหลังการขายที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อซ้ำ

5. กลยุทธ์นวัตกรรม (Innovation Strategy) คือกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เน้นการสร้างและนำเสนอนวัตกรรมใหม่เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและรักษาความแข็งแกร่งในตลาดหรือกำหนดความเป็นผู้นำในวงการขององค์กรหรือธุรกิจ การนวัตกรรมสามารถเป็นในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่, กระบวนการการผลิตที่ปรับปรุง, การบริหารทรัพยากรมนุษย์, การใช้เทคโนโลยีใหม่, หรือแนวคิดธุรกิจใหม่ คุณลักษณะสำคัญของกลยุทธ์นวัตกรรมประกอบด้วย

1. การวิจัยและพัฒนา: การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ หรือปรับปรุงทรัพยากรที่มีอยู่

2. การสร้างสรรค์และคิดค้น: การสร้างสรรค์และคิดค้นแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับองค์กรหรือตลาด

3. การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่: การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่หรือมีคุณค่าเพิ่มให้กับลูกค้า

4. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการ: การปรับปรุงกระบวนการการผลิตหรือการให้บริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ

5. การทำงานร่วมกับพันธมิตรและบริษัทอื่น: การร่วมมือกับบริษัทหรือพันธมิตรที่มีทรัพยากรและเทคโนโลยีที่สามารถสนับสนุนการนวัตกรรม

6. การสร้างแบรนด์นวัตกรรม: การสร้างแบรนด์หรือตระหนักรู้ในที่ตลาดให้กับความสามารถในการนวัตกรรม

7. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: การสร้างทีมงานที่มีความสามารถในการนวัตกรรมและการทำงานเป็นทีม

8. การตรวจสอบและปรับปรุงตามความต้องการ: การตรวจสอบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่กับลูกค้าและปรับปรุงตามความต้องการของตลาด

9. การประเมินความเสี่ยง: การประเมินความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการนวัตกรรม

การนวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการให้กับองค์กรความสามารถในการเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงในสภาวะตลาดและสร้างความเป็นผู้นำในวงการ การบริหารกลยุทธ์นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาความสามารถในการเติบโตและยังต้องเน้นการสร้างสรรค์และความสามารถในการทำงานเป็นทีมขององค์กรเพื่อสนับสนุนการนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ “Enterpreneur” คือ ผู้ที่ริเริ่มดำเนินธุรกิจเป็นของตนเอง วางแผนดำเนินงาน มองเห็นถึงโอกาสในการดำเนินธุรกิจและการยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อมุ่งหวังซึ่งผลกำไรของธุรกิจ

ธนณัฏฐ์ เนียมหอม และสมจิตร ล้วนจำเริญ (2565) ได้กล่าวว่า การเป็นผู้ประกอบการที่ดีต้องใช้ความสามารถทักษะในการประกอบกิจการได้อย่างเหมาะสม สามารถประสบความสำเร็จได้

กนกกาญจน์ อวิรุตม์ (2561)ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้มีมองเห็นโอกาสในการประกอบธุรกิจ โดยมีปัจจัยหลายปัจจัย เช่น ทุน แรงงาน ที่ดิน เพื่อหวังผลกำไร และยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้

ทิบดี ทัฬหกรณ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2562) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่จัดการองค์กรและยอมรับความเสี่ยงทางธุรกิจ เพื่อต้องการความสำเร็จ หวังผลกำไรจากการทำธุรกิจ

หงไหม เหอ (2557)ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีต้องเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ เป็นผู้นำ สามารถทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายได้

มลทิพย์ บำรุงกิจ และนพดล พันธุ์พานิช (2564) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการส่งเสริมให้ธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคสามารถสร้างความได้เปรียบ ได้รับความร่วมมือและช่วยเหลือในด้านเทคโนโลยี พัฒนาความรู้ความเข้าใจสิ่งใหม่ ๆ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลที่นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะส่งเสริมสนับสนุนให้บุคคลนั้นเกิดความสำเร็จในการประกอบการ ประเมินได้จากคุณลักษณะต่าง ๆ ผู้ที่ให้ความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของ (Frese, 2000, อ้างอิงใน วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2557)) ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Self-efficacy) หมายถึง ความเชื่อในความสามารถของตนเองว่าจะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ผู้ประกอบการที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูงจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าคิด กล้าตัดสินใจ กล้าเผชิญกับความท้าทาย และมีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง มีความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์จะมองเห็นโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่ ๆ และมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

3. ความกล้าเสี่ยง (Rick taking) หมายถึง ความกล้าที่จะเผชิญกับความเสี่ยง ผู้ประกอบการที่มีนิสัยกล้าเสี่ยงจะมีความยืดหยุ่นในการรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน มีความกดดัน กล้าที่จะลงทุนลงแรงในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง และมีความอดทนเพื่อผลลัพธ์ที่ดี

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) หมายถึง มีความพยายามและมีความมุ่งมั่นที่จะแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจอย่างรุนแรงเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย หรือมีสถานะทางการตลาดที่ดีกว่าคู่แข่ง มุ่งมั่นที่จะเอาชนะคู่แข่งให้ได้

5. ความสม่ำเสมอและความใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Consistency and dedication to learning) หมายถึง มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจอย่างต่อเนื่อง แสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคหรือความล้มเหลว มีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Desire for success) หมายถึง เป็นผู้ที่มีความพยายามและความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มีความรับผิดชอบ ไม่หลีกหนีปัญหาพยายามแก้ไขปรับปรุงให้ธุรกิจให้ดีขึ้น มีการวางแผนอย่างรอบคอบมีทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยสรุปได้ว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีประกอบด้วย คุณลักษณะ 6 ปัจจัย ดังนี้

1. การยอมรับความเสี่ยง คือ การมีความกล้าที่จะเผชิญกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวตลอดเวลา กล้าตัดสินใจในสิ่งที่ไม่รู้ กล้าเสี่ยงเพื่อโอกาสในการประสบความสำเร็จในธุรกิจ

2. ความคิดเชิงนวัตกรรม คือ การมีความคิดสร้างสรรค์เปิดรับนวัตกรรม มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยมาใช้ในธุรกิจ

3. ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ คือ การมีทักษะเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ และการพัฒนาความรู้ เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ วิเคราะห์สถานการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ

4. ความต้องการความสำเร็จ คือ การมุ่งมั่นตั้งใจตั้งเป้าหมายที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีวิสัยทัศน์ เรียนรู้และเข้าใจพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

5. ความมั่นใจในตนเอง คือ ความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีพัฒนาตนเองและธุรกิจกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูกและมั่นใจในความสามารถของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจ

แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจแบบ Balance Scorecard เป็นเฟรมเวิร์กที่พัฒนาโดย นอร์มัน คาร์ทร์ (Robert Kaplan) และเดวิด นอร์ตัน (David Norton) ในปี ค.ศ. 1992 และเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่ช่วยในการวัดและบริหารผลการดำเนินธุรกิจโดยเน้นความสมดุลระหว่างมุมมองทางการเงินและมุมมองทางการจัดการองค์กรที่สำคัญอื่น ๆ โดยรวมด้วยมุมมองทางลูกค้า,

มุมมองทางกระบวนการภายใน, และมุมมองทางการเรียนรู้และการพัฒนา แนวคิดของ Balance Scorecard นี้สร้างขึ้นบนหลักการว่า การวัดผลควรเน้นทั้งมิติการเงินและมิติการบริหารองค์กรเพื่อให้สามารถจัดการตามวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างครอบคลุม ประกอบด้วยมุมมองทางการเงินและมุมมองทางการบริหารในเชิงกลยุทธ์และเชิงปฏิบัติที่สำคัญต่อการสร้างคุณค่าในระยะยาว

ชลิดา ลิ้นจี่ (2563) กล่าวถึงว่า Balance Scorecard คือ วิธีการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือที่บ่งบอกให้ทราบว่าถึงการจัดการด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน การเรียนรู้และการเจริญเติบโต ให้มีความสมดุลระหว่างกันทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) กล่าวถึง เครื่องมือทางการจัดการคือ Balance Scorecard การวัดผลเชิงดุลภาพ หรือ ดัชนีความสำเร็จแบบสมดุล เป็นตัวกำหนดจัดทำตัวชี้วัดผลประกอบการการของธุรกิจ

รุ่ง เดชคุ้มวงศ์ (2557) กล่าวถึง Balance Scorecard คือ ระบบหรือกระบวนการในการบริหารงานที่อาศัยการกำหนดตัวชี้วัดเป็นกลไกสำคัญ แนวคิดพื้นฐานของ Balance Scorecard มุมมองทุกด้านจะมีวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรเป็นศูนย์กลาง ประกอบด้วย คือ วัตถุประสงค์ คือ ปัจจัยที่องค์กรมุ่งหวังให้สำเร็จในแต่ละด้าน ตัวชี้วัด (Measures หรือ Key Performance Indicators) คือ ตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน เป้าหมาย (Targer) คือ สิ่งที่องค์กรต้องการให้สำเร็จในแต่ละตัวชี้วัด แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรม (Initiatives) เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดขึ้น

การวัดผลการดำเนินงานโดย Balance Scorecard มุมมองหลักใน Balance Scorecard ประกอบด้วย

มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective): การวัดผลเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกำไร, รายได้, การลงทุน, และความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อให้มีมุมมองทางการเงินที่สมดุลและยั่งยืน กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) มุมมองทางด้านการเงินจะเป็นตัวบ่งบอกว่ากลยุทธ์ที่ได้กำหนดขึ้นมาและการนำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติ ก่อให้เกิดผลดีต่อการดำเนินงานขององค์กร

มุมมองทางลูกค้า (Customer Perspective): การวัดผลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า, การเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า, และความสำเร็จในการสรรหาลูกค้าใหม่ เพื่อให้มีมุมมองทางลูกค้าที่ดีและเติบโตได้อย่างยั่งยืน รุ่ง เดชคุ้มวงศ์ (2557) การที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในสินค้าและบริการ สามารถทำให้ลูกค้าจงรักภักดีและกลับมาซื้อซ้ำ ทำให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดได้

มุมมองทางกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective): การวัดผลเกี่ยวกับกระบวนการภายในองค์กรที่สำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ, การพัฒนาคุณภาพ, และการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ เพื่อให้มีมุมมองทางกระบวนการที่ทันสมัยและมีความเป็นไปได้

รุ่ง เดชคุ้มวงศ์ (2557) ระบบการทำงานภายในองค์กรมีความสำคัญ หากองค์กรพัฒนาและมีการบริหารงานภายในที่ดีส่งผลให้องค์กรเติบโต มีรายได้สูงขึ้น

มุมมองทางการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective): การวัดผลเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, การเรียนรู้และการพัฒนาทักษะ, และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมในองค์กร เพื่อให้มีมุมมองทางการเรียนรู้และการสร้างความเป็นผู้นำในการนวัตกรรม กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) เป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุด

ผลการดำเนินธุรกิจที่ดีต้องมีความสมดุลระหว่างมุมมองทั้ง 4 และให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ครอบคลุมทั้งมิติการเงินและมิติการบริหารในทุกด้าน นั่นคือ การสร้างความสมดุลในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้ถือหุ้น และรักษาความสามารถในการเติบโตและยั่งยืนในระยะยาว

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจ สรุปได้ว่า Balance Scorecard เป็นเครื่องมือในการจัดการวางแผนกลยุทธ์ให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ โดยวัดผลจากผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เพื่อให้มองเห็นภาพรวมของธุรกิจชัดเจนขึ้นได้อย่างครอบคลุม ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต คุณภาพสินค้า ความพึงพอใจ การพัฒนาบุคลากร และผลตอบแทนทางการเงิน สามารถวัดผลและเปรียบเทียบประสิทธิภาพกับคู่แข่งได้ ปรับปรุงธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้เลือกศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือมีความสอดคล้องกับการศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ดังนี้

คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 3) ศึกษากลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาปรับปรุงคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจต่อไป

ดาวเดือน อินเตชะ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาถึงขีดความสามารถหลักและขีดความสามารถทั่วไปของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดลำปาง เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ จำนวน 85 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง ระดับขีดความสามารถหลักผู้ประกอบการมีขีดความสามารถหลักอยู่ในระดับมาก โดยความแตกต่างด้านเพศ อายุ ระยะเวลาการประกอบกิจการ มีขีดความสามารถหลักในระดับมากไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ ควรมีการพัฒนาขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ โดยพัฒนาขีดความสามารถที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและการสร้างเครือข่ายให้แก่ผู้ประกอบการ และวิจัยขีดความสามารถของผู้ประกอบการในมิติอื่น ๆ เพิ่มเติม

ธนณัฏฐ์ เนียมหอม และสมจิตร ล้วนจำเริญ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม ความสามารถในการบริหาร ความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความกล้าที่จะแข่งขัน และการมีอิสระในการบริหารงานมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่าศักยภาพการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ การบริหารการตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการผลิต การบริหารการเงิน และการพัฒนาเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย

พัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฏ์ศักดิ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์ จำนวน 455 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ และปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านกลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน

ต่ำ และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ส่งผลในทิศทางบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ศันธนีย์ อุ่นจิตติ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก วัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการตลาดโลก กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ จำนวน 44 คน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานด้านการสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และกลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม ตามลำดับ

สุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ วัตถุประสงค์ 1)เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ 2)เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ 3)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าของหรือผู้บริหารกิจการ จำนวน 213 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า กิจการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อม ก่อตั้งในรูปแบบบริษัทความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจพบว่าด้านกระบวนการภายในโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากโดยที่ความสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ในขณะที่ด้านการเติบโตของกิจการพบว่าผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีผลประกอบการดีขึ้น และมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดของกิจการและรูปแบบของกิจการมีความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

สวลี วงศ์ไชยา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ 3) ศึกษาปัจจัยบุคคล ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนธุรกิจทุกประเภทในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 418 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมอยู่ในระดับ

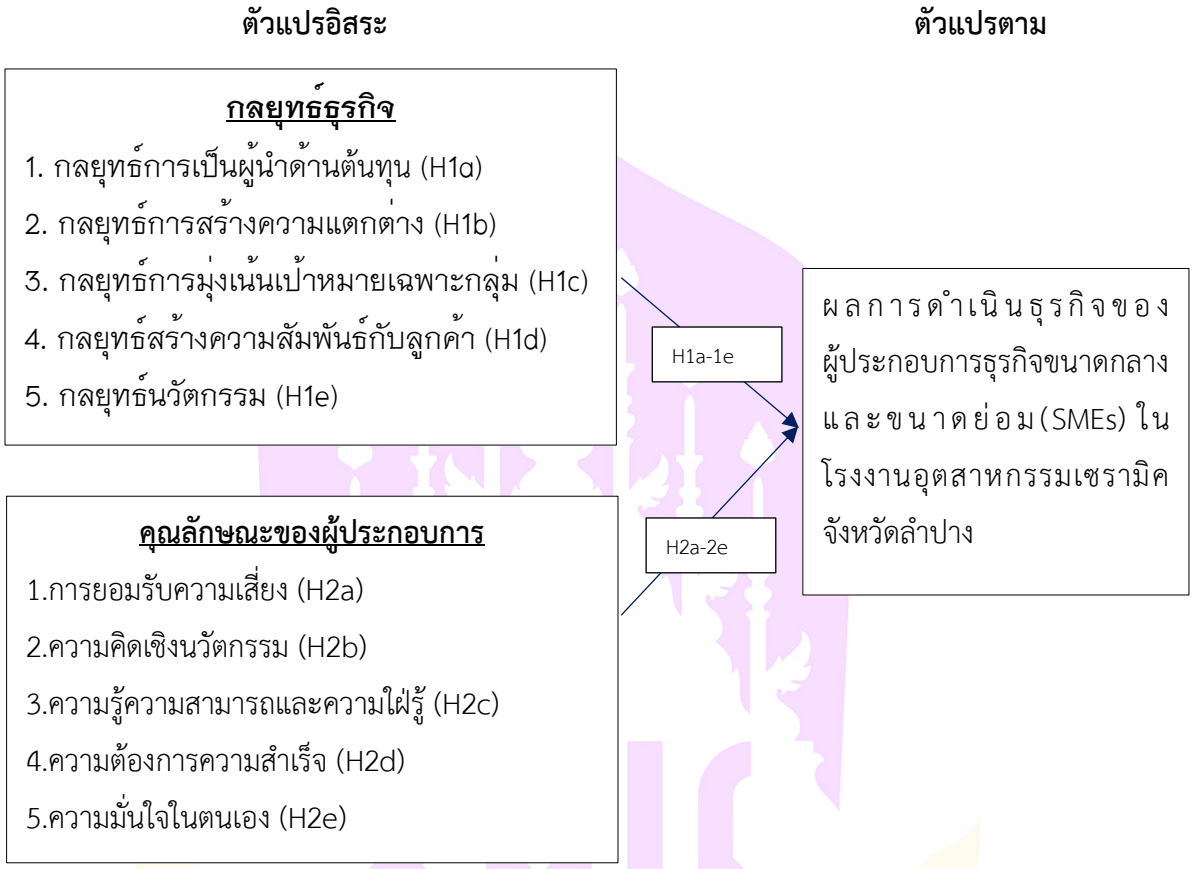
ปานกลาง ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า กลุ่มตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสูงมาก กลุ่มตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สลิลทิพย์ ไข่เพชร และกฤตชน วงศ์รัตน์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1)กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงาน 2) อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงาน 3) อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงาน 4) ความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 190 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2) อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจและปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง และสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้ดังต่อไปนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง จำนวน 203 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.), 2565)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในเขตจังหวัดลำปาง ซึ่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น 133 ตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรคำนวณของ Krejcie&Morgan (1970) โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543)

$$n = \frac{x^2 N_P (1-p)}{e^2 (N-1) + x^2 p (1-p)}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

x^2 = ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% (x^2=3.841)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด p = 0.5)

เมื่อแทนค่าตัวแปรในสมการ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 203 ราย โดยกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95% และสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเท่ากับ

$$n = \frac{3.841\ x\ 203\ x\ 0.5\ (0.5)}{0.05^2(203-1)+3.841\ x\ 0.5\ (0.5)}$$

n = 133.0358 ≈ 133

จากการคำนวณกรณีทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 133 ตัวอย่าง

3. วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มตามสัดส่วนที่ไม่เท่ากันจำนวน 5 อำเภอในจังหวัดลำปาง ดังแสดงในตาราง 1

3.2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) วิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้ประกอบการของสถานประกอบการเซรามิคในจังหวัดลำปาง จนได้ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 133 ราย

ตาราง 1 แสดงสัดส่วนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ชื่ออำเภอ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เมืองลำปาง	110	72
เกาะคา	68	45
แม่ทะ	6	4
ห้างฉัตร	16	10
แม่เมาะ	3	2
รวม	**203**	**133**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามใช้คำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 5 ส่วน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) สร้างตามแบบมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) โดยจะมีเกณฑ์การให้ คะแนน ดังต่อไปนี้

5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก

3 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยปานกลาง

2 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย

1 หมายถึงระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้ รูปแบบของธุรกิจ และจำนวนพนักงาน เป็นแบบสอบถามปลายปิด คำถามเป็นลักษณะคำถามเลือกคำตอบเดียวจากตัวเลือกที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เป็นแบบสอบถามปลายปิด 5 ด้าน คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัด

ลำปาง เป็นแบบสอบถามปลายปิด 5 ด้าน คือ การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตนเอง โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เป็นแบบสอบถามปลายปิด 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเขียนแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นคำถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างอิสระ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย โดยการทดสอบความตรง (Validity) และการตรวจสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรง (Validity) เป็นการทดสอบเครื่องมือ เพื่อวัดความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1.1 ดร.เมทยา อิ่มเอิบ ประธานกรรมการผู้รับผิดชอบหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

1.2 ดร.จิรวัฒน์ วงศ์ธงชัย อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การเกษตร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

1.3 ดร.อลิษา เกษทองมา หัวหน้าสาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

เป็นผู้ตรวจสอบ โดยให้คะแนนในแบบประเมินตามเกณฑ์การพิจารณาของ (สุพัฒนา หอมบุปผา, 2558) ดังนี้

คะแนน +1 แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามจุดประสงค์ และเนื้อหา

คะแนน 0 ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงตามจุดประสงค์ และเนื้อหา

คะแนน -1 แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงตามจุดประสงค์ และเนื้อหา

ประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับจุดประสงค์ของการวิจัย หรือ ค่า IOC (Index of item objective Congruence= IOC) ให้ผู้เชี่ยวชาญตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามในเครื่องมือกับเนื้อหาที่ต้องการวัด จากการหาค่าความสอดคล้อง (IOC)

จากผู้เชี่ยวชาญในแบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.98 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ดังนั้นแสดงว่ามีความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม สามารถนำไปใช้ในการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นต่อไปได้

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เป็นคุณสมบัติขของแบบสอบถามที่แสดงให้ทราบว่าแบบสอบถามนั้นให้ผลการวัดที่สม่ำเสมอ แน่นอน หรือคงที่มากน้อยเพียงใด โดยนำไปทดลองใช้ Try out กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 ชุด หาค่าความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป (สุภาวดี ขุนทองจันทร์, 2560) จากการวิเคราะห์พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha coefficient) ของแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.983 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในเขตจังหวัดลำปาง โดยมีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 133 ราย จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูล ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้ทำการเก็บรวบรวมศึกษาค้นคว้าจากหนังสือทางวิชาการ เอกสารงาน บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สิ่งพิมพ์เอกสารอื่นที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistical Package for Social Science: SPSS) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบกิจการ รูปแบบของธุรกิจ และจำนวนพนักงาน โดยใช้วิธีแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ทั้ง 5 ด้าน คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า กลยุทธ์นวัตกรรม มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 3 นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ทั้ง 5 ด้าน คือ การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ ความมั่นใจในตนเองมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

ส่วนที่ 4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยใช้การตีความหมายของระดับความคิดเห็น (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ค่าระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ค่าระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ค่าระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ค่าระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ค่าระดับ น้อยที่สุด

2.สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้หาอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยกำหนดรูปแบบสมการการถดถอยพหุคูณ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Y = ตัวแปรตาม

$X_1, X_2 .. X_k$ = ตัวแปรอิสระที่ 1,2..n

β_0 = ค่าคงที่ของสมการ

$\beta_1, \beta_2 .. \beta_k$ = ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ

ε = ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง จำนวน 133 ราย เริ่มเก็บตั้งแต่ วันที่ 10 เมษายน – 10 พฤษภาคม 2567 นำมาวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำเสนอผลการศึกษาวิจัย แบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดใช้สัญลักษณ์ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจและความเห็นตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

N	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-distribution
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

R^2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

B แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรที่อยู่ในรูปคะแนนดิบ

β แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรที่อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน

P-value แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

* แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

X_{1a} แทน กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

X_{1b} แทน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

X_{1c} แทน กลยุทธ์การมุ่งเน้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

X_{1d} แทน กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า

X_{1e} แทน กลยุทธ์นวัตกรรม

X_{2a} แทน การยอมรับความเสี่ยง

X_{2b} แทน ความคิดเชิงนวัตกรรม

X_{2c} แทนความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้

X_{2d} แทน ความต้องการความสำเร็จ

X_{2e} แทน ความมั่นใจในตนเอง

Y แทน ผลการดำเนินธุรกิจ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ รวมทั้งสิ้น 133 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบการ รูปแบบธุรกิจ และจำนวนพนักงาน ตามลำดับ โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังต่อไปนี้ ตาราง 2 – 7

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1) ชาย	60	45.10
2) หญิง	73	54.90
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90 และเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 30 ปี	3	2.30
2) 30 – 39 ปี	14	10.50
3) 40 – 49 ปี	33	24.80
4) 50 – 59 ปี	59	44.40
5) 60 ปีขึ้นไป	24	18.00
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมามีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
1) ประถมศึกษา	2	1.50
2) มัธยมศึกษา	33	24.80
3) อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	23	17.30
4) ปริญญาตรี	68	51.10
5) สูงกว่าปริญญาตรี	7	5.30
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.10 รองลงมาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 และระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้

ระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่า 5 ปี	37	27.80
2) 6 - 10 ปี	65	48.90
3) 11 - 15 ปี	6	4.50
4) 16 ปีขึ้นไป	25	18.80
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้ เป็นระยะเวลา 6 – 10 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 รองลงมาต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 ระยะเวลา 16 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และระยะเวลา 11 – 15 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรูปแบบของธุรกิจ

รูปแบบของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1) กิจการเจ้าของคนเดียว	120	90.20
2) ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	0	0.00
3) ห้างหุ้นส่วนจำกัด	8	6.00
4) บริษัทจำกัด	5	3.80
5) บริษัทมหาชนจำกัด	0	0.00
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจในรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 90.20 รองลงมาคือห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และบริษัทจำกัด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 10 คน	75	56.40
2) 11 – 50 คน	56	42.10
3) 51 – 200 คน	2	1.50
รวม	**133**	**100.00**

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงาน น้อยกว่า 10 คน จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.40 รองลงมาคือ 11 – 50 คน จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.10 และ 51 – 200 คน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า กลยุทธ์นวัตกรรม ตามลำดับ วิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (**S.D.**) ผลการวิเคราะห์นำเสนอดังตาราง 8 – 13

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ในภาพรวม

กลยุทธ์ธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	3.68	0.62	มาก
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	3.79	0.52	มาก
3. กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม	3.92	0.39	มาก
4. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า	3.89	0.47	มาก
5. กลยุทธ์นวัตกรรม	3.76	0.51	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.81**	**0.41**	**มาก**

จากตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.81 , S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ ลำดับแรก คือ กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92 , S.D. = 0.39) รองลงมา คือ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 , S.D. = 0.47) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79 , S.D. = 0.52) กลยุทธ์นวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76 , S.D. = 0.51) และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68 , S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (รายข้อ)

กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับ
1. ท่านซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุนในการผลิต	3.84	1.27	มาก
2. ราคาสินค้าในร้านของท่าน มีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าในท้องตลาดทั่วไป	3.59	0.73	มาก
3. ท่านตั้งราคาสินค้าในราคาที่แตกต่างจากร้านค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในตลาดเดียวกัน	3.63	0.63	มาก
4. ท่านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต	3.67	0.70	มาก
5. ท่านมีวิธีการในการลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการต่าง ๆ ของกิจการ ซึ่งจะทำให้เกิดการลดต้นทุน เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ เป็นต้น	3.64	0.74	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.68**	**0.62**	**มาก**

จากตาราง 9 พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.68 , S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุนในการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.84 , S.D. = 1.27) รองลงมา คือ ท่านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.67 , S.D. = 0.70) ท่านมีวิธีการในการลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการต่าง ๆ ของกิจการ ซึ่งจะทำให้เกิดการลดต้นทุน เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.64 , S.D. = 0.74) ท่านตั้งราคาสินค้าในราคาที่แตกต่างจากร้านค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในตลาดเดียวกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.63 , S.D. = 0.63) และราคาสินค้าในร้านของท่าน มีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าในท้องตลาดทั่วไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.59 , S.D. = 0.73) ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (รายข้อ)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านตกแต่งร้านให้สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย	3.72	0.84	มาก
2. ท่านจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจนสามารถหยิบจับได้ง่าย	3.74	0.74	มาก
3. ท่านนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าอยู่ตลอด	3.71	0.69	มาก
4. ท่านพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่ง	3.78	0.68	มาก
5. กิจการของท่านมีระบบการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ	3.98	0.62	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.79**	**0.52**	**มาก**

จากตาราง 10 พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.79 , S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีระบบการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98 , S.D. = 0.62) รองลงมา คือ ท่านพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้เหนือว่าคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78 , S.D. = 0.68) ท่านจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจนสามารถหยิบจับได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74 , S.D. = 0.74) ท่านตกแต่งร้านให้สวยงามน่าสนใจ และทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72 , S.D. = 0.84) และท่านนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอยู่ตลอด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.71 , S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (รายข้อ)

กลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับเป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้	4.29	0.56	มากที่สุด
2. ท่านผลิตสินค้าแบบสั่งทำตามความชอบของลูกค้า มากกว่าผลิตสินค้าแบบสต๊อกสินค้าไว้จำนวนมาก	4.06	0.56	มาก
3. ท่านสร้างระบบการบริการลูกค้าที่ทันสมัยและปรับตัวตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ	3.86	0.60	มาก
4. ท่านมีกลยุทธ์การบริการลูกค้าที่เน้นที่ความต้องการสินค้าของลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจ	3.81	0.62	มาก
5. ท่านมีช่องทางการโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม	3.59	0.75	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.92**	**0.39**	**มาก**

จากตาราง 11 พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางด้านกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92 , S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับเป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.29 , S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ท่านผลิตสินค้าแบบสั่งทำตามความชอบของลูกค้า มากกว่าผลิตสินค้าแบบสต๊อกสินค้าไว้จำนวนมาก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06 , S.D. = 0.56) ท่านสร้างระบบการบริการลูกค้าที่ทันสมัยและปรับตัวตามความต้องการของลูกค้ากลุ่ม นั้น ๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.60) ท่านมีกลยุทธ์การบริการลูกค้าที่เน้นที่ความต้องการสินค้าของลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.81 , S.D. = 0.62) และท่านมีช่องทางการโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.59 , S.D. = 0.75) ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า (รายข้อ)

กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า	4.12	0.60	มาก
2. ท่านมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้	4.01	0.65	มาก
3. ท่านสามารถจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ	3.92	0.59	มาก
4. ท่านจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.63	0.70	มาก
5. ท่านแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์	3.76	0.60	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.89**	**0.47**	**มาก**

จากตาราง 12 พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางด้านกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 , S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่าลำดับแรก คือ ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12 , S.D. = 0.60) รองลงมา คือ ท่านมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01 , S.D. = 0.65) ท่านสามารถจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92 , S.D. = 0.59) ท่านแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76 , S.D. = 0.60) และท่านจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.63 , S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์นวัตกรรม (รายข้อ)

กลยุทธ์นวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ	3.92	0.67	มาก
2. ท่านจัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น	3.75	0.60	มาก
3. ท่านขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok	3.79	0.77	มาก
4. สินค้าของท่านสามารถค้นหาได้จาก เว็บไซต์ Google Facebook Line	3.77	0.67	มาก
5. ท่านนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการที่แตกต่างจากเดิม	3.59	0.68	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.76**	**0.51**	**มาก**

จากตาราง 13 พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปางด้านกลยุทธ์นวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76 , S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92 , S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ท่านขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79 , S.D. = 0.77) สินค้าของท่านสามารถค้นหาได้จาก เว็บไซต์ Google Facebook Line อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.77 , S.D. = 0.67) ท่านจัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.75 , S.D. = 0.60) และท่านนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการที่แตกต่างจากเดิม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.59 , S.D. = 0.68) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตนเอง ตามลำดับ วิเคราะห์โดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการวิเคราะห์นำเสนอดังตาราง 14 - 19

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ในภาพรวม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. การยอมรับความเสี่ยง	3.78	0.48	มาก
2. ความคิดเชิงนวัตกรรม	3.83	0.50	มาก
3. ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้	3.86	0.65	มาก
4. ความต้องการความสำเร็จ	3.88	0.57	มาก
5. ความมั่นใจในตนเอง	3.89	0.56	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.85**	**0.46**	**มาก**

จากตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85 , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ความมั่นใจในตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 , S.D. = 0.56) รองลงมา คือ ความต้องการความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88 , S.D. = 0.57) ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.65) ความคิดเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83 , S.D. = 0.50) และการยอมรับความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78 , S.D. = 0.48) ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการยอมรับความเสี่ยง (รายข้อ)

การยอมรับความเสี่ยง	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมีความพร้อมที่จะเผชิญกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวตลอดเวลา	3.77	0.71	มาก
2. ท่านมีความกล้าและมีความอดทนต่อการเผชิญกับความเสี่ยง	3.80	0.67	มาก
3. ท่านมีความกล้าเสี่ยงในการตัดสินใจในสิ่งที่ไม่รู้	3.86	0.67	มาก
4. ท่านกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากในการประกอบธุรกิจ	3.57	0.62	มาก
5. ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยง	3.87	0.65	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.78**	**0.47**	**มาก**

จากตาราง 15 พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ด้านการยอมรับความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78 , S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87 , S.D. = 0.65) รองลงมา คือ ท่านมีความกล้าเสี่ยงในการตัดสินใจในสิ่งที่ไม่รู้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.67) ท่านมีความกล้าและมีความอดทนต่อการเผชิญกับความเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80 , S.D. = 0.67) ท่านมีความพร้อมที่จะเผชิญกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.77 , S.D. = 0.71) และท่านกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากในการประกอบธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.57 , S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม (รายข้อ)

ความคิดเชิงนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติ	3.77	0.60	มาก
2. ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในธุรกิจของท่านได้	3.67	0.65	มาก
3. ท่านมีความพยายามในการหาช่องทางที่จะนำสิ่งใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจเสมอ	4.02	0.65	มาก
4. ท่านมีความคิดสร้างสรรค์และเปิดรับนวัตกรรม	3.86	0.55	มาก
5. ท่านสามารถนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและทันสมัย	3.83	0.65	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.83	0.50	มาก

จากตาราง 16 พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83 , S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านมีความพยายามในการหาช่องทางที่จะนำสิ่งใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02 , S.D. = 0.65) รองลงมา คือ ท่านมีความคิดสร้างสรรค์และเปิดรับนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.55) ท่านสามารถนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83 , S.D. = 0.65) ท่านมุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.77 , S.D. = 0.60) และท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในธุรกิจของท่านได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67 , S.D. = 0.65) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ (รายข้อ)

ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า	3.99	0.69	มาก
2. ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ	3.76	0.77	มาก
3. ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองในดำเนินธุรกิจ	3.88	0.71	มาก
4. ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.84	0.65	มาก
5. ท่านวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ	3.84	0.76	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.86	0.65	มาก

จากตาราง 17 พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.86 , S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.99 , S.D. = 0.69) รองลงมา คือ ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองในดำเนินธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88 , S.D. = 0.71) ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.84 , S.D. = 0.65) ท่านวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.84 , S.D. = 0.76) และท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76 , S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จ (รายข้อ)

ความต้องการความสำเร็จ	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง	3.93	0.55	มาก
2. ท่านตั้งเป้าหมายให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม	3.85	0.67	มาก
3. ท่านมีวิสัยทัศน์และวางแผนการพัฒนาสินค้าในอนาคต	3.89	0.72	มาก
4. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในการกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี	3.85	0.69	มาก
5. ท่านพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้	3.87	0.67	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.88	0.57	มาก

จากตาราง 18 พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ด้านความต้องการความสำเร็จ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88 , S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93 , S.D. = 0.55) รองลงมา คือ ท่านมีวิสัยทัศน์และวางแผนการพัฒนาสินค้าในอนาคต อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 , S.D. = 0.72) ท่านพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87 , S.D. = 0.67) ท่านตั้งเป้าหมายให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85 , S.D. = 0.67) และท่านมีความรู้ความเข้าใจในการกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85 , S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมั่นใจในตนเอง (รายข้อ)

ความมั่นใจในตนเอง	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. ท่านสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของท่านเอง	3.95	0.66	มาก
2. ท่านมีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้	3.80	0.63	มาก
3. ท่านมีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี	3.74	0.66	มาก
4. ท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของท่านโดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค	4.08	0.59	มาก
5. ท่านมีความกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูก และยอมรับการเปลี่ยนแปลง	3.91	0.69	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.89	0.56	มาก

จากตาราง 19 พบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ด้านความมั่นใจในตนเอง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.89 , S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ ท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของท่านโดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08 , S.D. = 0.59) รองลงมา คือ ท่านสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของท่านเอง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.95 , S.D. = 0.66) ท่านมีความกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูก และยอมรับการเปลี่ยนแปลง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91 , S.D. = 0.69) ท่านมีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80 , S.D. = 0.63) และท่านมีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.74 , S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง

ผลการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
1. กิจการของท่านมีผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น	3.63	0.71	มาก
2. กิจการของท่านมีอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา	3.55	0.70	มาก
3. กิจการของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้ลดลงจากปีก่อนๆที่ผ่านมาได้	3.80	0.75	มาก
4. กิจการของท่านได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน	3.82	0.67	มาก
5. กิจการของท่านมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง	3.69	0.64	มาก
6. กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.78	0.73	มาก
7. กิจการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่า	3.62	0.78	มาก
8. กิจการของท่านมีการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้ารายเก่าและเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้ารายใหม่เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารงาน	4.05	0.67	มาก

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง (ต่อ)

ผลการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
9. กิจการของท่านให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างขายและหลังการขาย	3.91	0.61	มาก
10. กิจการของท่านเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ	3.92	0.62	มาก
11. ท่านตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานภายในอยู่เสมอ เพื่อวางแผนพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น	3.70	0.79	มาก
12. ท่านพัฒนาระบบสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ	3.46	0.71	มาก
13. ท่านคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการของธุรกิจของท่าน	3.65	0.60	มาก
14. ท่านปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานให้มีความชัดเจนเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง	3.67	0.69	มาก
15. ท่านส่งเสริมระบบการทำงานเป็นทีมให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	3.79	0.70	มาก
16. ท่านสนับสนุนให้พนักงานของท่านได้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่	3.84	0.66	มาก
17. ท่านปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	3.62	0.61	มาก
18. ท่านนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนากิจการ เพื่อความรวดเร็วทันสมัย	3.68	0.69	มาก

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง (ต่อ)

ผลการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	ระดับ
19. ท่านนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการมากน้อยเพียงใด	3.76	0.68	มาก
20. ท่านส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้หรือพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น	3.77	0.71	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	**3.74**	**0.45**	**มาก**

จากตาราง 20 พบว่าผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.74 , S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรก คือ กิจการของท่านมีการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้ารายเก่าและเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้ารายใหม่เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.05 , S.D. = 0.67) รองลงมา คือ กิจการของท่านเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92 , S.D. = 0.62) กิจการของท่านให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างขายและหลังการขาย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91 , S.D. = 0.61) ท่านสนับสนุนให้พนักงานของท่านได้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.84 , S.D. = 0.66) กิจการของท่านได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.82 , S.D. = 0.67) กิจการของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้ลดลงจากปีก่อนๆที่ผ่านมาได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.80 , S.D. = 0.75) ท่านส่งเสริมระบบการทำงานเป็นทีมให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79 , S.D. = 0.70) กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.78 , S.D. = 0.73) ท่านส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้หรือพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.77 , S.D. = 0.71) ท่านนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการมากน้อยเพียงใด อยู่ใน

ระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.76 , S.D. = 0.68) ท่านตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานภายในอยู่เสมอ เพื่อวางแผนพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.70 , S.D. = 0.79) กิจการของท่านมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69 , S.D. = 0.64) ท่านนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนากิจการ เพื่อความรวดเร็วทันสมัย อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.68 , S.D. = 0.69) ท่านปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานให้มีความชัดเจนเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.67 , S.D. = 0.69) ท่านคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถตรงตามความต้องการของธุรกิจของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.65 , S.D. = 0.60) กิจการของท่านมีผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.63 , S.D. = 0.71) ท่านปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.62 , S.D. = 0.61) กิจการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่า อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.62 , S.D. = 0.78) กิจการของท่านมีอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.55 , S.D. = 0.70) และท่านพัฒนาระบบสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.46 , S.D. = 0.71) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในตาราง Correlation เพื่อหากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ซึ่งก่อนที่จะทำการวิเคราะห์โดยวิธีถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยต้องทำการตรวจสอบเงื่อนไขข้อตกลงเบื้องต้นก่อน โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ

1. ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระจากกัน (Autocorrelation) โดยตัวแปรที่นำมาใช้ต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยทำการตรวจสอบโดยสถิติทดสอบ Durbin-Watson ในการทดสอบค่าตัวแปรอิสระ ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ (กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558) โดยใช้เกณฑ์วัดค่าดังนี้

ค่าในช่วง 2.6 – 4.0 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ

ค่าในช่วง 1.5 – 2.5 แสดงว่า มีความเป็นอิสระกัน

ค่าในช่วง 0 – 1.4 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสถิติ Durbin-Watson ที่ได้เท่ากับ 1.850 มีค่าอยู่ในช่วง 1.5 ถึง 2.5 จึงสรุปได้ว่าค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน เป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

2. ตัวแปรอิสระต้องเป็นอิสระกันไม่สัมพันธ์กัน ผู้วิจัยทำการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) การบอกระดับหรือขนาดของความสัมพันธ์จะใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หากค่สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเข้าใกล้ -1 หรือ 1 แสดงถึงการมีความสัมพันธ์กันสูง แต่หากค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงความสัมพันธ์กันระดับน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน โดยจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (อโนทัย ตรีวานิช, 2552)

เมื่อ r แทนค่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

r <0.20 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรน้อย

0.21< r ≤ 0.40 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่อนข้างน้อย

0.41< r ≤ 0.60 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปานกลาง

0.61< r ≤ 0.80 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรค่อนข้างมาก

r > 0.80 ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมาก

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ได้ผลดังนี้

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระด้วยวิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

ตัวแปรอิสระ		$X_{1a)}$	X_{1b}	X_{1c}	X_{1d}	X_{1e}	X_{2a}	X_{2b}	X_{2c}	X_{2d}	X_{2e}
X_{1a}	Correlation	1									
X_{1b}	Correlation	0.551**	1								
X_{1c}	Correlation	0.495**	0.719**	1							
X_{1d}	Correlation	0.258**	0.678**	0.652**	1						
X_{1e})	Correlation	0.588**	0.668**	0.704**	0.630**	1					
X_{2a}	Correlation	0.271**	0.328**	0.496**	0.582**	0.570**	1				
X_{2b}	Correlation	0.466**	0.447**	0.673**	0.556**	0.704**	0.672**	1			
X_{2c}	Correlation	-0.077	0.331**	0.424**	0.564**	0.448**	0.594**	0.474**	1		
X_{2d}	Correlation	0.168	0.513**	0.583**	0.735**	0.538**	0.603**	0.636**	0.553**	1	
X_{2e}	Correlation	0.143	0.352**	0.443**	0.580**	0.461**	0.648**	0.588**	0.715**	0.743**	1

N=133 , **Correlation is significant at the 0.05

จากตาราง 21 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรอิสระ ทั้ง 10 ตัวแปร คือ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X_{1a}) 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (X_{1b}) 3) กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (X_{1c}) 4) กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า (X_{1d}) 5) กลยุทธ์นวัตกรรม (X_{1e}) และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) การยอมรับความเสี่ยง (X_{2a}) 2) ความคิดเชิงนวัตกรรม (X_{2b}) 3) ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ (X_{2c}) 4) ความต้องการความสำเร็จ (X_{2d}) 5) ความมั่นใจในตนเอง (X_{2e}) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดที่มีความสัมพันธ์เกิน 0.80 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นข้อมูลชุดนี้สามารถนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณได้

3. ตรวจสอบการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความสัมพันธ์กัน โดยใช้ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งจะอยู่ในส่วนของการทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยผู้วิจัยจะกำหนดโดยใช้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 (Tolerance>0.10) แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ต้องมีค่าน้อยกว่า 10 (VIF<10) (พีชญาดา พื้นผา, 2560) แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงผลการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF

ตัวแปรพยากรณ์	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
กลยุทธ์ธุรกิจ		
1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	0.349	2.864
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	0.276	3.627
3. กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม	0.312	3.208
4. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า	0.284	3.517
5. กลยุทธ์นวัตกรรม	0.287	3.487

ตาราง 22 แสดงผลการตรวจสอบค่า Tolerance และค่า VIF (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ		
1. การยอมรับความเสี่ยง	0.383	2.610
2. ความคิดเชิงนวัตกรรม	0.292	3.421
3. ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้	0.311	3.215
4. ความต้องการความสำเร็จ	0.257	3.890
5. ความมั่นใจในตนเอง	0.271	3.683

จากตาราง 22 พบว่าจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 10 ตัวแปร ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัว มีค่ามากกว่า 0.10 และค่า Variance Inflation Factor (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 (VIF<10) ทุกตัวแปร ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 10 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน และสามารถนำตัวแปรอิสระไปใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การทดสอบสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยสมมติฐานเพื่อการทดสอบ มีดังนี้

H_0 กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

H_1 กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง

ตัวแปรพยากรณ์	ผลการดำเนินธุรกิจ				
	B	Std.err	β	t	P-value
ค่าคงที่ (Constant)	0.100	0.198		0.506	0.614
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ					
1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (X_{1a})	-0.007	0.048	-.010	-.154	0.878
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (X_{1b})	0.244	0.065	0.282	3.742	0.001*
3. กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (X_{1c})	0.370	0.081	0.323	4.551	0.001*
4. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า (X_{1d})	-0.286	0.072	-0.296	-3.993	0.001*
5. กลยุทธ์นวัตกรรม (X_{1e})	0.194	0.065	0.222	3.001	0.003*
ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ					
1. การยอมรับความเสี่ยง (X_{2a})	-0.001	0.060	-.001	-.021	0.983
2. ความคิดเชิงนวัตกรรม(X_{2b})	-0.05	0.065	-.006	-.079	0.937
3. ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ (X_{2c})	-0.109	0.049	0.157	-2.214	0.029
4. ความต้องการความสำเร็จ (X_{2d})	0.238	0.062	0.302	3.863	0.001*
5. ความมั่นใจในตนเอง (X_{2e})	0.306	0.061	0.279	4.991	0.001*
$R=0.899$, $R^2=0.809$, Adj $R^2=0.793$, $F=51.621$					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 23 เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปร กลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ ความมั่นใจในตนเอง ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการวิเคราะห์สามารถเขียนสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.100+0.370X_{1c}+0.306X_{2e}+0.244X_{1b}+0.238\ X_{2d}+0.094X_{1e}-0.109\ X_{2c}-0.286\ X_{1d}$$

โดยกำหนดให้

Y = แทนผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

X_{1b} = แทนกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

X_{1c} = แทนกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม

X_{1d} = แทนกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า

X_{1e} = แทนกลยุทธ์นวัตกรรม

X_{2c} = แทนความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้

X_{2d} = แทนความต้องการความสำเร็จ

X_{2e} = แทนความมั่นใจในตนเอง

ในการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter พบว่า ค่า R = 0.889 หมายความว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณ ระหว่างตัวแปรอิสระ จำนวน 10 ตัว กับตัวแปรตาม ผลการดำเนินธุรกิจ มีระดับความสัมพันธ์กันในระดับมาก ซึ่งค่าดังกล่าวเข้าใกล้ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์เท่ากับ 0.889 ส่วนค่า R^2 = 0.809 แสดงว่ากลุ่มตัวแปรอิสระ สามารถอธิบายผลการดำเนินธุรกิจ ได้ร้อยละ 80.90 ส่วนอีกร้อยละ 19.10 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่ามีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

สมมติฐาน H_{1b} กลยุทธ์ธุรกิจด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.001) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (β=0.282) หมายความว่า ถ้ากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.282 หน่วยมาตรฐาน

สมมติฐาน H_{1c} กลยุทธ์ธุรกิจด้านกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.001) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (β=0.323) หมายความว่า ถ้ากลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.323 หน่วยมาตรฐาน

สมมติฐาน H_{1d} ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.001) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า (β=-0.296) หมายความว่า ถ้ากลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ลดลง 0.296 หน่วยมาตรฐาน

สมมติฐาน H_{1e} ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจด้านกลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.003) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ กลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยกลยุทธ์นวัตกรรม (β=0.222) หมายความว่า ถ้ากลยุทธ์นวัตกรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.222 หน่วยมาตรฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่ามีตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตนเอง ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

สมมติฐาน H_{2c} ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.029) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ (β=0.157) หมายความว่า ถ้าด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.157 หน่วยมาตรฐาน

สมมติฐาน H_{2d} ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.001) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้านความต้องการความสำเร็จ (β=0.302) หมายความว่า ถ้าด้านความต้องการความสำเร็จเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.302 หน่วยมาตรฐาน

สมมติฐาน H_{2e} ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง พบว่า ค่า (P-value=0.001) ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 กล่าวคือ ความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยด้านความมั่นใจในตนเอง (β=0.279) หมายความว่า ถ้าด้านความมั่นใจในตนเองเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.279 หน่วยมาตรฐาน

ส่วนตัวแปรด้านอื่น ๆ พบว่า มีค่า P-Value มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (P-value=0.878) และปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ การยอมรับความเสี่ยง (P-value=0.983) และความคิดเชิงนวัตกรรม (P-value=0.937) จึงไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ตาราง 24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ	
H1a กลยุทธ์ธุรกิจด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ปฏิเสธ
H1b กลยุทธ์ธุรกิจด้านการสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ
H1c กลยุทธ์ธุรกิจด้านการมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ
H1d กลยุทธ์ธุรกิจด้านการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ
H1e กลยุทธ์ธุรกิจด้านนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ

ตาราง 24 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน(ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	
H2a คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการยอมรับความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ปฏิเสธ
H2b คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ปฏิเสธ
H2c คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ
H2d คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ
H2e คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง	ยอมรับ

บทที่ 5

บทสรุป

งานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง จำนวน 133 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเพื่อวิเคราะห์และแสดงผลกรวิจัยเป็นการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยผู้วิจัยนำเสนอรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัย เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 54.90 มีอายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.10 มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ 6 – 10 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.90 มีรูปแบบของธุรกิจเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 90.20 และมีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 10 คน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 ตามลำดับ

2. สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง

2.1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง โดยศึกษาองค์ประกอบจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และกลยุทธ์นวัตกรรม สรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับ กลยุทธ์ธุรกิจ ลำดับแรก คือ กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม รองลงมา คือ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม และกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ตามลำดับ และสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังต่อไปนี้

2.1.1 กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ในภาพรวมมีผลอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ลำดับแรก คือ ซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุนในการผลิต รองลงมา คือ ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต มีวิธีการในการลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการต่าง ๆ ของกิจการ ซึ่งจะทำให้เกิดการลดต้นทุน เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ เป็นต้น ตั้งราคาสินค้าในราคาที่แตกต่างจากร้านค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในตลาดเดียวกัน และราคาสินค้าในร้านมีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าในท้องตลาดทั่วไป ตามลำดับ

2.1.2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างความแตกต่าง ลำดับแรก คือ กิจการมีระบบการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ รองลงมา คือ พัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้เหนือว่าคู่แข่ง จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สามารถหยิบจับได้ง่าย ตกแต่งร้านให้สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย และนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าอยู่ตลอดตามลำดับ

2.1.3 กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ลำดับแรก คือ มีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับ

เป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ รองลงมา คือ ผลิตสินค้าแบบสั่งทำตามความชอบของลูกค้ามากกว่าผลิตสินค้าแบบสต๊อกสินค้าไว้จำนวนมาก สร้างระบบการบริการลูกค้าที่ทันสมัยและปรับตัวตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ มีกลยุทธ์การบริการลูกค้าที่เน้นที่ความต้องการสินค้าของลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจ และมีช่องทางการโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตามลำดับ

2.1.4 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ลำดับแรก คือ มีความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า รองลงมา คือ มุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ สามารถจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ แนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

2.1.5 กลยุทธ์นวัตกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ ด้านนวัตกรรม ลำดับแรก คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ รองลงมา คือ ขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok สามารถค้นหาสินค้าได้จาก เว็บไซต์ Google Facebook Line จัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการที่แตกต่างจากเดิม ตามลำดับ

2.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง โดยศึกษาองค์ประกอบจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ ความมั่นใจในตนเอง

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ลำดับแรก คือ ความมั่นใจในตนเอง รองลงมา คือ ความต้องการความสำเร็จ , ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ , ความคิดเชิงนวัตกรรม และการยอมรับความเสี่ยง ตามลำดับ และสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังต่อไปนี้

2.2.1 ด้านการยอมรับความเสี่ยง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ลำดับแรก คือ เชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยง รองลงมา คือ มีความกล้าเสี่ยงในการตัดสินใจในสิ่งที่ไม่รู้ มีความกล้าและมีความอดทนต่อการเผชิญ

กับความเสี่ยง มีความพร้อมที่จะเผชิญกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวตลอดเวลา และกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากในการประกอบธุรกิจ ตามลำดับ

2.2.2 ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ลำดับแรก คือ มีความพยายามในการหาช่องทางที่จะนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้กับธุรกิจเสมอ รองลงมา คือ มีความคิดสร้างสรรค์และเปิดรับนวัตกรรม สามารถนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและทันสมัย มุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติ และสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในธุรกิจของท่านได้ ตามลำดับ

2.2.3 ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ลำดับแรก คือ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า รองลงมา คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองในดำเนินธุรกิจ เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ วิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ ตามลำดับ

2.2.4 ด้านความต้องการความสำเร็จ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จ ลำดับแรก คือ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง รองลงมา คือ มีวิสัยทัศน์และวางแผนการพัฒนาสินค้าในอนาคต พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ตั้งเป้าหมายให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม และมีความรู้ความเข้าใจในการกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี ตามลำดับ

2.2.5 ด้านความมั่นใจในตนเอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมั่นใจในตนเอง ลำดับแรก คือ มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของท่านโดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค รองลงมา คือ สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของท่านเอง มีความกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูก และยอมรับการเปลี่ยนแปลง มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ และมีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ตามลำดับ

3.1 ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับความสำเร็จเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ลำดับแรก คือ กิจการมีการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้ารายเก่าและเพิ่มฐานข้อมูล

ลูกค้ารายใหม่เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารงาน รองลงมา คือ กิจการเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ กิจการให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างขายและหลังการขาย สนับสนุนให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่ กิจการได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน กิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้ลดลงจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมาได้ ส่งเสริมระบบการทำงานเป็นทีมให้มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้หรือพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น นำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการมากน้อยเพียงใด ตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานภายในอยู่เสมอ เพื่อวางแผนพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนากิจการ เพื่อความรวดเร็วทันสมัย ปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานให้มีความชัดเจนเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง คัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถตรงตามความต้องการของธุรกิจ กิจการมีผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน กิจการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่า กิจการมีอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และพัฒนาระบบสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์ธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า มีเพียง 4 ด้าน จากทั้งหมด 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ดังต่อไปนี้

ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.282 อธิบายได้ว่า จำนวนของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.282 ดังนั้น ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านกลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.323 อธิบายได้ว่า จำนวนของกลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.323 ดังนั้น ด้านกลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ -0.296 อธิบายได้ว่า จำนวนของกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ลดลง 0.296 ดังนั้น ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านกลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.222 อธิบายได้ว่า จำนวนของกลยุทธ์นวัตกรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.222 ดังนั้น ด้านกลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ -0.010 อธิบายได้ว่า จำนวนของกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ลดลง -0.010 ดังนั้น ด้านกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

สมมติฐานที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า มี 3 ด้าน จากทั้งหมด 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจ

ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ดังต่อไปนี้

ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.157 อธิบายได้ว่า จำนวนของด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.157 ดังนั้น ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.302 อธิบายได้ว่า จำนวนของด้านความต้องการความสำเร็จเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.302 ดังนั้น ด้านความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 0.279 อธิบายได้ว่า จำนวนของด้านความมั่นใจในตนเองเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง เพิ่มขึ้น 0.279 ดังนั้น ด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านการยอมรับความเสี่ยงไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ -.001 อธิบายได้ว่า จำนวนของด้านการยอมรับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ลดลง -.001 ดังนั้น ด้านการยอมรับความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ด้านความคิดเชิงนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -.006 อธิบายได้ว่า จำนวนของด้านความคิดเชิงนวัตกรรมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ลดลง -.006 ดังนั้น ด้านความคิดเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ 2 เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปเป็นรูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ในภาพรวมเป็นรูปแบบที่มีความสำคัญ โดยได้กำหนดองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ ด้านกลยุทธ์ธุรกิจ มี 4 ปัจจัย คือ 1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 2) กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม 3) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า 4) กลยุทธ์นวัตกรรม และด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มี 3 ปัจจัย คือ 1) ด้านความต้องการความสำเร็จ 2) ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ 3) ด้านความมั่นใจในตนเอง ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

1.1 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างความแตกต่าง ลำดับแรก คือ กิจการมีระบบการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ รองลงมา คือ พัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ เพื่อให้เหนือว่าคู่แข่ง จัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สามารถหยิบจับได้ง่าย ตกแต่งร้านให้สวยงามน่าสนใจ และทันสมัย และนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าอยู่ตลอด ตามลำดับ

1.2 กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ลำดับแรก คือ มีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับเป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ รองลงมา คือ ผลิตสินค้าแบบสั่งทำตามความชอบของลูกค้ามากกว่าผลิตสินค้าแบบสต๊อกสินค้าไว้จำนวนมาก , สร้างระบบการบริการลูกค้าที่ทันสมัยและปรับตัวตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ , มีกลยุทธ์การบริการลูกค้าที่เน้นที่ความต้องการสินค้าของ

ลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจ และมีช่องทางการโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ตามลำดับ

1.3 กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ การสร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ลำดับแรก คือ มีความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า รองลงมา คือ มุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้ , สามารถจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ , แนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ

1.4 กลยุทธ์นวัตกรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ ด้านนวัตกรรม ลำดับแรก คือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ รองลงมา คือ ขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok สามารถค้นหาสินค้าได้จาก เว็บไซต์ Google Facebook Line จัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น และนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการที่แตกต่างจากเดิม ตามลำดับ

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

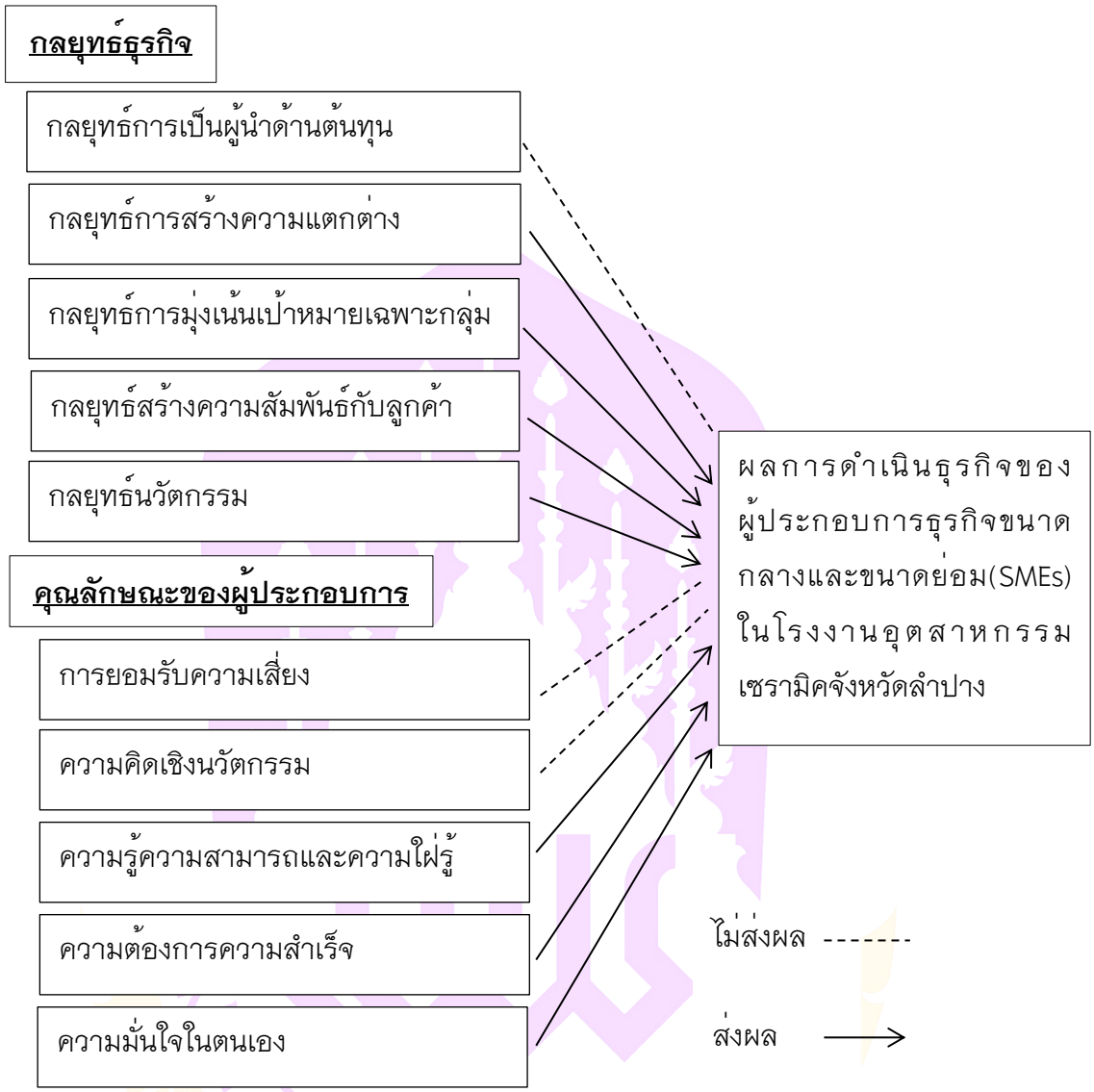
2.1 ด้านความต้องการความสำเร็จ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความต้องการความสำเร็จ ลำดับแรก คือ มีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง รองลงมา คือ มีวิสัยทัศน์และวางแผนการพัฒนาสินค้าในอนาคต พร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ตั้งเป้าหมายให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม และมีความรู้ความเข้าใจในการกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี ตามลำดับ

2.2 ด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ลำดับแรก คือ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า รองลงมา คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองในดำเนินธุรกิจ เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ วิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ ตามลำดับ

2.3 ด้านความมั่นใจในตนเอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย พบว่า ระดับที่มีผลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมั่นใจใน

ตนเอง ลำดับแรก คือ มีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของท่านโดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค รองลงมา คือ สามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของท่านเอง มีความกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูก และยอมรับการเปลี่ยนแปลง มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ และมีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี ตามลำดับ

ซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพของรูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ดังภาพที่ 2



ภาพ 2 รูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา มีข้ออภิปรายเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง โดยสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. จากผลการศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม โดยกลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ส่งผลมากที่สุด รองลงมาคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า ตามลำดับ และปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ และความมั่นใจในตนเอง โดยความต้องการความสำเร็จ ส่งผลมากที่สุด รองลงมาคือ ความมั่นใจในตนเอง และความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ และให้ความสำคัญกับบรรยากาศและความสวยงามภายในร้านเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวิทย์ อินเขียน (2559) ศึกษากลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจด้านกระบวนการภายในอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องการวิจัยของ พิจิตร นิติจรรยา (2558) ผลการศึกษาพบว่า การใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีเพื่อสร้างผลกำไรตอบแทนได้ มีสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สามารถขยายตลาดและเติบโตได้เร็วกว่าบริษัทที่ไม่ใช้ความกลยุทธ์ความแตกต่าง และสอดคล้องการวิจัยของ นฤพร เอี่ยมนิพนธ์ (2557) ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับเป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้ และผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า มีช่องทางในการโฆษณาและการตลาดที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงและดึงดูดลูกค้าในแต่ละกลุ่ม สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิริพรรณ จีนะบุญเรือง (2566) ศึกษาถึง กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และการจัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมมีการดำเนินกลยุทธ์ระดับธุรกิจในระดับมากโดยใช้กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมากที่สุด จักรพงษ์ สุขพันธ์ และสุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์ (2566) ศึกษาถึง กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเมืองปอน อำเภอแม่ฮ่องสอน พบว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ได้แก่ การเน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะอาจเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ในอนาคตด้วยความร่วมมือกันพัฒนาให้เหมาะสมเป็นไปตามศักยภาพของชุมชน และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปานรวี หงส์ภักดี (2562) ศึกษาถึง กลยุทธ์การปรับตัวทางธุรกิจของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิตัล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดโดยจะต้องมุ่งเน้นที่ตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างความแตกต่างและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นโอกาสในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้าส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการมีการดำเนินกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี และการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนะพัฒน์ วิริต (2565) พบว่า กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564) พบว่า กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กนกกาญจน์ คำบุญชู และธนัสถาโรจนตระกูล (2565) ศึกษาถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

กลยุทธ์นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการมีการดำเนินกลยุทธ์นวัตกรรมในภาพรวมได้ค่อนข้างดี โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ และการเข้าถึงลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวิทย์ อินเขียน (2559) ศึกษากลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์นวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจด้านกระบวนการภายในอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กนกกาญจน์ คำบุญชู และธนัสถาโรจนตระกูล (2565) ศึกษาถึง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า กลยุทธ์ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ก่อให้เกิดการนำเสนอสินค้าที่แตกต่างไปจากเดิม เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ยุทธนา แซ่เตียว และนันธวุฒิ ลือมรสิริ (2565) ศึกษาถึง การจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ : บทบาทในการสนับสนุนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานองค์การ พบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ไม่สอดคล้องกับ ศันธนีย์ อุ่นจิตติ (2558) ศึกษากลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิตเพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลง สามารถคิดราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งขันได้ ไม่สอดคล้องกับ คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์ต้นทุนต่ำส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการจัดซื้อวัตถุดิบในปริมาณพอดีกับจำนวนการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งเพื่อลดต้นทุนในการกักตุนวัตถุดิบ และราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเซรามิคอาจมีความผันผวนสูงซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตยากต่อการควบคุมต้นทุน ผู้ประกอบการอาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำให้ยากต่อการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุน ผู้บริโภคในตลาดเซรามิคอาจให้ความสำคัญกับคุณภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา

ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการธุรกิจสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการที่มีความใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องมีความคิดสร้างสรรค์และสามารถพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สลิลทิพย์ ไข่เพชร และกฤตชน วงศ์รัตน์ (2566) พบว่า การพัฒนาผู้ประกอบการให้มีคุณลักษณะที่ดีมีความเหมาะสม สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความสามารถหลากหลายด้าน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วรรัตน์ ศุภมงคลชัย และภฤศญา ปิยนุสรณ์ (2566) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความสามารถเป็นลักษณะเด่นของผู้ประกอบการมีส่วนช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2563) ศึกษาเรื่องอิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ

ความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการที่มีความต้องการความสำเร็จมักจะมีความมุ่งมั่นและความพยายามในการทำงาน ตั้งเป้าหมาย วางแผนพัฒนาธุรกิจ รับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนะพัฒน์ วิริต (2565) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ด้านความต้องการความสำเร็จ ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา (2563) พบว่า ความต้องการความสำเร็จมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจในระดับปานกลางทางบวก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564) พบว่า ความต้องการความสำเร็จส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความมั่นใจในตนเองส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจในตนเองมักจะมีความกล้าในการตัดสินใจซึ่งนำไปสู่โอกาสเติบโตของธุรกิจ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เป็นผู้นำที่ดีสร้างแรงบันดาลใจให้ทีมงานทำงานอย่างเต็มที่ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้านำไปสู่ความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ดี ซึ่ง

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวลี วงศ์ไชยา(2563) ศึกษาเรื่องอิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเอง มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของ หงไหม เหอ (2557) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสอดคล้องกับสมมติฐาน

การยอมรับความเสี่ยงไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนะพัฒน์ วิริต (2565) คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการยอมรับความเสี่ยง เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) ในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงในการทำธุรกิจ และเชื่อว่าความเสี่ยงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ หงไหม เหอ (2557) ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจสอดคล้องกับสมมติฐานเนื่องจากบุคคลที่ตัดสินใจประกอบธุรกิจจะต้องมีความกล้าที่จะเสี่ยง ชอบความท้าทาย ตัดสินใจเลือกทางเลือกในการเสี่ยงที่เหมาะสมรอบคอบ

ความคิดเชิงนวัตกรรมไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า แม้ผู้ประกอบการจะมีความคิดเชิงนวัตกรรมแต่หากไม่สามารถนำไปปฏิบัติจริงก็ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้ และอาจมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่เอื้ออำนวย ขาดเงินทุน ขาดบุคลากรที่มีความสามารถอาจเป็นอุปสรรคต่อการนำความคิดเชิงนวัตกรรมไปใช้ได้ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ และวสุธิดา นุริตมนต์ (2567) พบว่า การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาพัฒนาในธุรกิจมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูงไม่คุ้มทุนต่อผลประกอบการ จึงทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อาทิช แซ่ลี้ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) พบว่า ความคิดในเชิงนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ เนื่องมาจากนวัตกรรมเป็นเรื่องของความคิดริเริ่ม การแสวงหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งผู้ประกอบการอาจไม่มีความรู้และความชำนาญในเรื่องของนวัตกรรม แต่ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน และกัญญามน อินหว่าง (2561) พบว่า คุณลักษณะความมีนวัตกรรมของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

2. รูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ผู้วิจัย

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น มีลวดลายที่เป็นวัฒนธรรมในท้องถิ่น มีเทคนิคการผลิตแบบดั้งเดิมของลำปาง ใช้วัตถุดิบที่คุณภาพสูงและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าที่ใส่ใจคุณภาพของสิ่งแวดล้อม สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ประวัติศาสตร์เซรามิคจังหวัดลำปาง กำหนดราคาที่สะท้อนถึงคุณภาพและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า รองรับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย สร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เช่น ร้านค้าออนไลน์ เว็บไซต์ ร้านค้าปลีกในแหล่งท่องเที่ยว สร้างแบรนด์เน้นความมีเอกลักษณ์ สร้างเรื่องราวและคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการสร้างการรับรู้ของผลิตภัณฑ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย จัดกิจกรรม จัดแสดงสินค้า สาธิตการผลิต ร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญด้านเซรามิค สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์ (2565) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ในตลาดปัจจุบันมีความคล้ายคลังกันธุรกิจจึงต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด เช่น การสร้างความแตกต่างด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า ตัวผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาวิชญ์ บุญแกร (2562) ได้กล่าวว่า มีการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเสนอเมนูใหม่ ๆ ออกมาอยู่เสมอ เพื่อตอบตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และยังสร้างสรรค์เมนูที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวแตกต่างจากคู่แข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลช จันทอุปลี และกนกพร ชัยประสิทธิ์ (2565) กล่าวว่า ส่วนสำคัญในการทำให้แบรนด์เสื้อผ้าประสบความสำเร็จอย่างมากคือ การหยิบเอากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมาทำการตลาดหลักสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์มุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจผลิตภัณฑ์เซรามิค นักสะสมเซรามิค หรือลูกค้าที่ชอบการตกแต่งบ้านด้วยผลิตภัณฑ์เซรามิค ทำความเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อนำมาปรับใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิค เลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ร้านค้าในแหล่งท่องเที่ยว ขายผ่านเว็บไซต์ออนไลน์ที่กลุ่มเป้าหมายนิยมใช้ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในสถานที่ที่ลูกค้าสามารถรวมตัวกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรายุ ศิรินนท์ และระบิล พันภัย (2563) ได้กล่าวว่า การที่กิจการสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะใหม่ ๆ ได้จะทำให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาดและสร้างความแข็งแกร่งต่อคู่แข่งขันที่จะเข้ามาแบ่งส่วนทางการตลาด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ยุภาพร สาเขตต์, 2551) กล่าวว่า กลยุทธ์การเจาะกลุ่มเป้าหมายสามารถการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคบางกลุ่มในตลาดได้ดีกว่าคู่แข่งขัน ภัทรภร จิรมหาโภคา (2563) ได้กล่าวว่า

กลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจเฉพาะกลุ่มช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับใจลูกค้า ทั้งยังช่วยให้องค์กรพัฒนาและเติบโตได้อย่างต่อเนื่องและสามารถบรรลุเป้าหมายสร้างกำไรได้อย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าด้วยความเป็นมิตรและความเป็นกันเอง แก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จัดกิจกรรมพิเศษสำหรับสมาชิก เช่น การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการให้ส่วนลดพิเศษ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้กล่าวว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าจะช่วยรักษาลูกค้าเก่าให้คงอยู่ และเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าให้ลูกค้าบอกต่อ ๆ ไปยังลูกค้ารายอื่น ทำให้จำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จิตรลดา ตรีสาคร และกฤษดา เชียรวัฒนสุข (2561) ได้กล่าวว่า การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อกิจการของธุรกิจ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า พยายามให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนะพัฒน์ วิริต (2565) ได้กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรแบบ New Normal ดำเนินธุรกิจแบบสร้างพันธมิตรพึ่งพาอาศัยกันนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์นวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลง นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพิ่มความแม่นยำในการผลิต นำระบบอัตโนมัติมาใช้ในการผลิตสินค้าเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มกำลังการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้กล่าวว่า การพัฒนาการเรียนรู้ให้กับพนักงานเพื่อให้มีความพร้อมในการเปิดรับข้อมูลหรือความรู้ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลาเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าให้มีเอกลักษณ์เหนือกว่าคู่แข่งได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจพนธ์ มีเงิน (2562) ได้กล่าวว่ากลยุทธ์นวัตกรรมจะทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรให้กับนวัตกรรมประเภทต่าง ๆ เป็นส่วนสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ พัฒนาองค์การสู่องค์การแห่งนวัตกรรม ได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรัณยา ใฝ่ชำนาญ (2565) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์นวัตกรรมเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ สร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างประโยชน์ให้แก่ธุรกิจ SMEs อาจจะเป็นการคิดผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ วิธีการดึงดูดลูกค้า กลยุทธ์การตลาดแบบใหม่

ความต้องการความสำเร็จ ผู้ประกอบการมีแรงขับเคลื่อนภายในที่ต้องการประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน และพร้อมเผชิญกับความท้าทายเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่จะผลักดันให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อเนื่องซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ kotler and Armstrong (2009) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย ความต้องการความสำเร็จ พยายามค้นหาแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

เป็นบุคคลที่มีแรงแรงจูงในการทำงานนั้น ๆ ให้ประสบความสำเร็จให้ดีกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิบดี ทัฬหกรณ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2018) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นผู้ที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีความมุ่งมั่นอ่อนน้อมไม่ถือตัว มีภาวะผู้นำ กล้าเสี่ยง และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภนารี พิรส (2563) ได้กล่าวว่า การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีผู้ประกอบการที่เชื่อมโยงถึงการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ และใช้สถานการณ์ที่ท้าทายให้เกิดโอกาสในการดำเนินธุรกิจ

ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าในในการประกอบธุรกิจเซรามิคเป็นอย่างดี ทั้งด้านกระบวนการผลิต เทคนิคการออกแบบ การตลาด และยังมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ พัฒนาตนเองและธุรกิจให้อยู่รอด ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดเซรามิคและเทคโนลยีที่ทันสมัยขึ้นซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อดุลย์ ทรายตัน (2557) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้บริหารและปฏิบัติการคือเจ้าของโรงงานควรมีบทบาทเป็นผู้บริหารควบคู่กับการปฏิบัติหน้าที่ เป็นแบบอย่างที่ดี มีความกระตือรือร้นในการทำงานสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ทิบดี ทัฬหกรณ์ และประสพชัย พสุนนท์ (2562) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการต้องนำความรู้ความชำนาญมาใช้ในการทำงาน สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ มองหาโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สวรินทร์ วิเศษจินดาวัฒน์ และระบิล พ้นภัย (2567) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านยา ส่งเสริมการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ นำข้อบกพร่องจากการทำงานมาเป็นประสบการณ์ที่ดีเพื่อให้ได้ข้อมูลใหม่ ๆ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

ความมั่นใจในตนเอง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในตนเองมุ่งมั่นในการพัฒนาธุรกิจเซรามิคให้เติบโตและประสบความสำเร็จได้ มีความต้องการความสำเร็จสูง ตั้งเป้าหมายให้กับธุรกิจและมีความพยายามในการเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ต้องเป็นผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจในตนเอง กล้าตัดสินใจ กล้าเสี่ยง และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธมน ธุระธรรมานนท์ และกังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์ (2565) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องเชื่อมั่นในความสามารถในการบริหารธุรกิจ สามารถจัดการชีวิตได้อย่างอิสระ พึ่งพาตนเองได้ในยามคับขัน มีความเป็นผู้นำโดยมีความเชื่อมั่นที่จะเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีทัต ตรีศิริโชติ (2564) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมั่น ตัดสินใจด้วยตนเอง พึ่งพาตนเองเป็นหลัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ หงไหม เหอ (2557) ได้กล่าวว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จจะเป็นผู้มีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ชอบอิสระและพึ่งพาตนเองเป็นผู้นำมีความเชื่อมั่นในการเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ดังนี้

1. ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ควรให้ความสำคัญกับสินค้าตามความชอบของลูกค้า แบบสั่งทำไม่ว่าจะเป็นสินค้าสำหรับของฝาก ของขวัญ ของชำร่วย ของใช้ตกแต่งบ้าน และมีความหลากหลาย เป็นต้น เนื่องจากกลยุทธ์ธุรกิจด้านการมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจของผู้บริโภค ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

2. ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ควรให้ความสำคัญกับพัฒนาสินค้าใหม่ๆ มีช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok และสามารถค้นหาสินค้าได้จากง่ายใน social media เป็นต้น เนื่องจากกลยุทธ์ธุรกิจด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจของผู้บริโภค ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

3. ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ควรให้ความสำคัญกับการเป็นผู้ประกอบการที่สามารถยอมรับความเสี่ยงในการประกอบกิจการ เข้าใจถึงสิ่งที่จะส่งผลต่อผลประกอบการ เช่น สภาพเศรษฐกิจ การแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี มีความกล้าและมีความอดทนต่อความเสี่ยง กล้าตัดสินใจ เป็นต้น เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการยอมรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

4. ผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิคในจังหวัดลำปาง ควรให้ความสำคัญกับการเป็นผู้ประกอบการที่มีความมั่นใจในตนเอง มีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ เฉพาะหน้าได้ดี มุ่งมั่นตั้งใจพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้โดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค ยอมรับการเปลี่ยนแปลง สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้ เป็นต้น เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเซรามิค เพื่อให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ตามบริบทต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเชิงลึก หรือการวิจัยเชิงคุณภาพ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเซรามิค เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์ผลและให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างแท้จริง

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมจากการวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิคในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ หรือภูมิภาคอื่นเพื่อผลที่ได้สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ครอบคลุมทั่วประเทศ

บรรณานุกรม

กนกกาญจน์ คำบุญชู, และธนัสถาโรจนตระกูล. (2565). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (**SMEs).** วารสารวิทยาลัยร้อยแก่นสาร, 7(12), 407-421.

กนกกาญจน์ อวิรุตม์. (2561). คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล อำเภอ เมืองพะเยา จังหวัดพะเยา มหาวิทยาลัยพะเยา].

กัลยา วานิชย์บัญชา, และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ *SPSS for Windows* ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด *Balance Scorecard* ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี มหาวิทยาลัยศิลปากร].

คณิศร อุ่นแสงจันทร์. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ.

จักรพงษ์ สุขพันธ์, และสุธาวัลย์ สัจจสมบูรณ์. (2566). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเมืองปอน จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7(2), 56-69.

จิตรลดา ตรีสาคร, และกฤษดา เชียรวัฒนสุข. (2561). ปัจจัยความสำเร็จที่มีผลต่อศักยภาพการแข่งขันในตลาด AEC สำหรับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์, 13(1).

ชลิดา ลิ้นจี่. (2563). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา.

ดาวเดือน อินเตชะ. (2557). ขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดลำปาง มหาวิทยาลัยแม่โจ้].

ทิบดี ทัฬหกรณ์, และประสพชัย พสุนนท์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านค้าบริษัททรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 9(1), 106-117.

ธนณัฏฐ์ เนียมหอม, และสมจิตร ล้วนจำเริญ. (2565). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงาน ไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย. วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 12(3), 628-641.

ธนะพัฒน์ วิริต. (2565). คุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนิน ธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการ วิจัย,

6(2), 381-397.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย *SPSS* และ *AMOS* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ธีทัต ตรีศิริโชติ. (2564). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ต่อการดำเนินธุรกิจ. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 16(2), 49-64.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, และวสุธิดา นุริตมนต์. (2567). อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

นฤพร เอี่ยมนิพนธ์. (2557). กลยุทธ์การสร้างความแตก ต่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยชุมชนออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

เบญจพนธ์ มีเงิน. (2562). การพัฒนาองค์การธุรกิจประเภทโรงงานอุตสาหกรรมจังหวัดนครปฐมสู่องค์การแห่งนวัตกรรม. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 6(9).

ปภาวิชญ์ บุญแกร. (2562). การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในคาเฟ่ขนมหวานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาร้านอาฟเตอร์ ยู (After You). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปานรวี หงส์ภักดี. (2562). กลยุทธ์การปรับตัวทางธุรกิจของร้านหนังสืออิสระในยุคดิจิตัลในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยมหิดล].

พลช จันทอุปลี, และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2565). ทัศนคติต่อกลยุทธ์สร้างความแตกต่างที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการร้านอาหารขนาดเล็กในจังหวัดปทุมธานี. วารสารวิจัยวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 6(3), 27-42.

พัทธมน ธุระธรรมานนท์, และกังวาน ยอดวิศิษฎ์ศักดิ์. (2565). ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์. วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ.

พิจิตร นิติจรรยา. (2558). การศึกษากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในสินค้าผลไม้อบแห้งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (*SMEs)* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

พีชญาดา พื้นผา. (2560). สถิติธุรกิจ. อุบลราชธานี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ภัทรธิดา วัฒนาพรรณกิตติ. (2559). การปรับตัวต่อการเปิดเสรีทางการค้าในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิค จังหวัดลำปาง. พิฆเนศวร์สาร.

ภัทรภร จิรมหาโภคา. (2563). กลยุทธ์การประกอบธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 15(1).

มลทิพย์ บำรุงกิจ, และนพดล พันธุ์พานิช. (2564). การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยกำหนดที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเซรามิกส์ ลำปาง.

วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ.

ยุทธนา แซ่เตียว, และนันธวุฒิ ลือมรสิริ. (2565). การจัดการสมรรถนะของทุนมนุษย์ : บทบาทในการสนับสนุนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลการดำเนินงานองค์การ. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์.

ยุภาพร สาเขตต์. (2551). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจบริการจัดแสดงสินค้า มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].

รุ่ง เดชคุ้มวงศ์. (2557). กลยุทธ์การสร้างความสามารถการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเกษตร: กรณีศึกษาส่วนงานจัดการธุรกิจ บริษัท แซมมี่ ลี จำกัด มหาวิทยาลัยมหิดล].

วรรัตน์ ศุภมงคลชัย, และภฤศญา ปิยนุสรณ์. (2566). อิทธิพลของการรับรู้สภาพแวดล้อมภายนอกและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินงานของเกษตรกรผู้ปลูกน้ำมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่จังหวัดราชบุรี.

วรายุ ศิรินนท์, และระบิล พันภัย. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วารสารชุมชนวิจัย, 14(1).

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม [วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร].

วุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน, และกัญญามน อินหว่าง. (2561). รูปแบบสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจเกษตรอินทรีย์. วารสารปัญญาภิวัฒน์, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.

ศรัณยา ใฝ่ชำนาญ. (2565). กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายย่อย (*SMEs)* ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อต้นไม้ของผู้บริโภคจังหวัดอ่างทอง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

ศันธนีย์ อุ่นจิตติ. (2558). กลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบ การไทยในตลาดโลก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

ศิริพรรณ จีนะบุญเรือง. (2566). กลยุทธ์ระดับธุรกิจและการ จัดการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(6), 14-31.

ศุภนารี พิรส. (2563). คุณลักษณะของผู้ประกอบการเจนเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, 15(2).

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. (2566). สรุปรายงานการส่งออกผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2566. Retrieved 30 ธันวาคม 2566 from https://www.sacit.or.th/th/detail/2024-01-05-17-13-06

สลิลทิพย์ ไข่เพชร, และกฤตชน วงศ์รัตน์. (2566). กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี, 12(3), 81-92.

สวรินทร์ วิเศษจินดาวัฒน์, และระบิล พันภัย. (2567). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจร้านยาในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 10(2).

สวลี วงศ์ไชยา. (2563). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารสมาคมนักวิจัย, 23(2), 139-152.

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2560). แนวทางการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมเซรามิกสมัยใหม่ให้ก้าวทันอุตสาหกรรมอนาคต. Retrieved 30 ธันวาคม 2566 from https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/ArticlesAnalysis/modern_ceramic.pdf

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2566). รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ไตรมาสที่ 2/2566 และแนวโน้มไตรมาสที่ 3/2566. Retrieved 30 ธันวาคม 2566 from https://www.oie.go.th/assets/portals/1/fileups/2/files/Industry%20conditions/Q2-2023(2566).pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.). (2565). โครงสร้างธุรกิจ *MSME*. Retrieved 30 ธันวาคม 2566 from https://www.smebigdata.com/msme/dashboard-b?g=7

สุพัฒนา หอมบุปผา. (2558). การวัดผลและประเมินผลการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

สุภาวดี ขุนทองจันทร์. (2560). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สุวิทย์ อินเขียน. (2559). กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ (Publication Number 3) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].

หงไหม เหอ. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อดุลย์ ทรายตัน. (2557). ศักยภาพและกลยุทธ์ระบบการบริหารจัดการของโรงงานเซรามิกขนาดเล็กในการเตรียมความพร้อมเพื่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาจังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 6(3).

อโนทัย ตรีวานิช. (2552). สถิติธุรกิจ. ขอนแก่น : ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

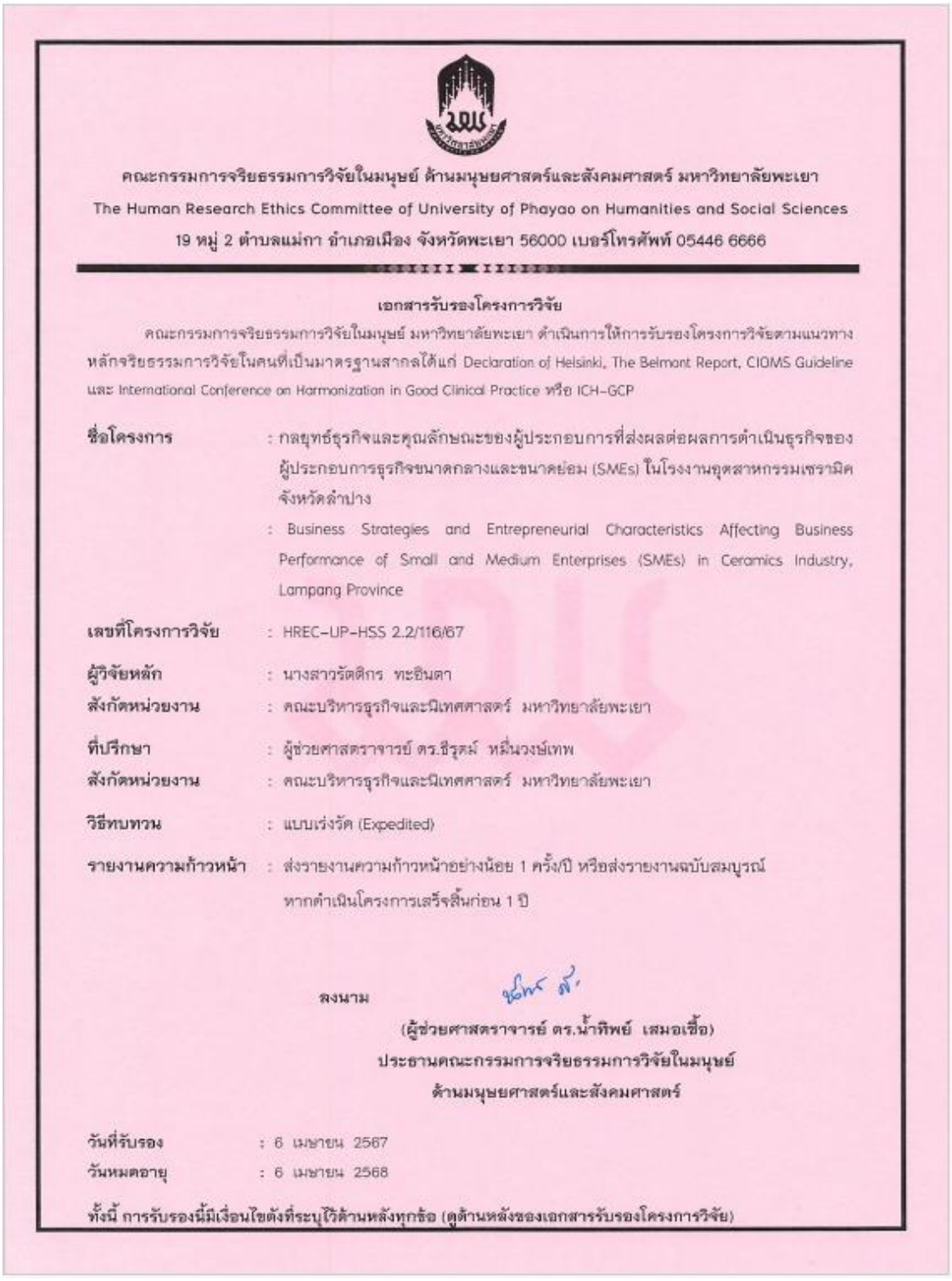
อาทิช แซ่ลี้, และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). ศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่สำปะหลัง อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

kotler, P., & Armstrong, G. (2009). Marketing an Introduction. (New Jersey)

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก หนังสือรับรองการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
The Human Research Ethics Committee of University of Phayao on Humanities and Social Sciences
19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง
: Business Strategies and Entrepreneurial Characteristics Affecting Business Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Ceramics Industry, Lampang Province

เลขที่โครงการวิจัย : HREC-UP-HSS 2.2/116/67

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวรัตติกร ทะอินตา
สังกัดหน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชีรุตม์ หมื่นวงษ์เทพ
สังกัดหน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีทบทวน : แบบเร่งรัด (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำทิพย์ เสมอเชื้อ)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 6 เมษายน 2567
วันหมดอายุ : 6 เมษายน 2568

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขตังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ภาคผนวก ข แบบสอบถาม

ชุดที่.....

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองในระดับปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง 2) เพื่อพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ผู้ทำวิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านกลุ่มบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคจังหวัดลำปาง ได้โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริงที่ได้ปฏิบัติ **ซึ่งคำตอบของท่านผู้ทำวิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับและใช้สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยในลักษณะภาพรวม โดยจะไม่มีผลเสียหายต่อกิจการของท่าน**

ในโอกาสนี้ผู้ทำวิจัยต้องขอขอบคุณทุกท่านอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และข้อมูลที่ได้รับจากท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัย ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย นางสาวรัตติกร ทะอินตา

นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำนิยาม

1) กลยุทธ์ธุรกิจ คือ แผนหรือกิจกรรมทางธุรกิจที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายในระยะยาวขององค์กรหรือธุรกิจ กลยุทธ์นี้ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ปรับตัวตามสถานการณ์ และสร้างคุณค่าให้ลูกค้าและสังคม การพัฒนาและดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจครอบคลุมหลายด้าน เช่น การตลาด การเงิน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในองค์กรหรือธุรกิจ กลยุทธ์ธุรกิจมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรช่วยกำหนดทิศทางและแนวทางการดำเนินงาน

2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับกระบวนการผลิตเซรามิค มีประสบการณ์ ความสามารถในการบริหารงาน สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง มีความมุ่งมั่นอดทน มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เซรามิค โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก ประเมินได้จาก 5 ด้าน ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยง ความคิดเชิงนวัตกรรม ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้ ความต้องการความสำเร็จ ความมั่นใจในตนเอง

3) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิค หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อุตสาหกรรมเซรามิคในเขตจังหวัดลำปาง

4)ผลการดำเนินธุรกิจ คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมเซรามิค ซึ่งสามารถวัดได้จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น รายได้ กำไร ยอดขาย ต้นทุน ค่าใช้จ่าย สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของธุรกิจในการบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ ประเมินได้จาก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

5) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise:SMEs) หรือเรียกว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่มีรายได้ สินทรัพย์และพนักงานจำนวนไม่มาก ลักษณะธุรกิจการผลิตสินค้า แบ่งเป็นจำนวนการจ้างงาน ขนาดย่อม ไม่เกิน 50 คน ขนาดกลาง ตั้งแต่ 51-200 คน และจำนวนสินทรัพย์ถาวร ขนาดย่อมไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง ตั้งแต่ 51-200 ล้านบาท

6) โรงงานอุตสาหกรรมเซรามิคขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) หมายถึง โรงงานอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเซรามิค โดยจำแนกขนาดของอุตสาหกรรมเซรามิค ยึดหลักเกณฑ์ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมว่าด้วยการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ประเภทธุรกิจการผลิตขนาดย่อมจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน สินทรัพย์ถาวร ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง จำนวนการจ้างงาน 51-200 คน จำนวนสินทรัพย์ถาวร เกินกว่า 50-200 ล้านบาท ผลิตภัณฑ์เซรามิคที่ผลิตมีหลากหลายประเภท ได้แก่ กระเบื้องปูพื้น บุผนัง เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ของชำร่วยเครื่องประดับ ลูกถ้วยไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์เซรามิคอื่น ๆ

ส่วนที่ 1 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> จงทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่า 30 ปี ☐ 30 – 39 ปี

☐ 40 – 49 ปี ☐ 50 – 59 ปี

☐ 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา

☐ อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ระยะเวลาในการประกอบกิจการนี้

☐ ต่ำกว่า 5 ปี ☐ 6 – 10 ปี

☐ 11 - 15 ปีขึ้นไป ☐ 16 ปีขึ้นไป

5. รูปแบบของธุรกิจ

☐ กิจการเจ้าของคนเดียว ☐ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ☐ บริษัทจำกัด

☐ บริษัทมหาชนจำกัด

6. จำนวนพนักงาน

☐ น้อยกว่า 10 คน ☐ 11 – 50 คน ☐ 51 – 200 คน

ส่วนที่ 2 คำถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1.กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน					
1.1 ท่านซื้อวัตถุดิบในปริมาณที่มากเพื่อลดต้นทุนในผลิต					
1.2 ราคาสินค้าในร้านของท่าน มีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าในท้องตลาดทั่วไป					
1.3 ท่านตั้งราคาสินค้าในราคาที่แตกต่างจากร้านค้าอื่นเพื่อดึงดูดลูกค้าในตลาดเดียวกัน					
1.4 ท่านใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าลดการสูญเสียของวัตถุดิบในกระบวนการผลิต					
1.5 ท่านมีวิธีการในการลดค่าใช้จ่ายในกระบวนการต่าง ๆ ของกิจการ ซึ่งจะทำให้เกิดการลดต้นทุน เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ เป็นต้น					
2.กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง					
2.1 ท่านตกแต่งร้านให้สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย					
2.2 ท่านจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สามารถหยิบจับได้ง่าย					
2.3 ท่านนำเสนอสินค้าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอยู่ตลอด					
2.4 ท่านพัฒนาคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้เหนือว่าคู่แข่ง					
2.5 กิจการของท่านมีระบบการบริการที่ดี สินค้ามีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ					

ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
3.กลยุทธ์การมุ่งเน้นเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม					
3.1 ท่านมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เช่น สินค้าสำหรับเป็นของขวัญ ของตกแต่งบ้าน ของใช้					
3.2 ท่านผลิตสินค้าแบบสั่งทำตามความชอบของลูกค้า มากกว่าผลิตสินค้าแบบสต๊อกสินค้าไว้จำนวนมาก					
3.3 ท่านสร้างระบบการบริการลูกค้าที่ทันสมัยและปรับตัวตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มนั้น ๆ					
3.4 ท่านมีกลยุทธ์การบริการลูกค้าที่เน้นที่ความต้องการสินค้าของลูกค้าเพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจ					
3.5 ท่านมีช่องทางการโฆษณาและการตลาดที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่ม					
4.กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ลูกค้า					
4.1 ท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีและใกล้ชิดกับลูกค้า					
4.2 ท่านมุ่งเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้					
4.3 ท่านสามารถจัดหาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ					
4.4 ท่านจัดกิจกรรมหรือมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
4.5 ท่านแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์					
5.กลยุทธ์นวัตกรรม					
5.1 ท่านพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ					
5.2 ท่านจัดการกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้น					
5.3 ท่านขยายช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ โดยใช้สื่อออนไลน์ เช่น Line Facebook Tiktok					

ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
5.กลยุทธ์นวัตกรรม					
5.4 สินค้าของท่านสามารถค้นหาได้จาก เว็บไซต์ Google Facebook Line					
5.5 ท่านนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการที่แตกต่างจากเดิม					

ส่วนที่ 3 คำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1.การยอมรับความเสี่ยง					
1.1 ท่านมีความพร้อมที่จะเผชิญกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวตลอดเวลา					
1.2 ท่านมีความกล้าและมีความอดทนต่อการเผชิญกับความเสี่ยง					
1.3 ท่านมีความกล้าเสี่ยงในการตัดสินใจในสิ่งที่ไม่รู้					
1.4 ท่านกล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากในการประกอบธุรกิจ					
1.5 ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญกับความเสี่ยง					
2.ความคิดเชิงนวัตกรรม					
2.1 ท่านมุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติ					
2.2 ท่านสามารถนำความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในธุรกิจของท่านได้					

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
2.3 ท่านมีความพยายามในการหาช่องทางที่จะนำสิ่งใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจเสมอ					
2.4 ท่านมีความคิดสร้างสรรค์และเปิดรับนวัตกรรม					
2.5 ท่านสามารถนำเสนอสินค้าที่มีความหลากหลายและทันสมัย					
3.ความรู้ความสามารถและความใฝ่รู้					
3.1 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสินค้า					
3.2 ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ					
3.3 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้และทักษะของตนเองในดำเนินธุรกิจ					
3.4 ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
3.5 ท่านวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ					
4.ความต้องการความสำเร็จ					
4.1 ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือปัญหาการแข่งขันที่รุนแรง					
4.2 ท่านตั้งเป้าหมายให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากขึ้นกว่าเดิม					
4.3 ท่านมีวิสัยทัศน์และวางแผนการพัฒนาสินค้าในอนาคต					
4.4 ท่านมีความรู้ความเข้าใจในการกระบวนการผลิตและพัฒนาเทคโนโลยี					
4.5 ท่านพร้อมเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอและพร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้					
5.ความมั่นใจในตนเอง					
5.1 ท่านสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยความสามารถของท่านเอง					
5.2 ท่านมีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง ที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจที่เกิดขึ้นได้					
5.3 ท่านมีความเป็นผู้นำ กล้าตัดสินใจ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
5.ความมั่นใจในตนเอง					
5.4 ท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของท่านโดยไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรค					
5.5 ท่านมีความกล้าทำในสิ่งที่เหมาะสม กล้าลองผิดลองถูก และยอมรับการเปลี่ยนแปลง					

ส่วนที่ 4 คำถามที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินธุรกิจ

คำชี้แจง : กรุณาเขียนเครื่องหมาย (✓) ลงใน ☐ ในแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ช่องเดียวเท่านั้น โดยแต่ละช่องจะแสดงระดับความต้องการดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ผลการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ผลการดำเนินธุรกิจ					
1. กิจการของท่านมีผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มขึ้น					
2. กิจการของท่านมีอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา					
3. กิจการของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้ลดลงจากปีก่อนๆที่ผ่านมาได้					
4. กิจการของท่านได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน					
5. กิจการของท่านมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างต่อเนื่อง					
6. กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
7. กิจการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการหาลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่า					

ผลการดำเนินธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
8. กิจการของท่านมีการเก็บรักษาข้อมูลลูกค้ารายเก่าและเพิ่มฐานข้อมูลลูกค้ารายใหม่เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารงาน					
9. กิจการของท่านให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างขายและหลังการขาย					
10. กิจการของท่านเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ					
11. ท่านตรวจสอบกระบวนการดำเนินงานภายในอยู่เสมอ เพื่อวางแผนพัฒนาการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น					
12. ท่านพัฒนาระบบสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ					
13. ท่านคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงตามความต้องการของธุรกิจของท่าน					
14. ท่านปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานให้มีความชัดเจนเหมาะสมอย่างต่อเนื่อง					
15. ท่านส่งเสริมระบบการทำงานเป็นทีมให้มีความรู้ ความสามารถเพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น					
16. ท่านสนับสนุนให้พนักงานของท่านได้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มที่					
17. ท่านปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน					
18. ท่านนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนากิจการ เพื่อความรวดเร็วทันสมัย					
19. ท่านนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการมากน้อยเพียงใด					
20. ท่านส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้หรือพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิค จังหวัดลำปาง

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ค ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC

ตาราง 25 ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	IOC	แปลค่า
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
เพศ1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
เพศ2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
อายุ5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ระยะเวลา4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รูปแบบธุรกิจ1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รูปแบบธุรกิจ2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รูปแบบธุรกิจ3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รูปแบบธุรกิจ4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รูปแบบธุรกิจ5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
จำนวนพนง.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	IOC	แปลค่า
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
จำนวนพนง.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
จำนวนพนง.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์1.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์1.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์1.3	1	1	0	2	0.66667	ใช้ได้
กลยุทธ์1.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์1.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์2.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์2.2	1	1	0	2	0.66667	ใช้ได้
กลยุทธ์2.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์2.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์2.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์3.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์3.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์3.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์3.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์3.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์4.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์4.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์4.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์4.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์4.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์5.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์5.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	IOC	แปลค่า
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
กลยุทธ์5.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์5.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กลยุทธ์5.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ1.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ1.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ1.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ1.4	1	0	1	2	0.66667	ใช้ได้
คุณลักษณะ1.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ2.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ2.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ2.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ2.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ2.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ3.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ3.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ3.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ3.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ3.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ4.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ4.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ4.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ4.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ4.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ5.1	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ข้อคำถาม	ระดับความสอดคล้อง			รวม	IOC	แปลค่า
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
คุณลักษณะ5.2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ5.3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ5.4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
คุณลักษณะ5.5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ1	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ2	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ3	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ4	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ5	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ6	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ7	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ8	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ9	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ10	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ11	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ12	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ13	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ14	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ15	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ16	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ17	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ18	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ19	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ผลธุรกิจ20	1	1	1	3	1	ใช้ได้

รวม	93	
ค่า ioc	0.98936	ใช้ได้

ภาพ 3 แสดงภาพโรงงานเซรามิค

ภาคผนวก ง งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ดาวเดือน อินเตชะ (2557)	ขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง	1) เพื่อศึกษาขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง	แบบสอบถาม 1.ปัจจัยด้านประชากรของผู้ประกอบการ 2.ขีดความสามารถหลัก 3.ขีดความสามารถทั่วไป	<u>ตัวแปรต้น</u> 1.ข้อมูลทั่วไป 2.ขีดความสามารถหลัก 3.ขีดความสามารถทั่วไป <u>ตัวแปรตาม</u> ขีดความสามารถของผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปาง	ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงงานเซรามิกจังหวัดลำปางระดับขีดความสามารถหลัก ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถหลักอยู่ในระดับมาก โดยความแตกต่างด้านเพศ อายุ ระยะเวลาการประกอบกิจการ มีขีดความสามารถหลักในระดับมากไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
สวลี วงศ์ไชยา (2560)	อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน 2)เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ 3)เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ	แบบสอบถาม 1.ข้อมูลทั่วไป 2.ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ 3.ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4.ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ (คำถามปลายปิด)	<u>ตัวแปรต้น</u> 1.ปัจจัยส่วนบุคคล 2.ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 3.ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ <u>ตัวแปรตาม</u> ความสำเร็จของ ธุรกิจ -จำนวนลูกค้า -ยอดขาย -กำไร	ผลการศึกษาพบว่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณ พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสูงมากกลุ่มตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
สุวิทย์ อินเขียน (2559)	กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ	1.เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัด สมุทรปราการ 2.เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ 3.เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ	แบบสอบถาม 1.ข้อมูลทั่วไปของกิจการ 2.รูปแบบกลยุทธ์ของกิจการ 3.ความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ 4.ข้อเสนอแนะ	<u>ตัวแปรต้น</u> 1.ปัจจัยส่วนบุคคล 2.รูปแบบกลยุทธ์ของกิจการ <u>ตัวแปรตาม</u> ความสำเร็จของ ธุรกิจ -กระบวนการภายใน -การเติบโตของกิจการ	ผลการศึกษาพบว่า สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อมจัดตั้งในรูปแบบบริษัท ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบกลยุทธ์พบว่าในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจพบว่า ด้านกระบวนการภายในโดยภาพรวมมี ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยที่ความสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่ มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด ในขณะที่ด้านการเติบโตของกิจการพบว่าผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มีผลประกอบ การดีขึ้นและมีจำนวนลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ขนาดของกิจการและรูปแบบของกิจการมีความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
ธนณัฏฐ์ เนียมหอม, สมจิตร ล้วนจำเริญ (2022)	คุณลักษณะของผู้ประกอบการและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย	1.เพื่อศึกษาวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการศักยภาพการจัดการธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย	<u>ตัวแปรต้น</u> 1.คุณลักษณะของผู้ประกอบการ <u>ตัวแปรกลาง</u> ศักยภาพการจัดการธุรกิจ <u>ตัวแปรตาม</u> ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	ผลการวิเคราะห์พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสร้างนวัตกรรม ความสามารถในการบริหาร ความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความกล้าที่จะแข่งขัน และการมีอิสระในการบริหารงาน มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย นอกจากนี้ยังพบว่า ศักยภาพการจัดการธุรกิจของผู้ประกอบการได้แก่การบริหารการตลาดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารการผลิต การบริหารการเงิน และการพัฒนาเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจรถยนต์พลังงานไฟฟ้าของผู้ประกอบการในประเทศไทย

ตาราง 26 แสดงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	ชื่อเรื่อง	วัตถุประสงค์งานวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ตัวแปร	ผลการวิจัย
คณิศร อุ่นแสงจันทร์ (2564)	คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร	1)เพื่อสำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs) 2)เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม(SMEs) 3)เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)	แบบสอบถาม	<u>ตัวแปรต้น</u> 1.คุณลักษณะของผู้ประกอบการ 2.กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ <u>ตัวแปรตาม</u> ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)	ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ จะเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาปรับปรุงคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่ง ขันของธุรกิจต่อไป

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	รัตติกร ทะอินตา
วัน เดือน ปี เกิด	14 พฤษภาคม 2522
สถานที่เกิด	ลำปาง
วุฒิการศึกษา	2555 รป.บ (รัฐประศาสนศาสตร์), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, จังหวัดนนทบุรี.
ที่อยู่ปัจจุบัน	77/1 หมู่ที่ 1 ตำบลนาแก อำเภองาว จังหวัดลำปาง