

ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจในการเป็นคู่ค้ากับหน่วยงานราชการ
กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
Factors for business success in partnering with government agencies
A case study of Chiang Rai Provincial Administrative Organization

กิตติพร สร้อยสุวรรณ¹ สุรินทร์ พิทักษ์สิกุล²

Kittiphon Sroysuwan, Surin Phithaksikul

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่าง คือ คู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย จำนวน 363 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจด้านความถี่ในความสำเร็จ ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความเป็นตัวของตัวเองส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายในทิศทางบวกและสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 57.5 2) ปัจจัยนวัตกรรมการจัดการด้านสารสนเทศ ด้านความบุคคล และด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายในทิศทางบวกและสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 89.3 และ 3) ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายในทิศทางบวกและสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 97.2

คำสำคัญ (Keywords): ความสำเร็จทางธุรกิจ; คู่ค้า; หน่วยงานราชการ

Abstract

The purpose of this study was to look at the factors that affect how well a partnership works with the Chiang Rai Provincial Administrative Organization. The

Received: 2023-06-03 **Revised:** 2023-07-04 **Accepted:** 2023-07-07

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Master of Business Administration Business Administration major Chiang Rai Rajabhat University. Corresponding Author e-mail: kittiphonsroysuwan@gmail.com

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Lecturer in Business Administration Chiang Rai Rajabhat University

sample group consisted of 363 commercial associates of the Chiang Rai Provincial Administrative Organization. Through an online survey, data were collected. The data's frequency, percentage, mean, and standard deviation were investigated. and tested the hypothesis with multiple regression analysis. the level of statistical significance of 0.05. The results of the research revealed that 1) The entrepreneurial characteristics of entrepreneurs affected the success of being a partner with the Chiang Rai Provincial Administrative Organization, namely the aspiration for success. Followed by the courage for risk taking and the aspect of autonomy orientation in a positive direction and can predict the success of being a partner at 57.5 percent, 2) Factors of managerial innovation affecting the success of being a partner with Chiang Rai Provincial Administrative Organization were information, followed by personnel and leadership in a positive direction and was able to predict the success of partnering at 89.3 percent and, 3) external factors affecting the success of being a partner with Chiang Rai Provincial Administrative Organization were economic, followed by politics, social and cultural factors and technology which has a positive relationship and was able to predict the success of being a partner with Chiang Rai Provincial. Administrative Organization at 97.2 percent.

Keywords: Business Success; Partner; Government Agency

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจโลกในปัจจุบันกำลังเผชิญกับสถานะแข่งขันที่รุนแรงตามแนวกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ มีความจำเป็นต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพราะในปัจจุบันมีการแข่งขันสูงจากธุรกิจประเภทเดียวกัน รวมถึงธุรกิจประเภทใหม่ๆ ที่ดีกว่า ดังนั้นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจนั้นย่อมมีผลดีกว่า การรักษาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ไว้ให้สูง การพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสร้างชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของตน จนเป็นที่รับรู้และบอกต่อกัน รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและการรักษามาตรฐานของบริการหรือสินค้า การส่งมอบ การรับประกันสินค้าหรือบริหารโดยทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ธุรกิจหรือบริษัท จะต้องสร้างและรักษาไว้ให้เป็นคุณค่าของธุรกิจของตนอย่างเหนียวแน่นและยั่งยืน แม้สิ่งเหล่านี้จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ผู้ประกอบการทุกคนต้องทราบในการทำธุรกิจ แต่สิ่งที่สำคัญกว่าในการดำเนินการธุรกิจคือทัศนคติของผู้ประกอบการซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจว่าควรไปในทิศทางใด ดังนั้นผู้ประกอบการที่กล้าที่จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จ และดำเนินธุรกิจภายในสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างยั่งยืน

การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่ดีนั้นต้องกล้าที่จะลงทุนและมีความพร้อมที่จะบริหารกิจการ เป็นทั้งผู้วางแผน มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่ เกิดผู้บริโภคนิยม มีการเสาะแสวงหาตลาดหรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไร เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จเพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม ผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้นการพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพและเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถรวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (ผนทิพย์ ชวโรว, 2554)

การสร้างธุรกิจในปัจจุบันให้กลายเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการดำเนินธุรกิจ หากองค์กรธุรกิจไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเองจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจนั้นๆ ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว หากมีองค์กรมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ก็จะส่งผลให้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จได้มากกว่าและสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน การเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมใหม่ๆ เช่น นวัตกรรมทางด้านสินค้า ด้านกระบวนการทำงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดการ หรือด้านการตลาด เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนาผลิตสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อความอยู่รอดขององค์กร และความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาดการค้าโลกเสรี ธุรกิจในประเทศไทยจะสามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้จะต้องเริ่มจากการที่ ผู้บริหารธุรกิจมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม โดยมีองค์ประกอบดังนี้ ภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planned) ด้านบุคคล (People) และด้านกระบวนการ (Processes) นอกจากนี้ ธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสิ่งเร้าของบริบทโลกาภิวัตน์ แม้ผู้ประกอบการจะมีทัศนคติที่ดีและการบริหารจัดการนวัตกรรมใหม่ๆ ที่แข็งแกร่งเพียงใด สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกปัจจัยหนึ่งนั่นก็คือ ปัจจัยภายนอก ประกอบไปด้วย การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การดำเนินการและเทคโนโลยี รวมถึงการเงินหรือเงินทุน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการไม่สามารถกำหนดได้และมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นการดำเนินธุรกิจจึงไม่ใช่เรื่องง่ายหากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีพอ ผู้ประกอบการต้องมีการวางแผนในทุกขั้นตอนเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพอันจะส่งผลต่อความสำเร็จของกิจการในอนาคต

จากหลายปัจจัยในหลายด้านข้างต้นบ่งบอกได้ว่า องค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันนี้มีความจำเป็นต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างเหมาะสม จึง

จะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ เนื่องจากมีการตลาดสมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต ค่านิยม การเกิดสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น จึงต้องมีการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งด้านการผลิตสินค้าและการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องปรับตัวด้านการลดต้นทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้เพราะเมื่อองค์กรสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการได้จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยปัจจุบันเมื่อมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงมีการสนับสนุนการค้าเสรีเพื่อเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจ และจุดประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดการแข่งขันทั้งทางด้านแรงงาน ต้นทุนการผลิต จึงต้องอาศัยนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งในด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และปัจจัยอื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เป็นหน่วยงานราชการที่มีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ทั่วประเทศทุกจังหวัดและเป็นหน่วยงานสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นทั่วทั้งประเทศ โดยอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 โดยเฉพาะอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น และองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นองค์กรหนึ่งที่มีความมั่นคงในหลายๆ ด้านรวมทั้งด้านงบประมาณที่ได้รับจัดสรรงบประมาณในทุกๆ ปีงบประมาณจึงเป็นที่ต้องการในหลายๆ ธุรกิจที่มีความสนใจในการเป็นคู่ค้ากับหน่วยงานดังกล่าวเพราะการประกอบธุรกิจในปัจจุบันมีบริบทของการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น รวมถึงการที่รัฐบาลไม่มีการกีดกันทางการค้าเป็นการค้าแบบเสรี รวมถึงสถานการณ์เศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลให้เศรษฐกิจซบเซาและผลกระทบจากโควิด 19 วิกฤติครั้งนี้ธุรกิจหรือบริษัทต่างๆ ต้องต่อสู้เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและดำเนินธุรกิจต่อไปได้ไม่ติดขัดหรือปิดกิจการลงประกอบกับการจ้างงานมีน้อยลง เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจใช้การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการธุรกิจในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ได้ส่วนแบ่งทางการแข่งขันเป็นที่ต้องการขององค์กรต่างๆ และเป็นคู่ค้ากับหน่วยงานราชการ ซึ่งการดำเนินธุรกิจมีทั้งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ในการวัดความสำเร็จของธุรกิจจึงประกอบด้วยปัจจัยหลายประการตามสมมติฐาน และการกำหนดขอบเขต ของความสำเร็จจากทฤษฎี และแนวคิดที่มีการอ้างอิงแตกต่างกันไป ฉะนั้นแล้วการที่ธุรกิจได้เป็นคู่ค้ากับหน่วยงานราชการ นั้นแล้วบ่งบอกถึงความมั่นคงทางการเงินเพราะหน่วยงานราชการมีงบประมาณประจำปีได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลอยู่แล้วซึ่งเป็นตัวเงินที่ชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจได้

จากความสำคัญและประเด็นที่น่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะที่มีความเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภายในองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจในการเป็นคู่ค้ากับหน่วยงานราชการ กรณีศึกษา องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ของผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจที่เป็นทั้งบุคคลธรรมดา นิติบุคคล รวมถึงหน่วยงานอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในการเป็นคู่ค้ากับ

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยผลจากการศึกษาจะทำให้ทราบแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ สามารถนำไปใช้สร้างคู่มือแนวทางในการดำเนินธุรกิจในการเป็นคู่ค้ากับหน่วยงานราชการสำหรับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายให้แก่ผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้นำไปใช้ปฏิบัติได้จริงอันจะส่งผลให้ธุรกิจมีเกิดความสำเร็จและดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และปัจจัยภายนอกของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยทราบจำนวนที่แน่นอน และทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณกลุ่มประชากรตามแนวคิดของ Yamane (1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% หรือที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 364 คน จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) ของประเภทคู่ค้า ได้แก่ บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล

เครื่องมือที่ใช้วิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 3 นวัตกรรมจัดการของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยภายนอกของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัด

ส่วนที่ 5 ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3-5 มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับตามการประเมินค่าลิเคิร์ทสเกล Likert

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย เริ่มจากเริ่มจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นทางในการกำหนดขอบเขตและสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยกำหนดประเด็นคำถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะหลังจากนั้นปรับปรุงข้อคำถามแล้วนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผลการตรวจสอบได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง

(IOC) มากกว่า 0.5 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง (Try out) จำนวน 30 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.983 ซึ่งผ่านมาตรฐานที่กำหนดจึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาโดยแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งของรัฐและเอกชน ได้แก่ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 363 ชุด จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อสรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (กัลยา วานิชบัญชา, 2564)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลของคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย จำนวน 364 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.9 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.1 รูปแบบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของคนเดียว/ห้าง/ร้าน คิดเป็นร้อยละ 34.2 มีทุนการจดทะเบียนต่ำกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.7 ประกอบกิจการต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.2 และมีประสบการณ์การเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.4

2. ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการ และปัจจัยภายนอกของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย พบว่า

2.1 ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$) โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X} = 4.49$) รองลงมาคือ ด้านความกล้าเสี่ยง ($\bar{X} = 4.47$) และด้านด้านความใฝ่ในความสำเร็จ ($\bar{X} = 4.44$)

2.2 นวัตกรรมจัดการของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมาคือ ด้านภาวะผู้นำและด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.39$) และด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.24$)

2.3 ปัจจัยภายนอกของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยด้านที่มีความคิดเห็นมากที่สุดคือ ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ ด้านการเมือง ($\bar{X} = 3.97$) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.87$)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงราย				
	Unstandardized		Standardized	t	P- value
	Coefficients		Coefficients		
	Std.				
	B	Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.149	0.160		7.179	0.000*
ด้านความเฝื่อนความสำเร็จ (A ₃)	0.361	0.054	0.432	6.654	0.000*
ด้านความกล้าเสี่ยง (A ₂)	0.222	0.063	0.243	3.555	0.000*
ด้านความเป็นตัวของตัวเอง (A ₁)	0.143	0.052	0.142	2.731	0.007*
F= 164.548 p = 0.000 Adjusted R ² = 0.575					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเฝื่อนความสำเร็จ (A₃) ด้านความกล้าเสี่ยง (A₂) และด้านความเป็นตัวของตัวเอง (A₁) ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 57.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\text{ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้า} = 1.149 + 0.361(A_3) + 0.222(A_2) + 0.143(A_1)$$

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมการจัดการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานนวัตกรรมการจัดการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

นวัตกรรมการจัดการ	ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงราย				
	Unstandardized		Standardized	t	P- value
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.147	0.087		1.676	0.095
ด้านสารสนเทศ (B ₂)	0.509	0.020	0.625	25.846	0.000*
ด้านความบุคคล (B ₃)	0.319	0.023	0.301	13.700	0.000*
ด้านภาวะผู้นำ (B ₁)	0.125	0.021	0.160	6.083	0.000*
F= 80.183 p = 0.000 Adjusted R ² = 0.893					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า นวัตกรรมจัดการด้านสารสนเทศ (B₂) ด้านความบุคคล (B₃) และด้านภาวะผู้นำ (B₁) ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 89.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\text{ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้า} = 1.147 + 0.509(B_2) + 0.319(B_3) + 0.125(B_1)$$

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ปัจจัยภายนอก	ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงราย				
	Unstandardized		Standardized	t	P- value
	Coefficients		Coefficients		
	Std.				
	B	Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.437	0.040		11.036	0.000*
ด้านเศรษฐกิจ (C ₂)	0.360	0.012	0.373	28.728	0.000*
ด้านการเมือง (C ₁)	0.249	0.013	0.365	27.668	0.000*
ด้านสังคมและวัฒนธรรม (C ₃)	0.230	0.008	0.305	20.172	0.000*
ด้านเทคโนโลยี (C ₄)	0.071	0.010	0.091	6.812	0.000*
F= 120.918 p = 0.000 Adjusted R ² = 0.972					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ (C₂) ด้านการเมือง (C₁) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (C₃) และด้านเทคโนโลยี (C₄) ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้าได้ร้อยละ 97.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถเขียนสมการในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\text{ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้า} = 0.473 + 0.360(C_2) + 0.249(C_1) + 0.230(C_3) + 0.071(C_4)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ลักษณะของผู้ประกอบการด้านความใส่ใจในความสำเร็จด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความเป็นตัวของตัวเองส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถทำธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เดิมในอนาคตและจะตั้งเป้าหมายใหม่ที่ท้าทายมากยิ่งขึ้น มีความกล้าใช้ทรัพยากรเงินจำนวนมากในการก่อตั้งธุรกิจ ที่ธุรกิจที่เกิดจากความชอบ ความรู้ และความสามารถ โดยความใส่ใจในความสำเร็จจะช่วยให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด ทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพและไม่สามารถอยู่ได้ในตลาด นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีภาวะจิตใจที่มั่นคง มีความหนักแน่นในการเผชิญปัญหา ไม่ท้อแท้หรือผิดหวังกับความผิดพลาด แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ (Frese, 2000) โดยผลจากการศึกษาสอดคล้องกับพิรดา พงษ์วัฒนสุข (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ไร่มั่นสำปะหลัง อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเองด้านความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

2. ผลการทดสอบสมมติฐานนวัตกรรมการจัดการส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า นวัตกรรมจัดการด้านสารสนเทศ ด้านความบุคคล และด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เนื่องจากผู้ประกอบการใช้สารสนเทศเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสินค้าในท้องตลาดกับสินค้าที่มีในธุรกิจเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ มีพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับหน่วยงานราชการช่วยให้การดำเนินการธุรกิจมีความรวดเร็วมากขึ้น และผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นและความพยายามเพื่อให้เป็นผู้นำทางธุรกิจในพื้นที่จึงทำให้ความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย การที่มีนวัตกรรมจัดการที่มีประสิทธิภาพมีการสนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่โดดเด่น มีศักยภาพสูงในการบริหารจัดการองค์กรที่ดีจะช่วยให้การดำเนินการไปสู่ความสำเร็จตามจุดประสงค์และเป้าหมายได้โดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยที่สุด (दनัย เทียนพุดม, 2550) โดยการศึกษาของกนกวรรณ ภูใหม่ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยสนับสนุนนวัตกรรมองค์กร บริบท ธนาครพาณิชย์ ได้ค้นพบว่า เทคโนโลยีจะช่วยสนับสนุนนวัตกรรมองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม และวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายเนื่องจากผู้ประกอบการมองว่าภาวะเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในแต่ละโครงการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย ในส่วนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายมีการกำหนดคุณสมบัติเกี่ยวกับธุรกิจคู่ค้าที่มีความเหมาะสมและมีรูปแบบการทำงานของหน่วยงานที่มีความซับซ้อน นอกจากนี้ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อการติดต่อ

ประสานงานที่มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ปัจจัยดังกล่าวถึงมีผลต่อความสำเร็จในการเป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย และยังถือเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ PEST Analysis สำหรับผู้ประกอบการอีกด้วย โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการบริหารจัดการกลยุทธ์เพื่อรักษาความได้เปรียบทางธุรกิจ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นต้องติดตามเพื่อให้ข้อมูลเพียงพอที่จะดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินการ ผลจากการศึกษาสอดคล้องกับ ศิริญา ตั้งนฤมิตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่นเดียวกันกับชูลีพร มาสเนตร (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้าน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. การศึกษาในครั้งนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในมิติของลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ นวัตกรรมจัดการ และปัจจัยภายนอกเท่านั้น ดังนั้นการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษาถึงกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจของธุรกิจคู่ค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรคที่ส่งผลต่อการดำเนินการของธุรกิจคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายเพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึกและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาให้สามารถดำเนินงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกคู่ค้าขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ข้อมูลอีกมิติและสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลแนวทางในการพัฒนาธุรกิจคู่ค้าที่สนใจที่จะเข้าร่วมแข่งขันเพื่อให้เป็นคู่ค้ากับองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงรายในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (References)

กัลยา วานิชปัญญา. (2564). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูง SPSS for Windows*. (พิมพ์ครั้งที่ 15).

กรุงเทพมหานคร : สามลดา.

กนกวรรณ ภูใหม่. (2559). *การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กร บริบท ธนาคารพาณิชย์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].

ชูลีพร มาสเนตร (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปพื้นบ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 4(3). 94-107.

दनัย เทียนพุด. (2550). *ความสามารถในทรรคนะ*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะบุคคลโครงการ Human Capital

- พิรดา พงษ์วัฒนสุข. (2560). แนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจไร้มันสำปะหลัง อำเภอเลาขวัญ จังหวัดกาญจนบุรี. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- พนทิพย์ ชารไสว. (2554). การศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*. 7(1). 39-50.
- วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2556). *การพัฒนางานองค์กร*. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์.
- สวัสดิ์ วงศ์ไชยา. (2560). อิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs). (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี.
- ศิริญา ตังณมิตร, (2558), *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. Silpakorn University Repository : SURE.
http://www.sure.su.ac.th/xmlui/bitstream/id/2cf6a5d0-0684-4626-932b-e92066ed385f/MA_ศิริญา_ตังณมิตรA3.pdf?attempt=2.
- Frese, Michael. (2000). *Success and Failure of Micro business Owners in Africa : A Psychological Approach*. United States of America : Greenwood Publishing Group.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Newyork: Harper and Row Publication.