

Factors Affecting Competitiveness of Small and Medium Enterprises in Southern Region of Thailand

Nutcha Srifa^{1*} and Piyaphan Changwatchai²

¹ Master of Economics (Business Economics), Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

* Corresponding author. E-mail: nutcha.srifa@ku.th

ABSTRACT

This study aims to (1) examine the general characteristics of small and medium enterprises (SMEs) in Southern Region, and (2) analyze the factors influencing the competitiveness, measured by the profitability of SMEs in Southern Region, based on the Diamond Model framework. The study sample consisted of 382 SMEs in Southern Region, selected using proportional stratified random sampling. Data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The descriptive statistics revealed that SMEs in Southern Region vary in size and age, with most being small to medium-sized enterprises and an average age of approximately 16 years. A majority of the enterprises demonstrated a high level of competitive potential, based on a potential scoring criterion, with 112 enterprises classified as such. Conversely, 90 enterprises exhibited low competitive potential, among which 44 enterprises had low levels of demand and customer purchasing needs. The multiple regression analysis indicated that demand condition is statistically significant factors affecting profit growth rates. This demonstrates that customer demand is a crucial factor in stimulating profit growth and enhancing the competitiveness of enterprises. Therefore, entrepreneurs should prioritize the development of products or services that meet customer needs more effectively. It is also essential to consistently monitor and analyze customer demand data to use this information for product and service improvement in line with market needs, thereby enhancing the efficiency and competitiveness of the enterprises.

Keywords: Diamond Model, Competitiveness, Multiple Regression

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ของประเทศไทย

นัชชา ศรีฟ้า^{1*} และ ปิยะพรรณ ช่างวัฒนชัย²

¹ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: nutcha.srif@ku.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ (2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยวัดจากความสามารถในการทำกำไรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้มีความหลากหลายในขนาดและอายุของกิจการ โดยกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง และมีอายุกิจการเฉลี่ยประมาณ 16 ปี การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ โดยวัดจากเกณฑ์การให้คะแนนระดับศักยภาพ พบว่า กิจการส่วนใหญ่มีระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีจำนวน 112 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 29.32 รองลงมา คือ ระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ โดยมีจำนวน 108 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 28.27 ระดับศักยภาพในการแข่งขันต่ำ โดยมีจำนวน 90 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 23.56 ระดับศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง โดยมีจำนวน 52 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 13.61 และระดับศักยภาพในการแข่งขันสูง โดยมีจำนวน 20 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.24 ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราการเติบโตของกำไรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถกระตุ้นอัตราการเติบโตของกำไรและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวแปรปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้ามีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: แบบจำลองเพอร์, ความสามารถในการแข่งขัน, วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

© 2024 JSSP: Journal of Social Science Panyapat

บทนำ

ปัจจุบันโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองเพื่อการแข่งขัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีจำนวน 3,178,124 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.01 ของวิสาหกิจทั้งหมดในประเทศ ในปี 2565 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2565) จากรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี พ.ศ. 2565 พบว่าเกิดการจ้างงานจากธุรกิจ SME จำนวน 12,601,726 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 71.86 และสร้างมูลค่าเพิ่มในปี พ.ศ. 2564 เท่ากับ 5,603,443 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.60 ของ GDP ในปี 2564 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2564)

จากข้อมูลรายงานสถานการณ์ MSME ในปี 2564 พบว่าภาคใต้มีผู้ประกอบการ SME ใหม่ 3,754 ราย ทำให้ในปี พ.ศ. 2565 มี SME รวม 362,307 ราย ภาคใต้มีโอกาสด้านธุรกิจที่หลากหลายแต่ยังมิมีอุปสรรคในการแข่งขัน เนื่องจากข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (OSMEP, 2564) ปัจจัยด้านลบต่าง ๆ ส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจของ SME โดยเฉพาะต้นทุนและวัตถุดิบ การขึ้นราคาสินค้าทำได้ยาก SME จึงต้องแบกรับต้นทุนไว้ ทำให้

กำไรลดลง (สสว., 2566) รวมถึงสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมาของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แสดงให้เห็นถึงดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SME ในภาคใต้เฉลี่ยในปี พ.ศ. 2565 อยู่ที่ระดับ 44.9 ซึ่งอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าค่าฐาน เนื่องจากได้รับผลกระทบมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด – 19 ที่ผ่านมา เป็นเหตุให้การบริโภคจากประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งจากนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติลดน้อยลง ส่งผลให้ค่าดัชนีของภาคใต้อยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2566) จึงทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ (SMESI) ภาคใต้ ไตรมาสแรกและไตรมาสที่สองของปี พ.ศ. 2565 มีค่าดัชนีความเชื่อมั่นต่ำกว่าดัชนีที่ได้คาดการณ์ไว้ แต่หลังจากมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก เศรษฐกิจจึงมีการปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ในช่วงสองไตรมาสสุดท้าย ค่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ (SMESI) ภาคใต้ปรับตัวดีขึ้นกว่าที่คาดการณ์ไว้ อยู่ที่ 56.7 จากที่คาดการณ์ไว้ที่ 49.0

นอกจากนี้ ภาคธุรกิจของภาคใต้ กำลังเผชิญกับการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ จึงส่งผลกระทบต่อศักยภาพการดำเนินธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2565) อย่างไรก็ตาม ภาคใต้มีศักยภาพในการเติบโตของเศรษฐกิจท้องถิ่น การเพิ่มความสามารถให้กับ SME จะช่วยเสริมสร้างปัจจัยต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเติบโตในภูมิภาคนี้ และสร้างการจ้างงานให้กับประชากรท้องถิ่นได้ (ธนาคารพัฒนาเอเชียและประเทศไทย (ADB), 2558)

ดังนั้น การส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้ทราบถึงแนวทางที่จะสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม จะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และแข่งขันในตลาดได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ โดยวัดจากความสามารถในการทำกำไร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มประชากรที่ใช้ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 11 จังหวัดภาคใต้ (ไม่รวม 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้) ที่จดทะเบียนนิติบุคคลในระบบฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ปี 2565 จำนวน 8,193 ราย กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยใช้คำนวณตามวิธีของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่กำหนดระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และสามารถยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้อยู่ที่ร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+[N(e)^2]}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของกลุ่มประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างกำหนดให้เท่ากับ 0.05

จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{8,193}{1+8,193(0.05)^2} \\ n &= \frac{8,193}{906.77} \\ n &\approx 382 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ (ไม่รวม 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้) ที่จดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน 382 กิจการ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาใช้วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ประกอบด้วย ขนาดของกิจการ และอายุของกิจการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลจากแบบบันทึกข้อมูลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ (ไม่รวม 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้) ที่จดทะเบียนนิติบุคคล โดยจะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการผลิต 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการซื้อของลูกค้า 3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน และ 4) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งเป็นแบบสอบถามเชิงสำรวจ (Survey Questionnaire) แบ่งออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามหัวข้อที่กำหนด โดยแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วยคำถามแบบ เลือกตอบ (Closed-ended questions) ที่ให้ผู้ตอบทำเครื่องหมายในช่องที่ตรงกับคำตอบของตน โดยมีหลักเกณฑ์คะแนนจากการคำตอบแบบสอบถามแต่ละข้อ

3. สมมติฐานการวิจัย

3.1 ลักษณะทั่วไปของ SME ในภาคใต้ ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจด้านการค้า และมีจำนวน SME ที่มีระดับศักยภาพในการแข่งขันระดับต่ำค่อนข้างสูง

3.2 ปัจจัยด้านการอุปสงค์และความต้องการซื้อมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของ SME อย่างมีนัยสำคัญ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ (ไม่รวม 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้) ที่จดทะเบียนนิติบุคคล จำนวน 382 กิจการ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มจากการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกิจการในแต่ละจังหวัด และสุ่มรายชื่อโดยใช้การสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด การเก็บข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามที่ออกแบบมาเพื่อสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกิจการ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน และปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ โดยใช้ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ อายุและขนาดของกิจการ ในการศึกษา รวมถึงการประเมินศักยภาพในการแข่งขันตามแบบจำลองเพชรของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ตามหลักเกณฑ์การการประเมินศักยภาพในแต่ละด้าน จากนั้น นำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการผลิต 2) ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการซื้อของลูกค้า 3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน

แข่งขัน และ 4) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพในการแข่งขันตามระบบเพชรของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ จะใช้เกณฑ์ในการประเมินจากโครงการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทยในยุคหลังโควิด 19 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) และเกณฑ์ในการประเมินระดับศักยภาพจากกลยุทธ์การบริหารจัดการความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จังหวัดปทุมธานี ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2556) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนและคะแนนเต็มของผลการประเมินศักยภาพในแต่ละด้าน

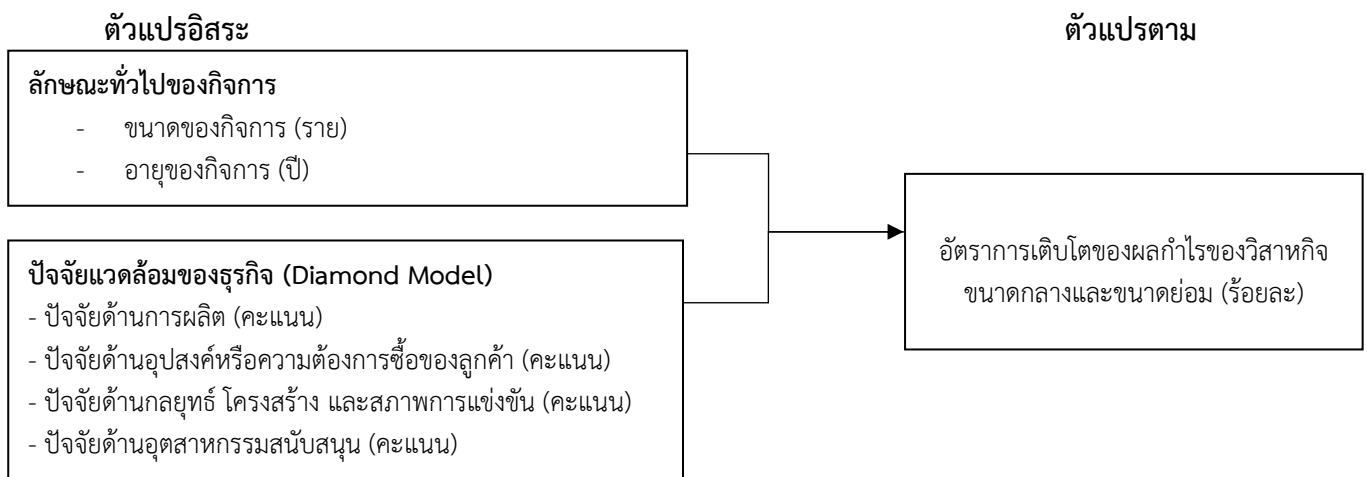
ลำดับ	ปัจจัย	คะแนนเต็ม	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	ปัจจัยด้านการผลิต	16	29.1
2	ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการซื้อของลูกค้า	11	20.0
3	ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน	16	29.1
4	ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน	12	21.8
รวม		55	100

หมายเหตุ: เกณฑ์ในการประเมินระดับศักยภาพ (เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2556)

ระดับคะแนน	80 - 100	หมายถึง ระดับศักยภาพในการแข่งขันสูง
ระดับคะแนน	60 - 79	หมายถึง ระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง
ระดับคะแนน	50 - 59	หมายถึง ระดับศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง
ระดับคะแนน	30 - 49	หมายถึง ระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ
ระดับคะแนน	1 - 29	หมายถึง ระดับศักยภาพในการแข่งขันต่ำ

โดยได้กำหนดให้ตัวแปรอิสระ (X) คือ ปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ในขณะที่ตัวแปรตาม (Y) ของการศึกษา คือ อัตราการเติบโตของผลกำไรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเนื่องจากการวิเคราะห์มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นสูง (Multicollinearity) ระหว่างปัจจัยด้านการผลิตและปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน การศึกษานี้จึงได้แบ่งออกเป็น 2 แบบจำลองสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ได้แก่ คือ แบบจำลองที่ 1 ไม่มีปัจจัยด้านการผลิต (Fact) และแบบจำลองที่ 2 ไม่มีปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (Stra)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้

จากผลการศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้มีความหลากหลายในขนาดและอายุของกิจการ โดยกิจการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง และมีอายุกิจการเฉลี่ยประมาณ 16 ปี การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ พบว่ากิจการส่วนใหญ่มีระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง โดยมีจำนวน 112 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 29.32 รองลงมาคือระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำมีจำนวน 108 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 28.27 ระดับศักยภาพในการแข่งขันต่ำมีจำนวน 90 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 23.56 ระดับศักยภาพในการแข่งขันปานกลางจำนวน 52 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 13.61 และระดับศักยภาพในการแข่งขันสูง จำนวน 20 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.24 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การประเมินศักยภาพในการแข่งขันตามแบบจำลองเพชรของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้

ลำดับ	ปัจจัย	จำนวน	สัดส่วน (ร้อยละ)
1	ระดับศักยภาพในการแข่งขันสูง	20	5.24
2	ระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างสูง	112	29.32
3	ระดับศักยภาพในการแข่งขันปานกลาง	52	13.61
4	ระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ	108	28.27
5	ระดับศักยภาพในการแข่งขันต่ำ	90	23.56
รวม		382	100

ที่มา: จากการคำนวณ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้โดยวัดจากความสามารถในการทำกำไร

การศึกษาในครั้งนี้มีการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นสูง (Multicollinearity) คือการมีสหสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ซึ่งการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่สูง อาจทำให้การวิเคราะห์ผลเกิดความคลาดเคลื่อน ดังนั้น จึงได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้

	ปัจจัยการผลิต	ปัจจัยด้านอุปสงค์	ปัจจัยด้านกลยุทธ์	ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน	ขนาดของกิจการ	อายุของกิจการ (ปี)
ปัจจัยการผลิต	-	0.620	0.815	0.584	0.225	0.018
ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า		-	0.578	0.393	0.118	-0.074
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน			-	0.578	0.210	0.103
ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน				-	0.356	0.079
ขนาดของกิจการ					-	0.189

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ปัจจัยด้านการผลิต (Fact) มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นสูง (Multicollinearity) กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน (Stra) เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.815 จึงทำให้ไม่สามารถนำตัวแปรทั้งสองปัจจัยใส่ในแบบจำลองพร้อมกันได้ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) จึงแบ่งออกเป็น 2 แบบจำลอง คือแบบจำลองที่ 1 ไม่มีปัจจัยด้านการผลิต (Fact) และแบบจำลองที่ 2 ไม่มีปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (Stra)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยใช้ปัจจัยตามแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้ (ตารางที่ 4) ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 แบบจำลอง มีรายละเอียดดังนี้

แบบจำลองที่ 1 ประกอบด้วย ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (Stra) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน (Rela) ขนาดของกิจการ (Size) และ อายุของกิจการ (Age)

แบบจำลองที่ 2 ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการผลิต (Fact) ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน (Rela) ขนาดของกิจการ (Size) และ อายุของกิจการ (Age)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ตามแบบจำลองเพชร ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาคใต้

	แบบจำลอง	
	1 (size, age, demand, stra, rela)	2 (size, age, fact, demand, rela)
(Constant)	-121.086 (0.760)	-288.779 (0.419)
size	-3.243 (0.498)	-3.247 (0.498)
age	-9.263 (0.356)	-10.535 (0.289)
fact	-	5.974 (0.900)
demand	129.743 (0.013)**	104.107 (0.053)*
stra	-41.292 (0.377)	-
rela	76.871 (0.350)	40.505 (0.623)
	F = 2.176 P-Value = 0.056 Adjust R Squared = 0.015 R Squared = 0.028	F = 2.018 P-Value = 0.075 Adjust R Squared = 0.013 R Squared = 0.026

หมายเหตุ: ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบจำลอง โดยแบบจำลองที่ 1 มีค่า F เท่ากับ 2.176 มีค่า P-value เท่ากับ 0.056 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ค่า Adjusted R

Squared เท่ากับ 0.015 โดยตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญในแบบจำลองนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) (Coefficient = 129.743, P-value = 0.013) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ พบว่า เมื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเติบโตของกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 129.743 ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ปัจจัยอื่นคงที่

แบบจำลองที่ 2 มีค่า F เท่ากับ 2.018 ค่า P-value เท่ากับ 0.075 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 และ ค่า Adjusted R Squared เท่ากับ 0.013 และค่า R Squared เท่ากับ 0.026 โดยตัวแปรที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญในแบบจำลองนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) (Coefficient = 104.107, P-value = 0.053) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ดังนั้น ผลการวิเคราะห์ พบว่า เมื่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) เพิ่มขึ้น 1 คะแนน จะส่งผลให้อัตราการเติบโตของกำไรเพิ่มขึ้นร้อยละ 104.107 ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 โดยที่ปัจจัยอื่นคงที่

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) จากปัจจัยทั้งหมด 4 ด้านตามแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในแบบจำลองที่ 1 และแบบจำลองที่ 2 จึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออัตราการเติบโตของกำไรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราการเติบโตของกำไรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการในธุรกิจภาคการค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถกระตุ้นอัตราการเติบโตของกำไรและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวแปรปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลองที่ 1 และ 2 แม้ว่าค่า Adjusted R Squared จะต่ำในผลการวิเคราะห์ ซึ่งอาจแสดงได้ว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ในระดับที่จำกัด แต่การวิจัยนี้ยังคงให้ข้อมูลที่สำคัญ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการวิเคราะห์ ปัจจัยด้านอุปสงค์มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออัตราการเติบโตของกำไร บ่งชี้ว่าผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของตลาด ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตของกำไรและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ นอกจากนี้ การที่ปัจจัยด้านอุปสงค์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญยังแสดงให้เห็นว่าการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง สรุปคือ แม้ว่าค่า Adjusted R Squared จะต่ำ แต่การวิจัยนี้ยังช่วยให้ข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยเฉพาะการเน้นไปที่การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มกำไรและสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาวของธุรกิจ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินภัสรา ศิริภัสโสภิน (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านความต้องการของลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยในตลาดอาเซียน และการศึกษาของ Dirisu et al. (2013) ศึกษาเรื่อง Product Differentiation Factors that Affect the Competitiveness of Entrepreneurs พบว่า การสร้างความแตกต่างของสินค้า ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการในไนจีเรีย โดยความต้องการของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษา สามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ ได้ว่า ความต้องการของลูกค้าเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถกระตุ้นอัตราการเติบโตของกำไรและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ มีวัตถุประสงค์สองประการคือ 1) ศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจในภาคใต้ และ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์และโครงสร้างการแข่งขัน และปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน โดยมีขนาดและอายุของกิจการเป็นปัจจัยควบคุม กลุ่มตัวอย่างคือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้จำนวน 382 แห่ง ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้มีความหลากหลายในขนาดและอายุ โดยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลางและอายุเฉลี่ยประมาณ 16 ปี ศักยภาพในการแข่งขันส่วนใหญ่ของกิจการอยู่ในระดับศักยภาพค่อนข้างสูงมีจำนวน 112 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 29.32 และระดับศักยภาพค่อนข้างต่ำมีจำนวน 108 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 28.27 สำหรับกิจการที่มีระดับศักยภาพในการแข่งขันต่ำ มีจำนวน 90 กิจการ คิดเป็นร้อยละ 23.56 ซึ่งมีกิจการจำนวน 44 กิจการ ที่มีปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้าอยู่ในระดับต่ำ โดยใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพในการแข่งขันตามระบบเพชรของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ จะใช้เกณฑ์ในการประเมินจากโครงการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากไทยในยุคหลังโควิด 19 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) และเกณฑ์ในการประเมินระดับศักยภาพจากกลยุทธ์การบริหารจัดการความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จังหวัดปทุมธานี ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (เยาวภา ปฐมศิริกุล, 2556)

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันโดยใช้การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่ออัตราการเติบโตของกำไร แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถกระตุ้นอัตราการเติบโตของกำไรและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กิจการที่มีระดับศักยภาพในการแข่งขันค่อนข้างต่ำ ยังมีจำนวนค่อนข้างมาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำการศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ของ SME ภาคใต้และนำมาสร้างแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ

1.2 จากการประเมินศักยภาพในการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้สามารถนำไปสู่การพัฒนานโยบายและแนวทางเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ได้ เนื่องจากปัจจัยด้านอุปสงค์และความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ ให้ตรงกับความต้องการของตลาด เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของกิจการที่มีศักยภาพต่ำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

1.3 ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาและหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบริบทที่แตกต่างกัน และเพื่อเปรียบเทียบระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อศึกษาปัจจัยที่อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจในบางภูมิภาคมีความสามารถในการแข่งขันสูงหรือต่ำกว่าอีกภูมิภาค

2.2 ควรพิจารณาการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันในบริบทของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบและหาข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายและแนวทางในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละอุตสาหกรรม

2.3 ควรมีการศึกษาเฉพาะกลุ่มประเภทธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ผลที่เป็นเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารพัฒนาเอเชียและประเทศไทย (ADB). (2558). *SME ในเอเชียต้องการเงินทุนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน*. สืบค้น 29 เมษายน 2566. จาก <https://www.adb.org/th/news/asia-s-smes-need-growth-capital-become-more-competitive-adb-report>.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล. 2556. กลยุทธ์การบริหารจัดการความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จังหวัดปทุมธานี ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารบริหารธุรกิจนิค*, 14(2557), 52-74.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). *โครงการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจรากฐานไทยในยุคหลังโควิด 19 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565*. สืบค้น 29 เมษายน 2566. จาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/th/node/11959>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565ก). *สรุปผลการศึกษา SMEs ประเทศไทย: บทบาทเชิงเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- _____. (2565ข.). *จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2555-2565*. สืบค้น 29 เมษายน 2566. จาก <https://data.go.th/dataset/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>.
- _____. (2565ค.). *บทวิเคราะห์ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำปี 2565*. สืบค้น 29 เมษายน 2566. จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20230512081731.
- Dirisu, J. I., Iyola, O., & Ibiidunni, O. S. (2013). Product differentiation: A tool of competitive advantage and optimal organizational performance (A study of Unilever Nigeria PLC). *European Scientific Journal*, 9(34), 258-281.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper & Row.