

ความสามารถของผู้ประกอบการต่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล Entrepreneurial capability for business competition in the digital era

สิทธิพร โพธิ์ระหง^{1*}, ประจักษ์ มหาสวัสดิ์², ลัดดาวัลย์ กมลสินธ์³ และทีฆากาญจน์ อ่อนคำ⁴
Sittiporn Porahong^{1*}, Prachak Mahasawat², Luddawan Kamonsin³ and Teekharn Onkham⁴

¹⁻⁴สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹⁻⁴Business Administration (Management), Bangkokthonburi University

*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: aek.sittiporn@gmail.com

Received: November 18, 2025; Revised: December 16, 2025; Accepted: December 21, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาทัศนคติและความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล 3. เพื่อเสนอแนวทางและกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันในยุคดิจิทัล การวิจัยนี้ใช้กระบวนการศึกษาแบบผสมวิธี ใช้วิธีวิเคราะห์โครงสร้างด้วยการสร้างแบบจำลองสมการ การวิเคราะห์เส้นทาง โดยใช้การวัดด้วยเทคนิคความน่าจะเป็นสูงสุด เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางและผลกระทบทางตรงและทางอ้อม

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าทุกปัจจัยอยู่ในระดับสูงเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับจากระดับสูงสุดไปต่ำสุดได้ดังนี้ การจัดการความรู้ ($\bar{x} = 3.958$, S.D. = 0.674) นวัตกรรมองค์กร ($\bar{x} = 3.955$, S.D. = 0.749) โครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล ($\bar{x} = 3.908$, S.D. = 0.747) ในขณะที่ปัจจัยที่มีระดับต่ำที่สุดคือ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ($\bar{x} = 3.886$, S.D. = 0.947) จากการประมวลผล โมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าตัวชี้วัดทั้งหมดผ่านเกณฑ์มาตรฐาน โดยมีค่าสถิติที่สำคัญดังนี้: $\chi^2/df = 92.952$, P-value = 0.002, GFI=0.977, CFI=0.987 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์นี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: การแข่งขันทางธุรกิจ; ยุคดิจิทัล

ABSTRACT

The objective of this research were 1. to examine entrepreneurs' attitudes and competencies in leveraging digital technologies to enhance competitive advantage. 2 to analyze the causal relationships among factors influencing entrepreneurial competitiveness in the digital era. 3. To propose strategic approaches and policy recommendations for strengthening entrepreneurs' competitive capabilities in the context of digital transformation. This research employed a mixed-methods approach, integrating both qualitative and quantitative methodologies to ensure comprehensive analysis. The quantitative phase utilized Structural Equation Modeling (SEM) through Path Analysis, with parameter estimation conducted via the Maximum Likelihood (ML) technique. This analytical framework enabled the examination of both direct and indirect effects among latent and observed variables, thereby providing robust insights into the causal mechanisms underlying the studied phenomena.

The results found that competencies in leveraging digital technologies to enhance competitive advantage indicated at high level. to consider at each factor found at high level at all factors which can be ranged from the highest level on Knowledge management ($\bar{x}=3.958$, S.D.=0.674), Organizational innovation ($\bar{x}=3.955$, S.D.=0.749), Social responsibility ($\bar{x}=3.908$, S.D.=0.747) respectively whereas the lowest level indicated on Competitive advantage ($\bar{x}=3.886$, S.D.=0.0.947) Upon the software package processing upon the structural equation model found that all indicators indicated above the benchmark. $\chi^2/df=92.952$, P-value=0.002, GFI=0.977, CFI=0.987 Therefore, it can be concluded that the results of this analysis are consistency to the Empirical data.

Keywords: Business competition; Digital era

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้ทำให้การดำเนินธุรกิจเกิดความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลมาเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันและเติบโตได้ในระยะยาว เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในด้านการเข้าถึงตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ที่สำคัญ การแข่งขันในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดแค่ภายในประเทศ แต่ยังขยายไปสู่การแข่งขันระดับโลก ซึ่งในอดีต ผู้ประกอบการธุรกิจมักจะต้องพึ่งพาแหล่งทรัพยากรในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น ทรัพยากรบุคคล เงินทุน และสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ในยุคดิจิทัลนี้ การแข่งขันทางธุรกิจไม่ได้จำกัดอยู่แค่ภายในประเทศหรือในตลาดที่มีการแข่งขันค่อนข้างชัดเจนเท่านั้น แต่ได้ขยายออกไปในระดับโลกโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ทำให้ผู้ประกอบการในปัจจุบันต้องมีความสามารถในการปรับตัวและใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น

การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์, ระบบการจัดการข้อมูลที่ซับซ้อน (Big Data), ปัญญาประดิษฐ์ (AI), หรือแม้แต่การใช้งานเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จในยุคดิจิทัลได้ เริ่มต้นจากการปรับตัวให้ได้อย่างรวดเร็วและวางแผนธุรกิจให้มีความยืดหยุ่น โดยนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้กับทุกส่วนของธุรกิจหรือนำเทคโนโลยีรวมเข้ากับความต้องการของลูกค้า (Digital Transformation) เพื่อตอบสนองพฤติกรรมต่อผู้บริโภคและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด การขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีคุณภาพสูง ระบบฐานข้อมูลที่มีการเชื่อมต่อเป็นศูนย์กลาง การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมในด้านการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยีและกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงความปลอดภัยจากอาชญากรรมไซเบอร์ การผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นรูปธรรมจึงขึ้นอยู่กับนโยบายและแผนงานของแต่ละประเทศซึ่งยังเป็นเรื่องท้าทายโดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนที่ยังมี

ความแตกต่างทางบริบทในแต่ละประเทศ (ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี, 2565)

งานวิจัยนี้ใช้ทฤษฎีหลายแขนงที่ช่วยให้สามารถอธิบายและวิเคราะห์ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันในยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจน คือ (1) ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) (Henry, M. 1989): ทฤษฎีนี้ช่วยอธิบายวิธีการที่ผู้ประกอบการใช้ในการกำหนดทิศทางของธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง และการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยี โดยเฉพาะในยุคที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานของธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว (2) ทฤษฎีทรัพยากรและความสามารถ (Resource-Based View, RBV) (Barney, J. 1991) : ทฤษฎีนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ทรัพยากรที่สำคัญขององค์กรในการแข่งขันในตลาด โดยมองว่าทรัพยากรและความสามารถเฉพาะทาง (เช่น ความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยี) เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าคู่แข่งและ (3) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation Theory) (Von Bertalanffy,

L. 1968): ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ระบบดิจิทัลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตจนถึงการบริการลูกค้า

ความสามารถของผู้ประกอบการต่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัลนี้มีความสำคัญทั้งในระดับธุรกิจและเศรษฐกิจโดยรวม โดยมีความสำคัญในหลายด้าน ได้แก่ (1) ช่วยให้ผู้ประกอบการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง: ผลจากงานวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และสามารถนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น คลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing), การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analytics), และ AI มาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน (2) ช่วยในการวางกลยุทธ์การแข่งขัน: งานวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการรู้จักการใช้เครื่องมือดิจิทัลในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น และ (3) ช่วยสร้างแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจ: การที่ผู้ประกอบการมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจะทำให้สามารถขยายธุรกิจและเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยเฉพาะใน

ประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งสามารถสร้างโอกาสในการเติบโตได้ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรมีการตอบสนองลูกค้าด้วยการสร้างสรรค์เทคโนโลยีในการบริการ พร้อมทั้งกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว สามารถลดกระบวนการ ขั้นตอนในการทำงานได้ หรือการให้บริการที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าเสมอและการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง (ฟาริดา มะและคณะ, 2567)

ส่วนในเรื่องการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจจะมีผลกระทบ 3 ด้าน (1) การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน: เทคโนโลยีช่วยลดข้อผิดพลาดจากกระบวนการทำงานด้วยตนเอง (manual process) และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล (2) การขยายตลาด: ผ่านการใช้เครื่องมือดิจิทัลต่างๆ เช่น เว็บไซต์ การตลาดออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดียผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) การสร้างประสบการณ์ลูกค้า: เทคโนโลยีช่วยให้ธุรกิจสามารถให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วและสะดวกยิ่งขึ้น เช่น การใช้งานแอปพลิเคชันหรือการให้บริการออนไลน์ 24 ชั่วโมง

ในโลกที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ธุรกิจที่ต้องการเติบโตอย่างมั่นคงจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

ไม่ว่าจะเป็นการใช้ระบบดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า หรือการนำข้อมูลมาใช้วิเคราะห์เพื่อพัฒนากลยุทธ์ให้แม่นยำยิ่งขึ้น และปรับเปลี่ยนแนวคิด กระบวนการทำงานขององค์กรให้ทันต่อแนวโน้มของตลาด การศึกษางานวิจัยเรื่องความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันในยุคดิจิทัล จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและมีศักยภาพในการแข่งขันที่แข็งแกร่งในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องความสามารถของผู้ประกอบการต่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัลมีการกำหนด วัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล
3. เพื่อเสนอแนวทางและกลยุทธ์ในการเสริมสร้างความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ความสามารถของผู้ประกอบการต่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล" มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรต้นในงานวิจัยนี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันในยุคดิจิทัล ได้แก่:

1. ทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ

1.1 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของผู้ประกอบการหรือทีมงานมีผลต่อการพัฒนาและการนำเทคโนโลยีไปใช้ในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ทักษะทางดิจิทัลรวมถึงการทำความเข้าใจด้านการตลาดออนไลน์ การจัดการข้อมูล และการใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจในยุคดิจิทัล

2. นวัตกรรมและเทคโนโลยี

2.1 ผู้ประกอบการที่มีการลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือการใช้เทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ดีกว่า

3. โครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล (Digital Infrastructure)

3.1 การที่ผู้ประกอบการมีโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลที่ดี เช่น ระบบคลาวด์,

อินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วสูง, การเข้าถึงข้อมูล และการจัดการความปลอดภัยทางไซเบอร์ จะช่วยเพิ่มความสามารถในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วัฒนธรรมองค์กรที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจได้ดีขึ้น

ตัวแปรตาม ความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 1 ชุด โดยแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย

- 1) ปัจจัยด้านทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ
- 2) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล
- 3) ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีขององค์กร
- 4) ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นมาตรวัดความคิดเห็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) เพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามความคิดเห็น โดยแบ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert, R. 1932) สำหรับแบบสอบถาม

การตรวจสอบความแม่นยำของเนื้อหา (content validity) ของเครื่องมือ หลังจากผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามขึ้นมาผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบว่าเมื่อนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรวิจัยแล้ว แบบสอบถามจะสามารถวัดในส่วนของเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการวัดได้มากน้อยเพียงใด โดยใน

กระบวนการตรวจสอบผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ มีจำนวน 5 ท่าน ประเมินโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง IOC (item objective congruence index) เป็นรายบุคคลว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถวัดได้ตรงกับจุดประสงค์ที่กำหนดหรือไม่ โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้

ถ้าข้อคำถามวัดได้ตรงจุดประสงค์ ได้ +1 คะแนน

ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงจุดประสงค์หรือไม่ ได้ 0 คะแนน

ถ้าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงจุดประสงค์ ได้ -1 คะแนน

นำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทุกคนที่ประเมินมารวมลงในแบบวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์เพื่อหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถามดังนี้

1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

2 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

เมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ทำการตรวจสอบความแม่นยำเชิงเนื้อหาและได้ให้คำแนะนำในการปรับแก้ไข หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขตามคำแนะนำ จนได้

แบบสอบถามที่มีความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหา โดยผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามกับจุดประสงค์ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกข้อ โดยมีค่า IOC เท่ากับ 1.00 จากนั้นนำไปสู่กระบวนการตรวจสอบความเชื่อมั่น (reliability) ต่อไป

การหาค่าความเชื่อมั่น (reliability)

ภายหลังจากที่นำเครื่องมือแบบสอบถามไปผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว จะนำแบบสอบถามมาทดสอบความเชื่อมั่นโดยผู้วิจัยได้เลือกจังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ในการทดสอบเครื่องมือ และนำไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาความค่าความเชื่อมั่นจำนวน 30 ชุด การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970 : 215) โดยเลือกข้อที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .996 (ภาคผนวก ค) ซึ่งถือว่าแบบสอบถามชุดนี้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิเคราะห์สถิติพรรณนาขั้นพื้นฐาน (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ในการวัดคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ในส่วนสถิติพรรณนาตรวจสอบแบบจำลองสมมติฐานความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ (Structural Model) เพื่อทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit) ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยอาศัยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นหรือ โมเดล โดยใช้หลักการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) หาค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และค่าอิทธิพลรวม (Total Effect) ของการจัดการเปลี่ยนแปลง คุณภาพการบริการ การจัดการความรู้ การจัดการนวัตกรรม และองค์กรแห่งความเป็นเลิศ มีการค้นหาปัจจัยของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ในตัวแปรแต่ละตัว

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 75.95 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 24.05ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 36-45 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองลงมาอายุ 26-35 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 27.84 ลำดับที่สามต่อมาอายุ 46-55 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 25.68 ลำดับที่สี่มีอายุ 56-60 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 10.27 ตามลำดับ และลำดับสุดท้ายอายุ 18-25 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 3.51 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 515 คน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามสมรส จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 59.73 รองลงมาโสด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 25.68 และลำดับสุดท้ายหม้าย/อยู่ยาร้าง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 14.59 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 515 คน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามการจบการศึกษาระดับ อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 180 คนคิดเป็นร้อยละ 35.13 รองลงมา การจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน

คิดเป็นร้อยละ 33.79 ลำดับที่สาม จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 20.54 และลำดับสุดท้าย จบการศึกษามากกว่าหรือเทียบเท่า ระดับ ปริญญาโทจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 10.54 ตามลำดับมีระดับรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000-15,000 บาท จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 55.68 รองลงมามีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเฉลี่ย 15,001-20,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 33.53 รองลงมามีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาทจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 5.98 รองลงมามีระดับรายได้ 25,001-30,000 คนจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และลำดับสุดท้ายมีระดับรายได้เฉลี่ย < 30,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ จากผลการวิจัยความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับสูงเมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าทุกปัจจัยอยู่ในระดับสูงเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับจากระดับสูงสุดไปต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ ($\bar{x}=3.958, S.D.=0.674$) ด้านนวัตกรรมองค์กร (Organizational innovation) ($\bar{x}=3.955, S.D.=0.749$) ด้านโครงสร้าง

พื้นฐานทางดิจิทัล ($\bar{x}=3.908$, S.D.=0.747) ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive advantage) ($\bar{x}=3.886$, S.D. = 0.947)

จากผลการวิจัยที่วิเคราะห์ พบว่าในแต่ละตัวแปรที่อยู่ในโมเดลว่าเป็นองค์ประกอบที่แท้จริงตามทฤษฎีและแนวคิดที่ได้ตรวจสอบมาโดยทำการวิเคราะห์โมเดลการวัดด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปตามโมเดลการวัดปัจจัยความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ปัจจัยด้านทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีและปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันพบว่าโมเดลการวัดตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันพิจารณาจากค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนประกอบด้วย $\chi^2=92.952$, $df=57$, $P\text{-value}=0.002$, $CMIN/DF=1.631$, $CFI=0.987$ น้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.400-0.862 และมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ (R^2 อยู่ระหว่าง

0.672-0.764) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่าสูงสุดได้แก่ด้านปัจจัยการทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ รองลงมาคือด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี องค์การอันดับสุดท้ายคือด้านปัจจัยการได้เปรียบทางการแข่งขันตามลำดับ

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่าทุกปัจจัยอยู่ในระดับสูงเช่นกัน โดยสามารถเรียงลำดับจากระดับสูงสุดไปต่ำสุดได้ดังนี้ ด้านทักษะและความรู้ทางด้านดิจิทัลของผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรมองค์กร จากงานวิจัยของอนุวัต สงสม (2562) พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการตลาด ด้านกลยุทธ์ ด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในภาพรวมของวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งนอกจากจะทำให้วิสาหกิจรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้แล้ว ลูกค้าอาจมีการแนะนำและบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้วิสาหกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น และจากผลงานวิจัยของ รุ่งทิพา ภิรมย์ อรพิน

สันติธีรากุล และเชมกร ไชยประสิทธิ์ (2565) พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถทางดิจิทัลอยู่ในระดับมาก และมีผลต่อความร่วมมือในการปรับเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลเช่นกัน ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัล สอดคล้องกับ ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี (2565) ซึ่งได้ระบุไว้ในงานวิจัยเช่นกันว่าการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จยังขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่มีคุณภาพสูง ระบบฐานข้อมูลที่มีการเชื่อมต่อเป็นศูนย์กลาง การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมในด้านการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี และกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ รวมถึงความปลอดภัยจากอาชญากรรมไซเบอร์ การผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัลให้เป็นรูปธรรม จึงขึ้นอยู่กับนโยบายและแผนงานของแต่ละประเทศซึ่งยังเป็นเรื่องท้าทายโดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนที่ยังมีความแตกต่างทางบริบทในแต่ละประเทศ ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปตาม โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) พบว่าตัวชี้วัดทั้งหมดผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และสรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์นี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical data) สอดคล้องกับปองพล วงศ์วิศิษฐ์ และคณะ (2565) ผลการ

วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่าปัจจัยภายในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความสามารถในการบริหารเพื่อก้าวสู่เศรษฐกิจดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาด้วยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัยและความคิดเห็นจากการวิพากษ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ในศึกษาวิจัย ครั้งต่อไปควรเลือกวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มพนักงานที่มีความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ ศาสนา และพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อมูลนี้จะได้จึงจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจต่อไป

2. ผู้ประกอบธุรกิจควรศึกษาวิเคราะห์ ถึงความเป็นไปได้ ในการขยายสาขาทำเลที่ตั้งให้ครอบคลุมด้านการบริหารงานซึ่งครอบคลุมในด้านการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- ชญาพัฒน์ เลิศอำนาจกิจเสรี. (2565). เศรษฐกิจดิจิทัล: การเกิดและพัฒนาการ. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 10(5), 2273-2283.
- ปองพล วงศ์วิศิษฐ์ ศิริมา วิภาตวรรณ วราพร วรณะพันธุ์ และดวงพร สุพรรณเพ็ชร. (2565). ปัจจัยความสามารถในการบริหารเพื่อเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัล. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 11(2), 213-227.
- พาริตา มะ, ชญานิศ ประทุมรัตน์ และเพชรภรณ์ วงศ์หลวง. (2567). ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 13(1), 61-77.
- รุ่งทิวา ภิรมย์ อรพิน สันติธีรากุล และเชมกร ไชยประสิทธิ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ในการปรับเปลี่ยนธุรกิจด้วยดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 8(3). 1-14.
- อนวัต สงสม. (2562). ผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 12(3), 821-835.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Henry, M. (1989). *On management: inside our strange world of organizations*. New York: Free Press.
- Likert, R. (1932). A technique for measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 5-55.
- Von Bertalanffy, L. (1968). *General System Theory: Foundations, Development*. New York: George Braziller.