

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซีบอร์ด จังหวัดระยอง*

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF HARDWARE RETAILERS IN EASTERN SEABOARD INDUSTRIAL ESTATE, RAYONG PROVINCE

อภิชาติ หลิมรัตน์*, อาริยา จิรพงศานานุรักษ์, พงศ์ธนวัฒน์ นวลดี

Apichat Limrat *, Ariya Jirapongsananurak, Pongthanawat Nawaldee

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: aeya2013@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซีบอร์ด จังหวัดระยอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซีบอร์ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test, สถิติ F-test และ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการบริการการตลาดโดยเฉพาะด้านการบริหารการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและเพิ่มผลกำไรในระยะยาว ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพสูงและตรงตามความต้องการของลูกค้า ส่งเสริมการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่องก่อนจัดส่ง 2) ด้านวิธีการจัดจำหน่าย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ 3) ด้านการจัดส่ง จัดระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพและปลอดภัย 4) ด้านเวลาในการจัดส่ง จัดการคลังสินค้าเพื่อลดเวลาที่ใช้ในการเตรียมสินค้า และ 5) ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการวางแผนการตลาดต้นทุนการดำเนินการ เช่น การจัดซื้อสินค้าล่วงหน้าในปริมาณมาก และความสำเร็จของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซีบอร์ดจังหวัดระยอง มีผลต่อความสำเร็จของอยู่ในระดับมาก รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซีบอร์ดจังหวัดระยอง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการบริหารทุนจดทะเบียนแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, ธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์, ความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจ



Abstract

This research aims to study the factors influencing the success of retail hardware business operators in the Eastern Seaboard Industrial Estate area, Rayong Province. It is a quantitative study, with a sample group of 400 retail hardware business operators in the Eastern Seaboard Industrial Estate area, Rayong Province, selected through simple random sampling. The research instrument used was a questionnaire. Data analysis was conducted using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics including t-test, F-test, and multiple regression analysis. A significance level of 0.05 was set for statistical significance. The results of the study showed that the factors related to marketing services, particularly in marketing management to create customer satisfaction and increase long-term profits, include: 1) Product quality: Operators should focus on selecting high-quality products that meet customer needs, promoting continuous inspection and quality control before shipment. 2) Distribution methods: Expanding distribution channels both online and offline. 3) Shipping: Establishing an efficient and safe delivery system. 4) Delivery time: Managing inventory to reduce the time spent preparing products. 5) Operational costs: Planning to reduce operational costs, such as bulk purchasing of goods in advance. The success of operators has a significant impact on the success of retail hardware businesses in the Eastern Seaboard Industrial Estate area, Rayong Province. The personal factors of operators, including gender, age, education level, management experience, and registered capital, also significantly affect the success of retail hardware business operators.

Keywords: Entrepreneur, Hardware Retail Business, Entrepreneurial Success

บทนำ

การเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและมีแนวโน้มที่จะเติบโต ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากเป็นธุรกิจที่ทำรายได้เป็นอันดับสอง รองจากภาคอุตสาหกรรมและยังมีการจ้างงานมากเป็นอันดับสามของภาคธุรกิจในประเทศ การค้าปลีกเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน โดยมีผู้ค้าปลีกแสดงบทบาทเป็นคนกลางในการเชื่อมโยง ในการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (วารุณี ตันติวงศ์ วาณิช, 2566) ทั้งนี้การค้าปลีกค้าปลีกมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรง ธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศและเป็นฟันเฟืองในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์, 2566) ปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างมากในการที่จะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในการประกอบธุรกิจ เพิ่มเติมกับศักยภาพของผู้ประกอบการจะเป็นการพัฒนาฐานที่สำคัญทั้งส่วนของวัตถุดิบ การผลิต และการตลาดให้สามารถก้าวไปสู่การแข่งขันได้

อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป (เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ, 2560) ผู้ประกอบการที่มีความสามารถปรับองค์กรของตนให้ มีนวัตกรรมทำให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมขึ้น ผู้ประกอบการเป็นบุคคลผู้ซึ่งค้นพบความต้องการของลูกค้า บน พื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงทางด้านนวัตกรรม และความก้าวหน้าของวิถีชีวิตทางด้านเศรษฐกิจ มีความกล้าใน การตัดสินใจภายใต้สถานะที่ไม่แน่นอนต่าง ๆ การแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจโดยตรงและรุนแรง เพื่อให้บรรลุ เป้าหมายหรือมีสถานะทางการตลาดที่ดีกว่าการที่มีความมุ่งมั่นสูงในการทำกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับสภาพการ แข่งขัน ประเภทธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็น ลักษณะจำหน่ายสินค้ารวมอยู่ในร้านค้าวัสดุก่อสร้าง (One-Stop Shopping) โดยมีทั้งกลุ่มประเภทร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ สำหรับ ภาพรวม กำไรของประเภทธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ระหว่างปี พ.ศ.2560 - พ.ศ.2565 นั้นมีอัตราเฉลี่ยกำไรสุทธิ ต่อรายได้ รวมที่ร้อยละ 7 - 8 ต่อปีอย่างต่อเนื่อง มูลค่าตลาดที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด และยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิต ก็ยังเป็นผู้จำหน่ายถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง ด้วยการวิเคราะห์ของสมาคมผู้ค้าปลีกไทย พบว่าสาเหตุการบริโภคของภาคค้าปลีก (Retail Consumption) อ่อนแอลงมาจากสาเหตุหลัก คือ กำลังซื้อกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีรายได้ ระดับกลางลดลงที่ต้องอาศัยรายได้จากผลผลิตภาคเกษตรซึ่งยังคงมี กำลังซื้อที่อ่อนแออยู่และ รอคารกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ รวมถึงหนี้ครัวเรือนที่ยังไม่มีแนวโน้มลดลง สะท้อนให้เห็นผู้บริโภคระดับกลาง ที่มีรายได้ประจำเริ่มแสดงให้เห็นถึงกำลังซื้อที่อ่อนแอลง ส่งผลให้การเติบโตการบริโภคหมวดสินค้ากึ่งคงทนเติบโต ถดถอยลง กล่าวคือเติบโตเพียงร้อยละ 3.2 (ไทยพับลิก้า (Thai Publica), 2563)

ธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ของจังหวัดระยอง ประเทศไทย เป็นหนึ่งในพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญของประเทศไทย เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมหนัก ลักษณะสำคัญของธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ จังหวัดระยอง พื้นที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ จังหวัดระยองตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ควรพัฒนา อย่างต่อเนื่อง ธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ควรมีความได้หลัก โดยจะมาจากลูกค้าเก่า ลูกค้าสมัยใหม่ต้องการมากกว่า สินค้าราคาถูก ร้านฮาร์ดแวร์สามารถให้บริการเพิ่มเพื่อเรียกลูกค้าเพิ่มได้ ยกตัวอย่างเช่นบริการส่งของ - ถ้าเรามี รถส่งของเราก็สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ไกลขึ้น (พรนภา โคตะโน, 2557) ดังนั้นธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ควรเพิ่มกำลัง จำหน่ายลูกค้าโดยไม่ต้องลงทุน โดยเลือกช่องทางการชำระเงินอีกหนึ่งช่องทางได้แก่ การให้เครดิต - เครดิตซึ่งเป็น ส่วนสำคัญของการขายซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถหมุนการใช้จ่ายได้

จากสภาพการแข่งขันทางการตลาดและปัจจัยด้านการวางแผนการตลาด ด้านคุณภาพสินค้า ด้านวิธีการ จัดจำหน่าย ด้านการจัดการขนส่ง ด้านเวลาในการจัดส่ง ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซึ่งเป็นความสำคัญของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้า ปลิกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง จะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ สำหรับ ผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะทำธุรกิจทางด้านนี้ประกอบอาชีพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซี บอร์ด จังหวัดระยองระยอง



วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) พื้นที่วิจัยคือ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ประชากรคือ ธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์

1. ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ศึกษาคือผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

1.1 วิธีการสุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 26,362 ราย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณได้จากสูตรการหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (Yamane, Y., 1973) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 400 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

1.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง จดทะเบียนแล้วและยังประกอบกิจการกำหนดใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามในเขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ดังนี้

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ได้แก่

2.1.1 ได้แก่ปัจจัยด้านการบริการการตลาด ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านวิธีการจัดจำหน่าย 3) ด้านการจัดการขนส่ง 4. ด้านเวลาในการจัดส่ง 5.ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variable) ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ดจังหวัดระยอง ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ 1) บรรลุยอดขายจากปริมาณการขาย 2) ผลกำไร 3) สร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการบริหาร หุนจดทะเบียน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามปัจจัยด้านการบริการการตลาด โดยครอบคลุมวัตถุประสงค์ ลักษณะของข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยกำหนดให้ผู้ตอบเลือกได้คำตอบเดียวคะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5

ส่วนที่ 3 ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง โดยครอบคลุมวัตถุประสงค์โดยกำหนดให้ผู้ตอบเลือกได้คำตอบเดียว คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

4.1.2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริการการตลาดและความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นครนิวยอร์ก ชิปปอร์ตจังหวัดระยอง ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1.3 สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance – ANOVA) ใช้สถิติ F-test และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นครนิวยอร์ก ชิปปอร์ตจังหวัดระยอง 1) ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 47.00 และมีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.95 รองลงมาคืออายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.43 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.59 รองลงมาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 16.82 ด้านประสบการณ์ในการบริหาร มีประสบการณ์ในการบริหารมากที่สุดคือ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาคือ 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.75 ในด้านลักษณะการประกอบธุรกิจ จัดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 76.75 รองลงมา เป็นห้างหุ้นส่วน คิดเป็นร้อยละ 16.75

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการบริการการตลาดโดยภาพรวม

ปัจจัยด้านการบริการการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1 ด้านคุณภาพสินค้า	4.43	0.60	มาก
2 ด้านวิธีการจัดจำหน่าย	4.38	0.70	มาก
3 ด้านการจัดการขนส่ง	4.53	0.60	มากที่สุด
4 ด้านเวลาในการจัดส่ง	4.41	0.58	มาก
5 ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ	4.45	0.58	มาก
รวม	4.44	0.61	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับปัจจัยด้านการบริการการตลาด โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการจัดการขนส่งระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และด้านคุณภาพสินค้า อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ตามลำดับ



ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติทดสอบปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการ

ตัวพยากรณ์	สัมประสิทธิ์		SE	t	Sig
	B	β			
(Constant)	1.657		.127	14.178	000*
1 ด้านคุณภาพสินค้า (X^1)	.034	.043	.036	.945	.352
2 ด้านวิธีการจัดจำหน่าย (X^2)	1.87	.265	.032	5.951	.353
3 ด้านการจัดการขนส่ง (X^3)	.106	.163	.030	3.697	000*
4 ด้านเวลาในการจัดส่ง (X^4)	.165	.214	.029	4.500	000*
5 ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (X^5)	.169	.255	.035	4.988	000*

R = 0.808; R² = 0.502; Adj. R² = 0.487; Durbin-Watson = 1.847

จากตารางที่ 2 ผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการพบว่า Durbin-Watson = 1.847 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านวิธีการจัดจำหน่าย (X^2) ($\beta = 0.265$) ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ (X^5) ($\beta = 0.255$) ด้านเวลาในการจัดส่ง (X^4) ($\beta = 0.214$) และ ด้านการจัดการขนส่ง (X^3) ($\beta = 0.163$) ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยด้านการบริการการตลาดด้านคุณภาพสินค้า (X^1) ไม่มีส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการพบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.808 หมายถึงปัจจัยลักษณะความสำเร็จผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 80.80 และมีความประสิทธิภาพของการพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.502 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอิสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์” ร้อยละ 50.20 โดยตัวแปรทั้งหมดอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอิสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง สามารถอธิบายว่า ด้านวิธีการจัดจำหน่าย ด้านการจัดการขนส่ง ด้านเวลาในการจัดส่ง และด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามลำดับ มีความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 48.70 (Adj. R² = 0.487) ส่วนที่เหลือร้อยละ 51.30 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.657 + 0.187(X_2) + 0.106(X_3) + 0.165(X_4) + 0.169(X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.265(X_2) + 0.163(X_3) + 0.214(X_4) + 0.255(X_5)$$

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านบรรลุลยอดขายจากปริมาณการขาย	4.55	0.81	มากที่สุด
2. ด้านผลกำไร	4.48	0.65	มาก
3. ด้านสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว	4.09	0.69	มาก
รวม	4.37	0.7	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าระดับปัจจัยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านบรรลุลยอดขายจากปริมาณการขายระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ ด้านผลกำไร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และด้านสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติทดสอบปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง

ตัวพยากรณ์	สัมประสิทธิ์		SE	t	Sig
	การถดถอย	β			
(Constant)	1.819		.160	12.488	.000*
1 ด้านบรรลุลยอดขายจากปริมาณการขาย (X^1)	.168	.258	.033	5.158	.000*
2 ด้านผลกำไร (X^2)	.187	.265	.032	5.951	.000*
3 ด้านสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว (X^3)	.106	.163	.030	3.697	.000*
R = 0.807; R ² = 0.489; Adj. R ² = 0.496; Durbin-Watson = 1.897					

จากตารางที่ 4 ผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองพบว่า Durbin-Watson = 1.897แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์เชิงบวกโดยปัจจัยด้านความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ การเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านผลกำไร (X^2) (β =0.265) และด้านสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว (X^3) (β =0.163) ตามลำดับไม่มีส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการบริการการตลาดธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการพบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.807 หมายถึงปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ มีความสัมพันธ์กันร้อยละ 80.70 และมีความประสิทธิภาพของการพยากรณ์ (R²) 0.489 หมายความว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงโดยตัวแปรทั้งหมดอธิบายถึงการไม่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ อธิบายได้ว่าด้านบรรลุลยอดขายจากปริมาณการขาย ด้านผลกำไร และด้านสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาว ตามลำดับความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความ



แม่นยำที่ร้อยละ 49.60 (Adj. $R^2 = 0.496$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50.40 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.819 + 0.168(X_1) + 0.187(X_2) + 0.106(X_3)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.258(X_1) + 0.265(X_2) + 0.163(X_3)$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง อภิปรายผลดังนี้ โดยพบว่า การสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่สร้างธุรกิจขึ้นมาด้วยตนเองและเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ เป็นผู้ประกอบการทุนจดทะเบียนในนามบริษัท ซึ่งมีระยะเวลาในการบริหาร 6 - 10 ปี แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้ประกอบการในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความสามารถด้านความคิด ด้านการใช้ความรู้ในการนำมาใช้เพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจตามแนวคิด Hatten, T. S. ได้กล่าวว่าไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีโอกาส และผลประโยชน์ในธุรกิจ (Hatten, T. S., 2006) โดยเป็นผู้มีความรู้และมีความเข้าใจในเรื่องการเงินการจัดการวัตถุดิบและการเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่มหรือ ดำเนินธุรกิจ ซึ่ง Hatten, T. S. ได้กล่าวไว้อีกว่า ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีอย่างยั้งที่จะต้องมีการบริหารจัดการระดับปัจจัยด้านการบริการการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดการขนส่งระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านค่าใช้จ่ายในการดำเนินการและด้านคุณภาพสินค้า (Hatten, T. S., 2009) สอดคล้องกับแนวคิด Kotler นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพการบริการให้เท่ากับหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง (Kotler, P., 2003) เมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามถ้าการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าจะพอใจและกลับมาใช้บริการอีก ในส่วนของปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง สอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร ชูสนุก เรื่องความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร: มุมมองของทฤษฎี มุมมองฐานทรัพยากร พบว่าองค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้ความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ ยากที่จะถูกลอกเลียนได้ โดยธุรกิจอื่น ๆ ความได้เปรียบในการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีและประสบความสำเร็จคือความสามารถด้านนวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความสามารถในการบริหารความเสี่ยง และความสามารถในการบริหารซัพพลายเออร์ ความสามารถเหล่านี้ เป็นความสามารถที่นำพาองค์กรไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จและยั่งยืน (อัมพร ชูสนุก, 2564) ปัจจัยความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองมีความสัมพันธ์เชิงบวกประกอบด้วย ด้านผลกำไร ด้านบรรลุลยอดขายจาก

ปริมาณการขาย และด้านการสร้างการเติบโตให้ธุรกิจในระยะยาวส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิวกอ อโนริย พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วย ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีนวัตกรรม ตามลำดับ (ศิวกอ อโนริย, 2564)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ผู้ประกอบการธุรกิจที่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการบริหาร ทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยองไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการการตลาด ธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยาย ไปในเขตจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับกัน

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกฮาร์ดแวร์ เขตพื้นที่นิคมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประจำปี พ.ศ. 2567 ขอบพระคุณผู้บริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีที่สนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์. (2566). สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลคงอยู่ในประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 2 กันยายน 2566 จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- ไทยพับลิก้า (Thai Publica). (2563). ค้าปลีกไทยปีนี้โตมาโต 2.8% คาดปีหน้า “4 ความหวัง 4 ความกังวล”. เรียกใช้เมื่อ 8 ตุลาคม 2563 จาก <https://thaipublica.org/2019/12/thai-retailers-association-gdp-63/>
- พรนภา โคตะโน. (2557). ความสัมพันธ์ทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการ แข่งขันของธุรกิจบริการเกี่ยวกับการก่อสร้าง จังหวัดกาฬสินธุ์. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ. (2560). การวิจัยตลาด. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- วารุณี ดันตังศ์วณิช. (2566). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- ศิวกอ อโนริย. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี . ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.



- อัมพร ชูสนุก. (2564). ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร: มุมมองของทฤษฎี มุมมองฐานทรัพยากร. วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, 5(2), 119-134.
- Hatten, T. S. (2009). Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond. (4th ed.). Ohio: South-Western.
- _____. (2006). Small Business Management, Entrepreneurship and Beyond. (3rd ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Kotler, P. (2003). Marketing management. (2nd ed.). Bangkok: Pearson Education.
- Yamane, Y. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (3rd ed.). New York: Harper and Row.