

กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งผลสู่ความสำเร็จ ของผู้ประกอบการธุรกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ
BUSINESS STRATEGIES THAT LEAD TO SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM
BUSINESS ENTREPRENEURS IN BUENGGAN PROVINCE

ณัติพงษ์ สิมมาโคตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ (2) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 1,216 ราย คำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 301 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ด้วยแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ค่าเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจและความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (2) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบกิจการ ขนาดของกิจการ และจำนวนพนักงานต่างกัน จะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดบึงกาฬ

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study opinions about business strategies and success of small and medium business entrepreneurs in Bueng Kan Province; (2) To study compare and factors affecting the success of small and medium business operations in Bueng Kan Province; and (3) to study the correlation between the business strategies of entrepreneurs and success in small and medium business operations in Bueng Kan Province.

This research was quantitative research. The population used in this research is small and medium business entrepreneurs 1,216 in Bueng Kan Province. The sample was calculated according to Taro Yamane's formula, which resulted in a sample size of 301 people. Purposive sampling with questionnaires was used as a data collection tool. The statistics used in the analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis. t-value analysis, f-value analysis, and normal multiple regression analysis.

Major finding: (1) opinions about business strategies and success of small and medium business entrepreneurs in Bueng Kan Province overall, at a high level; (2) Respondents with different genders, ages, educational levels, length of time in business, business type, business size, and number of employees will have an insignificant effect on business success. Statistically significant at the 0.05 level; and (3) business strategies of entrepreneurs are significantly related to the success of small and medium business entrepreneurs business operations in Bueng Kan Province at the 0.05 level, with the correlation at a relatively low level and in the same direction. When classified into each aspect, it was found that strategies for creating differentiation, strategies for improving products and services, low-cost strategies, strategies for building relationships with customers, and innovation strategies were related to success in operating SME businesses in Bueng

Keywords: Business Strategy, Small and Medium Business entrepreneurs, Bueng Kan Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่เรียกกันว่า SMEs ไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชนที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่ดีขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (ธนพล ก่อฐานะ, 2561) ดังนั้น ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างๆ จึงต้องปรับตัวให้ก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองจะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์การ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นการประกอบการ ด้านอุตสาหกรรมเกษตร และการบริการ เป็นการผลิตสินค้าการจัดการการตลาดและการบริการต่างๆ (จารุพร ชันธนนท์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2562) ดังนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลายมาเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เศรษฐกิจด้วยการเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ผลิตรายใหญ่ในลักษณะของการรับช่วงผลิต และที่สำคัญธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือจุดกำเนิดของการเริ่มดำเนินการของผู้ประกอบการรายใหม่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) พร้อมทั้งคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดี ควรมีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศธุรกิจ SMEs ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม (Amran Awanget al., 2010)

จังหวัดบึงกาฬเป็นจังหวัดชายแดนตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีพื้นที่ติดต่อกับแขวงบอลิคำไซ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตามความยาวแม่น้ำโขง 120 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ 53 ตำบล 617 หมู่บ้าน 17 เทศบาลตำบล 39 องค์การบริหารส่วนตำบล 1 เทศบาลเมือง และ 1 องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีจุดผ่านแดนถาวร 1 จุด และจุดผ่อนปรน 2 จุด อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 751 กิโลเมตร มีพื้นที่รวมทั้งหมด 4,305.746 ตารางกิโลเมตร หรือ 2,690,625 ไร่ จากการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาส ของจังหวัดบึงกาฬ พบว่า จังหวัดบึงกาฬมีสถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มน้ำโขง นอกจากสถานที่ตั้ง ทางภูมิศาสตร์ที่มีความเหมาะสมแล้ว สภาพทั่วไปของจังหวัดบึงกาฬยังมีความอุดมสมบูรณ์ ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีความเหมาะสมในการส่งเสริมสนับสนุนการประกอบอาชีพของประชาชนด้านการเกษตรกรรม

และมีความเหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีตามวิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง จากความโดดเด่นทั้งด้านศักยภาพและโอกาสของจังหวัดบึงกาฬ จังหวัดบึงกาฬจึงได้กำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาจังหวัด มุ่งสู่การเป็น “เมืองยางพารา การเกษตรก้าวหน้า ประตุการค้าอินโดจีน และการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขง” มีการแปรรูปยางพารา การเกษตรกรรมด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของเมืองชายแดน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการค้า การบริการ และการลงทุน รวมทั้งพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มน้ำโขงและการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ การเชื่อมโยงเศรษฐกิจระหว่างประเทศ อันเป็นผลจากการก่อสร้างสะพานมิตรภาพไทย – ลาว (บึงกาฬ - บอลิคำไซ) ที่จะแล้วเสร็จในเร็ววันนี้ จำนวนการจัดตั้งใหม่ของห้างหุ้นส่วนบริษัทมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต เพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจภายในและภายนอกประเทศ

จากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ การดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ เพื่อศึกษากลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และศึกษาความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ จากนั้นจึงนำมาศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือผู้ที่สนใจจะลงทุน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนในการดำเนินธุรกิจให้ ประสบความสำเร็จได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจและความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ
 - 1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ธุรกิจอยู่ในระดับมาก

2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน

3. กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ

วิธีดำเนินการวิจัย

ด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆจากแหล่งข้อมูลที่สามารถเชื่อถือได้ เช่น เอกสาร วารสาร ตำรา บทความวิชาการ และเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งเน้นที่จะศึกษาในประเด็นของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษาวิจัย

ด้านพื้นที่

จังหวัดบึงกาฬ

ด้านประชากร

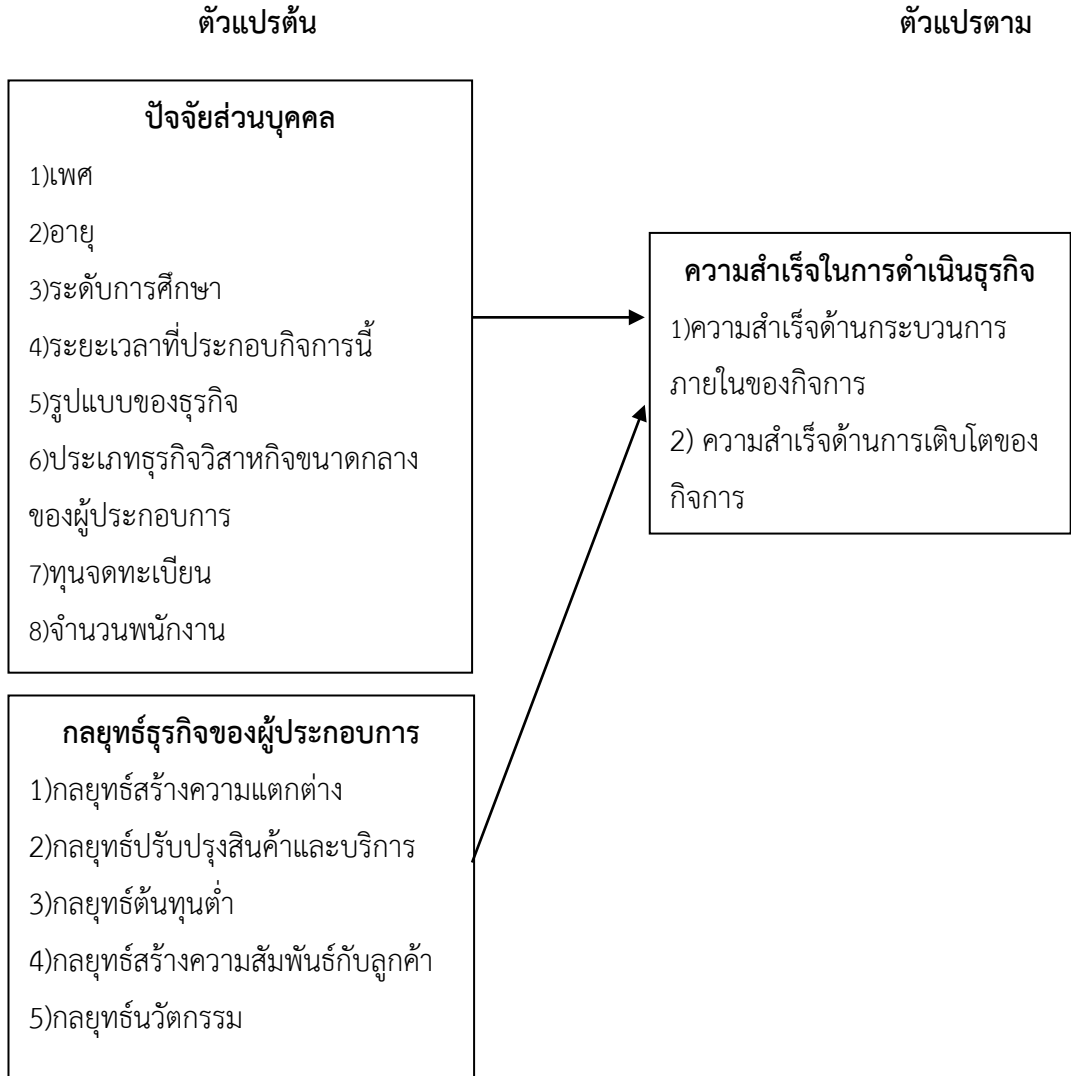
ประชากร คือ SMEs ในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 1,216 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม – บึงกาฬ, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง คือ SMEs ในจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 301 ราย โดยใช้การหากกลุ่มตัวอย่าง ตามสูตรของ Taro Yamane (1973)

ด้านเวลา

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ.2567

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ส่งผลสู่ความสำเร็จ ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับ SMEs
2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ 5-10 ปี มีรูปแบบกิจการเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด ประกอบธุรกิจบริการ เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และมีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 50 คน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.347) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.32$, S.D = 0.468) รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.461) และน้อยที่สุดคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ($\bar{x} = 4.22$, S.D = 0.546) โดยมีรายละเอียดคือ

ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$, S.D = 0.546) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “กิจการมีนโยบายการให้บริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.29$, S.D = 0.707) รองลงมาคือในข้อ “สร้างภาพลักษณ์ของพนักงานให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง” ($\bar{x} = 4.21$, S.D = 0.686) และน้อยที่สุดคือในข้อ “สร้างคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง” ($\bar{x} = 4.19$, S.D = 0.714)

ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.486) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “มีการเน้นคุณภาพของสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่วัตถุดิบ จนถึงการส่งมอบ” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.33$, S.D = 0.659) รองลงมาคือในข้อ “กิจการเสาะหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ อยู่เสมอ” ($\bar{x} = 4.29$, S.D = 0.663) และน้อยที่สุดคือ ข้อ “กิจการมีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการอยู่เสมอ” ($\bar{x} = 4.16$, S.D = 0.727)

ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$, S.D = 0.468) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “มีการศึกษาข้อมูลเพื่อเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรภายในองค์กร รวมถึงของเสียที่เกิดจากกระบวนการต่างๆ ให้มีมูลค่าขึ้นมา” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.37$, S.D = 0.649) รองลงมาคือในข้อ “มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด” ($\bar{x} = 4.33$, S.D = 0.670) และน้อยที่สุดคือในข้อ “นโยบายด้านราคาสินค้าและบริการมีการเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะตลาด” ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.681)

ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.461) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “กิจการให้ความสำคัญต่อลูกค้ามาเป็นอันดับ

แรก” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.32$, S.D = 0.640) รองลงมาคือในข้อ “ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติได้ตรงตามที่นัดหมายไว้กับลูกค้า” ($\bar{x} = 4.31$, S.D = 0.706) และน้อยที่สุดคือข้อ “กิจการเก็บข้อมูลลูกค้าและการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าไว้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า” ($\bar{x} = 4.21$, S.D = 0.694)

ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$, S.D = 0.472) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบวนการต่างๆในการปฏิบัติงาน” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.715) รองลงมาคือในข้อ “มีการฝึกอบรมและพัฒนาการเรียนรู้ของพนักงานอยู่เสมอ” ($\bar{x} = 4.25$, S.D = 0.688) และน้อยที่สุดคือในข้อ “เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าและพนักงานโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลาง เช่น การแสดงความคิดเห็นผ่าน Application” ($\bar{x} = 4.20$, S.D = 0.715)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจSMES ในจังหวัดบึงกาฬ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.415) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการภายใน มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.490) และรองลงมาคือด้านการเติบโตของกิจการ ($\bar{x} = 4.25$, S.D = 0.497) โดยมีรายละเอียด คือ

ด้านกระบวนการภายใน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.490) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “หน่วยงานของท่านสามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานโดยรวมได้” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.31$, S.D = 0.675) รองลงมาคือในข้อ “หน่วยงานของท่านสามารถเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนและมีความยืดหยุ่นต่อการลดทุน” ($\bar{x} = 4.28$, S.D = 0.705) และน้อยที่สุดคือในข้อ “หน่วยงานของท่านสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้อย่างเต็มที่” ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.678)

ด้านการเติบโตของกิจการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$, S.D = 0.497) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “กิจการของท่านมีลูกค้าเพิ่มขึ้น” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D = 0.687) รองลงมาคือในข้อ “กิจการของท่านมีผลประกอบการที่สูงขึ้น” ($\bar{x} = 4.26$, S.D = 0.689) และน้อยที่สุดคือในข้อ “กิจการของท่านเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น” ($\bar{x} = 4.22$, S.D = 0.737)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ธุรกิจอยู่ในระดับมาก ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น

เกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และน้อยที่สุดคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง

4.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกันได้ ผลการพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบกิจการ ขนาดของกิจการ และจำนวนพนักงานต่างกัน จะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดบึงกาฬ ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ กลยุทธ์นวัตกรรม มีความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ มีความคิดเห็นต่อกลยุทธ์ธุรกิจอยู่ในระดับมาก ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ มีระดับความคิดเห็นสูงสุด รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และน้อยที่สุดคือ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Siriwan U. et al. (2013) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบกลยุทธ์ของกิจการ หมายถึง กลยุทธ์การดำเนินกิจการของผู้ประกอบการในจังหวัดบึงกาฬ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง หมายถึง การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า 2) กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ หมายถึง การปรับปรุงสินค้าและบริการอยู่เสมอ เน้นคุณภาพสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงการส่งมอบ 3) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ หมายถึง การวางแผนใช้ทรัพยากรขององค์กร เช่น พนักงาน เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ และสถานที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดการสูญเสียในกระบวนการต่างๆ ของการผลิต 4) กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หมายถึง การให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีการสร้าง

ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 5) กลยุทธ์นวัตกรรม หมายถึง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกระบวนการต่างๆ ของธุรกิจ ผูกอบรวมพนักงานให้มีความรู้ในเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคผลงาน ที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญศักดิ์ เกิดสุข (2565) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าระดับการจัดการธุรกิจ กลยุทธ์การจัดการธุรกิจ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ แตกต่างกัน ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบกิจการ ขนาดของกิจการ และจำนวนพนักงานต่างกัน จะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิมล มธุรส (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนินทร์รัฐ รัตนพงศัภยโย (2561) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ไม่ได้ส่งผลต่อภาวะความอยู่รอดและเติบโตให้แตกต่างกัน

3. กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ กลยุทธ์นวัตกรรม มีความสัมพันธ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนะพัฒน์ วิริต (2564) ได้ทำการศึกษาคูณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการคือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญศักดิ์ เกิดสุข

(2565) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่าการจัดการธุรกิจและกลยุทธ์การจัดการธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

- 1) ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการให้โดดเด่น รวมถึงสร้างคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า
- 2) ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการอยู่เสมอ และเน้นคุณภาพของสินค้าทุกขั้นตอนตั้งแต่วัตถุดิบ จนถึง การส่งมอบ
- 3) ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรทำการศึกษามูลค่าของผลิตภัณฑ์ในตลาดของคู่แข่ง และคอยสืบหาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนที่ต่ำลง เพื่อที่จะสามารถเป็นผู้นำทางการตลาดในด้านราคาได้
- 4) ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเก็บข้อมูลลูกค้าและการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าไว้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า
- 5) ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้าและพนักงานโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลาง เช่น การแสดงความคิดเห็นผ่าน Application

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ SMEs ในจังหวัดบึงกาฬ เพื่อให้ทราบข้อมูลที่หลากหลายที่เป็นปัจจัยให้เกิดความสำเร็จ
- 2) ควรทำการศึกษาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดบึงกาฬต่อไป

บรรณานุกรม

- ชาญศักดิ์ เกิดสุข. (2565). รูปแบบกลยุทธ์ในการบริหารจัดการของส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคไทยแลนด์ 4.0 ในอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 366-379.
- ชนะพัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ SMEs จากสภาวะการแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 458-473.
- ชนพล ก่อฐานะ.(2561). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานแบบสมดุลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 14(3), 106-115.
- ชนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อความอยู่รอดและเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดเพชรบุรี. งานวิจัยทุนสนับสนุน, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวิมล มธรรส. (2563) ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs หรือGDP SMEs ในไตรมาสแรกของปี 2559*. จากแหล่งที่มา: <http://www.sme.go.th/>
- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari. (2010). *Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia*. *International Business Research*,3(2),34-48
- Siriwan, U. et al. (2013). *The management of the small and medium enterprises to achievement competitive advantage in northern Thailand*. *Conference of the International Journal of Arts & Sciences*, 6(1), 147-157.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper. & Row.