

กลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่

ESSENTIAL STRATEGIES FOR MODERN ENTREPRENEURS

พรชกร บัวรุ่ง

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ขององค์กร และนำไปปฏิบัติได้ 2) เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนในการทำกลยุทธ์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้ 3) เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการ ยุคใหม่ เพื่อความอยู่รอดขององค์กร โดยในการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ และขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ การติดตามผลการปฏิบัติงาน การทบทวนข้อมูลย้อนกลับ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 370 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับขั้นตอนของกลยุทธ์ ตั้งแต่ขั้นตอนแรก จนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ การติดตามผลการปฏิบัติงาน การทบทวนข้อมูลย้อนกลับ และเมื่อพิจารณาอย่างละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า และสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม เพื่อให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า และสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม เพื่อให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดี และประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการได้อย่างสูงสุด

คำสำคัญ : ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์; การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่; กลยุทธ์ 6 นานน้ำ

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to investigate the organizational strategies and the implementation, 2) to know steps to implement the organizational strategies, and 3) to know necessary strategies for modern entrepreneurs to achieve organizational survival. This study focused on exploring personal factors such as gender, age, educational level and occupation. The process of formulating strategies included environmental analysis, business analysis techniques, strategy implementation, performance tracking, and feedback review. The population of this research was employees working in organizations that use business strategies. The sample consisted of 370 respondents. Online questionnaire was used as an instrument for data collection. Data collected were

then analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results of this study indicated that most of the respondents were female, between 31-40 years old, graduated with a bachelor's degree, and worked as a private employee. The process of formulating strategies showed that the respondents prioritized overall process of formulating strategies at a high level. Therefore, organizations should pay their attention to the process of formulating strategies from the first to the last steps, consisting of environmental analysis, business analysis techniques, strategy implementation, performance tracking, and feedback review. When individual aspects were considered, an aspect with the highest mean was work environment. In terms of necessary strategies for modern entrepreneurs, it was found that the respondents prioritized customer-oriented strategies and innovative differentiation strategies to achieve competitive advantage at a high level. Therefore, organizations should focus on customer-oriented strategies and innovative differentiation in order to enhance organizational performance and to maximize successful business operation.

Keywords: Process of formulating strategies; Modern entrepreneurship; Six Principles of Blue Ocean Strategy

บทนำ

เมื่อธุรกิจเริ่มเจริญเติบโต สิ่งก็ตามมาคือ การขยายตัวขององค์กร ลูกค้า พนักงาน กำลังการผลิต และการใช้เงินทุนส่งผลให้ผู้ประกอบการที่กำลังจะผันตัวเองไปเป็นผู้ประกอบธุรกิจนั้นต้องเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงโดยขาดแนวคิดหรือกรอบความคิดทางธุรกิจ อาจจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไร้ทิศทาง บางครั้งต้องคาดหรือเดา อีกทั้งต้องฟันฝ่าอุปสรรคนานัปการ เพื่อให้ธุรกิจของตนเองอยู่รอดในความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Gartner and Bellamy, 2010) และในยุคโลกาภิวัตน์ทำให้โลกดูเหมือนแคบลงทุกวัน การเคลื่อนย้ายสินค้า เงินทุน แรงงานและข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างเสรี (Ferrell, et. al. 2011) ปัจจัยเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการยุคใหม่ และจะมีมากขึ้นโดยเฉพาะกับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่กำลังจะก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ที่กำลังมองหาโอกาสปรับเปลี่ยนธุรกิจจากการเป็นผู้รับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์ไปเป็นผู้ออกแบบและผู้สร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในอนาคต เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่ตามมา (Hatten, 2009) ผลกระทบนี้อาจจะเป็นทั้งผลเชิงบวกและผลเชิงลบได้ ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้กลยุทธ์ของผู้ประกอบการและการเตรียมความพร้อมของแต่ละองค์กรเป็นสำคัญ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่อง "กลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่" ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับ การกำหนดกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ โดยใช้ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ หรือกลยุทธ์ 6 นาน้ำ ประกอบด้วย 1. กลไกการแข่งขันด้านราคา 2. การมุ่งเน้นลูกค้าและการสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม 3. คุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม 4. การจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องขององค์กร 5. กระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ และ 6. การสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจด้วยองค์ความรู้ที่หลากหลาย เพื่อจะทราบว่าในองค์กรแต่ละองค์กรนั้น มีการใช้กลยุทธ์แบบใด และกลยุทธ์ใดที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในภาวะปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ประกอบการจะสามารถนำ

ข้อมูลด้านกลยุทธ์ที่ทำการศึกษาไปปรับใช้ในการวางกลยุทธ์ขององค์กรได้ตรงจุด ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ขององค์กร และนำไปปฏิบัติได้
2. เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอนในการทำกลยุทธ์ และสามารถนำไปปฏิบัติได้
3. เพื่อให้ทราบถึงกลยุทธ์ที่จำเป็นต่อผู้ประกอบการยุคใหม่ เพื่อความอยู่รอดขององค์กร

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ขอบเขตการศึกษาวิจัยด้านประชากรของการวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการใช้กลยุทธ์ในเขตห้วยขวาง

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษากลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ จำแนกตามปัจจัยต่างๆ รวมไปถึงศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ
 - 1.2 ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ ประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจ การปฏิบัติตามกลยุทธ์ การติดตามผลการปฏิบัติงาน การทบทวนข้อมูลย้อนกลับ
2. ตัวแปรตาม
 - 2.1 กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับความรู้ถึงความคิดเห็นของพนักงานและผู้บริหารเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้
2. เป็นข้อมูลสนับสนุนเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่ใช้ในองค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ จำนวน 370 คน โดยในการวิจัยผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 : ข้อคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์
- ส่วนที่ 3 : ข้อคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 370 ชุด ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจะนำไปวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. ค่าความถี่หรือการแจกแจง (Frequency) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ
2. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ
3. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ
4. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ และกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน

ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ โดยรวมในระดับมากและเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ โดยรวมในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลยุทธ์การมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า และสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม เพื่อให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด

สรุปและวิจารณ์ผล

จากผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ พบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ในส่วนของเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกคำตอบอย่างหลากหลาย ทั้งนี้ ในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 370 คน ไม่มีผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี และไม่มีผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 60 ปีและมีการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก
 - 2.1 ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของชัยยุทธ เลิศพาชิน (2554) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ดียังต้องมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลง ทันสมัย ทันกับเหตุการณ์ มีความเหมาะสมที่จะใช้แก้ปัญหาตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2.2 ด้านเทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของวรรณวิษา วรฤทธิรักษา (2555) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรกรณีศึกษา องค์กร This Work จำกัด ได้กล่าวถึงเทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจไว้ว่า การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่เป็นไปได้ไม่ยาก การบริการอื่นทดแทนสามารถมีขึ้นได้ง่าย หากมีนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้น อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค หากองค์กรสามารถทำความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าได้ในระดับหนึ่ง เมื่อลูกค้าได้รับข้อเสนอที่ถูกต้องแล้วก็เลือกที่จะจ้างองค์กรนี้ อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต องค์กรจำเป็นที่จะต้องอาศัยซัพพลายเออร์สินค้า วัสดุ อุปกรณ์ หลายอย่าง สภาพการณ์ของการแข่งขัน คู่แข่งสามารถทำอะไรก็ได้ที่ใกล้เคียงกับองค์กร ถ้ายังเป็นคู่แข่งในระดับเดียวกัน องค์กรนั้นๆ องค์กรใดจะสามารถสร้างผลงานให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าได้

2.3 ด้านการปฏิบัติตามกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของปีเตอร์ส มาลากุล ณ อยุธยา (2551) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management ได้กล่าวถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ไว้ว่า ในการพิจารณากำหนดโครงการเพื่อบรรลุลงในแผนปฏิบัติการสำหรับที่จะนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัตินั้น นอกจากจะต้องคิดถึงโครงการที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้แล้ว ก็ยังต้องคำนึงถึง โครงการและกิจกรรมสำหรับการที่จะปรับเปลี่ยน พัฒนาขีดความสามารถขององค์กรให้สามารถที่จะนำแผนกลยุทธ์นั้นไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จ

2.4 ด้านการติดตามผลการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของปีเตอร์ส มาลากุล ณ อยุธยา (2551) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management ได้กล่าวถึงการติดตามผลการปฏิบัติงานไว้ว่า การติดตามประเมินผล นอกจากจะช่วยให้ทราบถึงความสำเร็จก้าวหน้าของงานแล้ว ก็ยังเป็นการกระตุ้นและจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานได้รับกลยุทธ์ไปปฏิบัติด้วย นอกจากนี้ การได้เรียนรู้ถึงผลสำเร็จหรือล้มเหลว ตลอดจนข้อผิดพลาดต่างๆ ก็ยังเป็นส่วนของกระบวนการเรียนรู้ขององค์กร

2.5 ด้านการทบทวนข้อมูลย้อนกลับ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของบุษกร คำโฮม (2560) ได้ศึกษาเรื่องผลของข้อมูลย้อนกลับด้านลบที่มีต่อความตั้งใจในการปรับปรุงงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย ได้กล่าวถึงการทบทวนข้อมูลย้อนกลับไว้ว่า การให้ข้อมูลย้อนกลับเป็นเครื่องมือด้านการจัดการอย่างหนึ่งที่องค์กรและผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญและนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน

3. กลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

3.1 กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของณัฐกนก รัตนางกูร (2552) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวถึงกลยุทธ์ด้านราคาไว้ว่า ราคานั้นว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับมาก การตั้งราคาสินค้ามีราคาที่ใกล้เคียงกับสินค้าตามท้องตลาดโดยทั่วไปนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก

3.2 กลยุทธ์มุ่งเน้นลูกค้าและการสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของพีรภาว ทีวีสุข (2555)

ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ซื้อต่อการประเมินภายหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการประเมินภายหลังการซื้อของผู้ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลมากที่สุด และผู้ประกอบการยังได้เห็นถึงความสำคัญในเรื่องการมุ่งเน้นความเป็นเลิศและนำเสนอสินค้าที่ดีกว่าคู่แข่งในแต่ละตลาดเป้าหมายส่งผลให้สามารถใช้จุดเด่นของคุณภาพผลิตภัณฑ์ในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า

3.3 กลยุทธ์มุ่งเน้นคุณธรรม จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของซานิตซ์ หนูนิล วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และจันทนา แสนสุข (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์: การศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยองค์กรอาศัยกลยุทธ์ต่างๆ ในการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้น รวมทั้ง การใช้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างความได้เปรียบ ซึ่งสอดคล้องกับที่ได้อธิบายไปก่อนหน้านี้ว่าปัจจุบันลูกค้าหันมาให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น องค์กรจึงต้องเพิ่มกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นรายอื่น

3.4 กลยุทธ์ในการจัดการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีสมรรถนะในการดำเนินงานที่สูงขึ้น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของธีรพร ทองชะโฮด (2556) ได้ศึกษาเรื่องโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การกำกับดูแลกิจการ การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์: การทบทวนวรรณกรรม ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย มีความสัมพันธ์ต่อการดำเนินการด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียยังมีผลต่อการสร้างให้เกิดการกำกับดูแลกิจการที่ดีในบริษัท

3.5 กลยุทธ์กระบวนการดำเนินงานที่มีระบบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของชัยยุทธ เลิศพาชิน (2554) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ดีต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้นำระดับสูงขององค์กร มีการนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการอย่างจริงจัง สอดคล้องกับพันธกิจเป้าหมาย จุดประสงค์ขององค์กร

3.6 กลยุทธ์การสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจด้วยองค์ความรู้ที่หลากหลาย โดยนำมาบูรณาการร่วมกันอย่างสมดุล โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้อมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีของทรงวัฒน์ เฉลิมวณิชกุล (2559) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่ทุกรายเลือกใช้กลยุทธ์การเติบโตในกลยุทธ์ระดับองค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางการเติบโตของธุรกิจ ในผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ขนาดกลางมีโอกาสในการขยายตลาดไปในกลุ่มพื้นที่ต่างๆ ตามนโยบายภาครัฐ และผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ขนาดเล็กมีโอกาสเพิ่มสินค้า

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ในส่วนของการขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญเกี่ยวกับขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสนใจเกี่ยวกับขั้นตอนของกลยุทธ์ ตั้งแต่ขั้นตอนแรก จนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เทคนิคการวิเคราะห์ธุรกิจ การปฏิบัติการตามกลยุทธ์ การติดตามผลการปฏิบัติงาน การทบทวนข้อมูลย้อนกลับ เพื่อให้องค์กรใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการได้อย่างสูงสุด เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน ดังนั้น เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการได้อย่างสูงสุด องค์กรจะต้องพิจารณารายละเอียดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อองค์กรมากขึ้น เพราะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร หรือเรียกอีกอย่างว่าเป็นสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ประกอบด้วย กลุ่มคู่แข่ง กลุ่มผู้ส่งมอบ กลุ่มลูกค้า กลุ่มผู้ให้เงินกู้ กลุ่มผู้ถือหุ้น กลุ่มบุคลากร กลุ่มสหภาพแรงงาน กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มชุมชน และรัฐบาล เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาโดยละเอียดเพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และเป้าหมายจุดประสงค์การดำเนินการขององค์กรได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ในส่วนของการกลยุทธ์ที่จำเป็นของผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่า ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรที่มีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า และสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม เพื่อให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้า และสร้างความแตกต่างด้วยนวัตกรรม เพื่อให้โดดเด่นเหนือคู่แข่ง เพื่อให้องค์กรมีผลประกอบการที่ดี และประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการได้อย่างสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ (Essential Strategies For Modern Entrepreneurs) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา BUS7096 การค้นคว้าอิสระ ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Modern Leaders Program) รุ่นที่ 10 ผู้จัดทำใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สุจิตรา จันทนา ที่กรุณาให้คำชี้แนะ คำปรึกษา รวมถึงให้ความช่วยเหลือ ดูแลและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ตลอดจนตรวจหาข้อผิดพลาดและเรียบเรียงเนื้อหาให้ถูกต้องจนกระทั่งเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ และขอขอบพระคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่กรุณาให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือในการทำงานครั้งนี้ รวมถึงขอบคุณครอบครัว พี่ๆ และเพื่อนๆ รวมถึงทุกคนที่คอยให้คำปรึกษาและกำลังใจในการทำงานครั้งนี้จนสำเร็จด้วยดีตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- เกศวิฑู ทิพย์ศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- จิราภรณ์ สุขอินทร์. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล บรรยากาศองค์การ ความผูกพันต่อองค์การ และความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชวิศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การศึกษาอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐกนก รัตนากร. (2552). การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุษกร คำโฮม. (2560). ผลของข้อมูลย้อนกลับด้านลบที่มีต่อความตั้งใจในการปรับปรุงงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานเจนเนอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- พรนภา เบียมไชย สุภาพร คูพิมาย และสุภิญญา อุนกานนท์. (2558). กลยุทธ์และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. งานวิจัยคณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พีรภรณ์ ทวีสุข. (2555). อิทธิพลของกลยุทธ์การตลาดและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้ซื้อต่อการประเมินภายหลังการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย. บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วรรณวิษา วรฤทธิงภา. (2555). การศึกษาปัญหาและกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรกรณีศึกษา องค์กร This Work จำกัด. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ศรัณญา เชื้อมั่ง. (2545). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของไทยที่ประสบความสำเร็จในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ: ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุเล่าธุรกิจ SMEs. ภาคนิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- อภิชาติ คุณวัฒน์บัณฑิต (2561). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชากฎหมายมหาชน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- หนังสือวารสาร
กิตติมา คงโต. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจ Introduction to Business. เอกสารประกอบการเรียนการสอน, วิทยาลัยชุมชนระนอง.

- กิติมา สุรสุนธิ. (2541). **ความรู้ทางการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จินตนา บุญบงการ และณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชัยยุทธ เลิศพาชิน. (2554). **กลยุทธ์สำหรับการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนตุลาคม 2555-มกราคม 2556, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- दनัย จันทร์เจ้าฉาย. (2553). **กลยุทธ์หน้าหน้าสีขาว**. กรุงเทพมหานคร : ดีเอ็มจี.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2550). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. ลำปาง : บรรณกิจการพิมพ์.
- _____. (2555). **การเป็นผู้ประกอบการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเลิศ เย็นคงคาและคณะ. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : วี.เจ.พรินต์ติ้ง.
- ป๋นรสม มาลากุล ณ อยุธยา. (2551). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management**. สถาบันพัฒนา
นโยบายและการจัดการ คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยฉัตร จันทิวา. (2546). **แนวทางการบริหารธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จตามทัศนะของผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล "อุตสาหกรรมดีเด่น" /**. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- พวงรัตน์ เกษรแพทย์. (2543). **การวางแผนกลยุทธ์สำหรับนักศึกษา**. กรุงเทพฯ : สุวีริยา ลาสัน.
- พัชรภรณ์ เลขยันต์. **สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ**. เอกสารประกอบการเรียนวิชา การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างธุรกิจใหม่. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2545). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ : บริษัท วัสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- สุพาดา สิริกุดตา. (2556). **กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน**. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตรศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุพานี สฤษฏีวานิช. (2552). **พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่:แนวคิดและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 7)**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุมาลี จิระจรัส. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- สำนักงานรางวัลคุณภาพแห่งชาติ. (2554). **TQA Criteria for Performance Excellence 2553-2554**.
กรุงเทพฯ : ศิวาโกลด์ มีเดีย.
- สำนักงานส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สื่ออิเล็กทรอนิกส์**

- _____. (2556) *Business Environment*. ค้นหามือ 7 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <http://mseksan.blogspot.com/2013/12/3-e-environment.html>
- _____. กลยุทธ์. ค้นหามือ 7 เมษายน 2563, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/กลยุทธ์>
- _____. ผู้ประกอบการ. ค้นหามือ 7 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/ผู้ประกอบการ>
- _____. องค์กร. ค้นหามือ 7 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/องค์กร>
- _____. องค์กร. ค้นหามือ 7 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://www.im2market.com/2015/12/12/2175>