

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พลวัตของการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันทวีความรุนแรงและความไม่แน่นอนอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงในมิติเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ซึ่งมีปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญประการหนึ่ง คือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Advancement) ซึ่งหมายถึง การประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เครื่องมือ และกระบวนการต่าง ๆ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการดำเนินงานขององค์กร การพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล (ศิรินุช ลอยกุลนันท์ และสุณิศา คงเขียว, 2564) ประกอบกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจมีความหลากหลายและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันเช่นนี้ ปัจจัยที่เอื้อต่อการอยู่รอดของธุรกิจประกอบด้วยองค์ประกอบหลากหลายมิติ อาทิ กลยุทธ์การตลาด การจัดการทางการเงิน และการบริหารจัดการองค์กร (Siti Nuraeni, 2023) ยิ่งไปกว่านั้น ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention) ยังถูกชี้ให้เห็นว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อความอยู่รอดและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Uzoma, 2021; กนกกาญจน์ คำบุญชู และธนัสสา โรจนตระกูล, 2565)

ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมิได้ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ และการรับรู้ของปัจเจกบุคคลเท่านั้น (Kromidha et al., 2022) หากแต่ยังมีปัจจัยสนับสนุนอื่น ๆ ทั้งจากภายในและภายนอกที่ส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจประการแรก ความพร้อมของทรัพยากร (Resource Readiness) ที่เป็นการครอบครองทรัพยากรที่เพียงพอและเหมาะสมทั้งในด้านวัสดุอุปกรณ์ บุคลากร เทคโนโลยี และเงินทุน (Agustia et al., 2022) ประการที่สอง ประสบการณ์การเรียนรู้ (Learning Experience) ที่ได้รับทั้งจากการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจและการฝึกปฏิบัติ เช่น การฝึกงานหรือการได้รับคำปรึกษา ซึ่งช่วยหล่อหลอมทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการประกอบการ ประการที่สาม การเติบโตของเทคโนโลยี (Technology Growth) ที่ก่อให้เกิดโอกาสใหม่ ๆ ในการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและบริการ โดยความรู้ด้านดิจิทัล (Digital Literacy) จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจให้ผู้ประกอบการในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Hasan et al., 2023) และประการสุดท้าย การสนับสนุนจากภาครัฐ (Government Support) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการจัดสรรทรัพยากรและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ การเข้าถึงแหล่ง

เงินทุนและการกำหนดกฎระเบียบที่เป็นมิตรต่อผู้ประกอบการ เพื่อลดอุปสรรคและส่งเสริมการเติบโตอย่างยั่งยืน (Yustian, 2021)

ในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการมุ่งแสวงหาโอกาสเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในตลาด ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า คู่แข่ง ซัพพลายเออร์หรือพนักงาน ซึ่งการตอบสนองดังกล่าวสามารถสะท้อนผ่านตัวชี้วัดต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพการขาย การเจาะตลาด และผลตอบรับของผู้บริโภค (ชลกนก โฆษิตคณิน และวรเทพ ตรีวิจิตร, 2564) การวิเคราะห์การตอบสนองของตลาด (Market Responsiveness) อย่างเป็นระบบจะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับแต่งกลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างหลักประกันถึงความสำเร็จและความอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันที่ไม่แน่นอน (Abrokwhah-Larbi, 2024; Jain, 2023) ความอยู่รอดของธุรกิจสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งหมายถึงความสามารถในการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านขององค์กร (Patrisia, Linda, and Abror, 2022) ธุรกิจสามารถสร้างความเหนือกว่าได้ด้วยการเสริมสร้างขีดความสามารถที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบ การผลิต หรือการตลาด (Al-Khatib and Al-ghanem, 2022) นอกจากนี้ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการร่วมสมัยนิยมประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation) ในฐานะกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ แนวคิดดังกล่าวเปิดโอกาสให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าหรือบริการร่วมกับผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตลอดจนก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายอย่างยั่งยืน (Gao et al., 2022; Gokce et al., 2023)

การศึกษานี้มุ่งเน้นบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และมีความหลากหลายทั้งในด้านขนาดและระดับการเติบโต SMEs ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานสำคัญในการผลิต การแปรรูปหรือแปรรูปสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (สุมาลี ศรีลาพัฒน์ และคณะ, 2563) โดย SMEs มีบทบาทเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมไทยผ่านการสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจ จากการประกอบธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดทางเลือกในสินค้าและบริการที่เพิ่มมากขึ้นสำหรับผู้บริโภค ตลอดจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่ผลิตภายในประเทศ และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งส่งผลให้เกิดการจ้างงานและกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจไปยังทุกภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้ SMEs ยังมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการและการแข่งขันของประเทศโดยรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ธุรกิจร้านอาหารถือเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทหนึ่งที่มีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยหนุนจากพฤติกรรมของคนไทยที่

นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบันเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ทยอยเข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดร้านอาหารรายย่อย อันเป็นผลมาจากการลงทุนที่ไม่สูงมากนักและระยะเวลาคืนทุนที่ค่อนข้างสั้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2568)

อุตสาหกรรมบริการอาหารในประเทศไทยถือเป็นฟันเฟืองหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจมหภาค โดยในปี 2568 มูลค่าตลาดรวมของธุรกิจร้านอาหารพุ่งสูงถึง 562,000 ล้านบาท สะท้อนถึงกำลังซื้อและการขยายตัวของภาคการบริโภคที่ยังคงมีเสถียรภาพ เมื่อพิจารณาโครงสร้างตลาดสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มหลักที่มีลักษณะการดำเนินงานและกลยุทธ์ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ (1) กลุ่ม Chain Restaurant หรือเครือข่ายร้านอาหารที่มีลักษณะและรูปแบบเหมือนหรือคล้ายกัน เช่น ธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งมีมูลค่าตลาด 209,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 1.1 และ (2) กลุ่ม Non-chain Restaurant หรือธุรกิจร้านอาหารทั่วไปที่มีรูปแบบเฉพาะตัว มีมูลค่าตลาด 353,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 2.7 – 4.7 โดยคาดว่าธุรกิจร้านอาหารจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะร้านอาหารที่มีแนวคิดในการตอบสนองวิถีชีวิตคนเมืองที่นิยมความรวดเร็ว สะดวกสบาย มีเวลาจำกัด แต่ยังคงต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมถึงการให้บริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้เวลาบนสังคมออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในยุค 4.0 ซึ่งผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการตลาดและเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจนั้น การเรียนรู้พฤติกรรมวิถีชีวิตของผู้บริโภคจึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ตามกระแส Global Mega Trends ที่ทั่วโลกให้ความสนใจ ด้วยเหตุนี้ การแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจร้านอาหารและการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง ทำให้เล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารให้มีความเข้มแข็ง สามารถแข่งขันได้ และเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2568)

การศึกษาแนวโน้มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (2567) ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมร้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงปี พ.ศ. 2567-2569 โดยคาดการณ์อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมอยู่ที่ร้อยละ 4.0-5.0 ต่อปี ส่งผลให้มีมูลค่าตลาดรวมอยู่ระหว่าง 275,000 ถึง 300,000 ล้านบาท การเติบโตดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หากแต่เป็นผลจากการขับเคลื่อนร่วมกันของแรงผลักดันทั้งจากด้านอุปสงค์ (Demand Side) และด้านอุปทาน (Supply Side) ซึ่งต่างส่งเสริมซึ่งกันและกัน ในส่วนของปัจจัยทางด้านการอุปสงค์ แรงขับเคลื่อนหลักประการแรกมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจมหภาค โดยเฉพาะการทยอยปรับตัวดีขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในช่วงปี 2568-2569 ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยฟื้นฟูกำลังซื้อของผู้บริโภคให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง ขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวที่กลับมาฟื้นตัวก็เป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะจากจีน มาเลเซีย และเกาหลีใต้ ที่

คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศของภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยเพิ่มเม็ดเงินหมุนเวียนและขยายฐานลูกค้าให้แก่ธุรกิจร้านอาหารในวงกว้าง นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมผู้บริโภคยังเป็นตัวเร่งสำคัญ กล่าวคือ หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 คลี่คลายลง ผู้บริโภคมีแนวโน้มกลับมาใช้ชีวิตและจับจ่ายใช้สอยนอกบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะการรับประทานอาหารที่ร้าน (Dine-in) ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวได้รับการเสริมแรงจากการขยายตัวของความเป็นเมือง (Urbanization) และบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ทำหน้าที่เป็นทั้งพื้นที่ในการแนะนำร้านอาหารใหม่ๆ และช่องทางในการนำเสนอสิทธิพิเศษต่างๆ อันเป็นการกระตุ้นความต้องการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากแรงขับเคลื่อนจากผู้บริโภค ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากผู้ประกอบการหรือด้านอุปทาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยยกระดับขีดความสามารถและขยายโอกาสทางธุรกิจอีกทางหนึ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะระบบขนส่งสินค้าแบบควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain Logistics) ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรักษาคุณภาพและความสดใหม่ของวัตถุดิบและอาหารได้ยาวนานขึ้น ลดข้อจำกัดด้านระยะทาง และเอื้อต่อการขยายสาขาหรือเปิดร้านอาหารในพื้นที่ที่ห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบเดิม ในขณะเดียวกัน การขยายตัวอย่างต่อเนื่องของผู้ให้บริการแอปพลิเคชันส่งอาหาร (Food Delivery Application) ซึ่งมีการพัฒนา Features ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคได้เปิดช่องทางให้ร้านอาหารสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่นิยมสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ และสุดท้ายคือการขยายสาขาของธุรกิจค้าปลีก (Retail Business) ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กที่กระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งนับเป็นช่องทางสำคัญที่ทำให้ร้านอาหารสามารถขยายกิจการไปพร้อมกับธุรกิจค้าปลีกดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านอุปทานเหล่านี้ได้เข้ามาช่วยเติมเต็มระบบนิเวศทางธุรกิจ (Business Ecosystem) ทำให้ร้านอาหารสามารถดำเนินกิจการได้อย่างคล่องตัวและมีศักยภาพในการเติบโตมากยิ่งขึ้น

จากสถานการณ์การแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมของประเทศไทยดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นไปที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญและมีลักษณะเฉพาะที่นำไปสู่ประเด็นการศึกษาที่น่าสนใจ โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยประกอบด้วย 20 จังหวัด มีเนื้อที่มากที่สุดของประเทศประมาณ 168,854 ตารางกิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 33.17 หรือประมาณหนึ่งในสามของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2567 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประชากรประมาณ 21,781,418 คน (ธนัญญ์ เนียมหอม และสมจิตร ล้วนจำเริญ, 2565) ประชากรในภูมิภาคนี้เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นเขตพื้นที่ที่มีสถานศึกษาจำนวนมาก อีกทั้งภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามา

มากกว่า 5 ล้านคนต่อปี สูงเป็นอันดับ 1 ของภาคอีสาน ส่งผลให้คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ปัจจัยเชิงบวกดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกจากกรุงเทพมหานครเล็งเห็นโอกาสในการขยายธุรกิจเข้ามาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นห้างแม็คโคร ห้างบิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างเทสโก้ โลตัส ศูนย์การค้าเทอร์มินอล 21 ศูนย์การค้าเดอะมอลล์ หรือศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า รวมถึงการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านอาหารแบบเครือข่าย (Chain Restaurant) จากส่วนกลางที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ อาทิ การแข่งขันด้านราคา ความหลากหลายของเมนู มาตรฐานการให้บริการ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีงบประมาณสนับสนุนสูง ในขณะที่ร้านอาหารท้องถิ่นซึ่งส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ทั้งในด้านเงินทุน บุคลากร และเทคโนโลยี สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการดำรงอยู่ของธุรกิจท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการร้านอาหารในพื้นที่ที่มีข้อได้เปรียบถึงความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อสร้างความแตกต่างและคุณค่าร่วมกับลูกค้าได้ การศึกษาถึงปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต่อการศึกษาวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ยังคงมีช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ กล่าวคือ งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งศึกษาปัจจัยแบบแยกส่วน ขาดการทดสอบเชิงประจักษ์ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ การศึกษาบทบาทของการสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation) ในฐานะตัวแปรกำกับยังคงมีอยู่อย่างจำกัดและยังไม่หลากหลายเพียงพอ ด้วยเหตุนี้ การศึกษารุ่นนี้จึงได้บูรณาการกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่สำคัญ ประกอบด้วย ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เพื่ออธิบายความตั้งใจของผู้ประกอบการ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) และแนวคิดความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) เพื่อวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงแนวคิดทิศทางตลาด (Market Orientation) เพื่อทำความเข้าใจการตอบสนองต่อตลาด จากช่องว่างดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเหล่านี้อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่ชัดเจนและเป็นแนวทางเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้ผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจร้านอาหารสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ความพร้อมของทรัพยากร ประสิทธิภาพการเรียนรู้ การเติบโตของเทคโนโลยี การสนับสนุนของรัฐบาลส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอย่างไร

1.2.2 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

1.2.3 การตอบสนองของตลาดส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

1.2.4 ความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอย่างไร

1.2.5 การสร้างคุณค่าร่วมมีอิทธิพลในฐานะตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ การตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอย่างไร

1.2.6 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยส่งผ่านการตอบสนองของตลาดและความได้เปรียบในการแข่งขันในฐานะตัวแปรคันกลางอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความพร้อมของทรัพยากร ประสิทธิภาพการเรียนรู้ การเติบโตของเทคโนโลยี และการสนับสนุนของรัฐบาลที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

1.3.2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.3.3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการตอบสนองของตลาดที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขัน

1.3.4 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.3.5 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความเป็นตัวแปรกำกับของการสร้างคุณค่าร่วมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ การตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

1.3.6 เพื่อทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการตอบสนองของตลาด และความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรคันกลาง

1.4 สมมติฐานการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความพร้อมของทรัพยากร ประสบการณ์การเรียนรู้ การเติบโตของเทคโนโลยี และการสนับสนุนของรัฐบาลที่มีต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H₁ ความพร้อมของทรัพยากรมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- H₂ ประสบการณ์การเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- H₃ การเติบโตของเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ
- H₄ การสนับสนุนของรัฐบาลมีอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H_{5a} ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการตอบสนองของตลาด
- H_{5b} ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
- H_{5c} ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อทดสอบอิทธิพลของการตอบสนองของตลาดที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H_{6a} การตอบสนองของตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
- H_{6b} การตอบสนองของตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H₇ ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อทดสอบอิทธิพลของความเป็นตัวแปรกำกับของการสร้างคุณค่าร่วมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ การตอบสนองของตลาด ความได้เปรียบในการแข่งขันกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H_{8a} การสร้างคุณค่าร่วมเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ การตอบสนองของตลาดและความได้เปรียบในการแข่งขัน
- H_{8b} การสร้างคุณค่าร่วมเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการตอบสนองของตลาด

- ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
- H_{8c} การสร้างคุณค่าร่วมเป็นตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 6 เพื่อทดสอบอิทธิพลทางอ้อมของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผ่านการตอบสนองของตลาดและความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลาง จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- H₉ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยมีการตอบสนองของตลาดเป็นตัวแปรคั่นกลาง
- H₁₀ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลาง

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

1.5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ครอบคลุมถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจร้านอาหาร ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ระหว่างปี 2562 – 2566 จำนวนทั้งสิ้น 13,431 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567)

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจร้านอาหาร ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากจำนวนประชากรทั้งหมด กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับข้อมูลที่วิเคราะห์ ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักของ Hair et al. (2019) ที่ระบุไว้ว่า โครงสร้างมีเจ็ดองค์ประกอบหรือน้อยกว่า หรือ ค่า Item Communalities อยู่ระหว่าง 0.45-0.55 ควรมีขนาดตัวอย่างเท่ากับ 300 ตัวอย่าง เพื่อให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างมีความเพียงพอต่อการทดสอบทางสถิติและลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงดำเนินการจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์การวิจัยเรื่อง การทดสอบเชิงประจักษ์ระหว่างความตั้งใจในการเป็น

ผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จึงกำหนด ตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดังนี้

- 1) ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Variables) ประกอบด้วย
 - (1) ความพร้อมของทรัพยากร (Resource Readiness)
 - (2) ประสบการณ์การเรียนรู้ (Learning Experience)
 - (3) การเติบโตของเทคโนโลยี (Technology Growth)
 - (4) การสนับสนุนของรัฐบาล (Government Support)
 - (5) ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention)
 - (6) การตอบสนองของตลาด (Market Response)
 - (7) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)
- 2) ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Variables) ประกอบด้วย
 - (1) ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Intention)
 - (2) การตอบสนองของตลาด (Market Response)
 - (3) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)
 - (4) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (Business Success)
- 3) ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variables) ประกอบด้วย
 - (1) การตอบสนองของตลาด (Market Response)
 - (2) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage)
- 4) ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) ประกอบด้วย
 - (1) การสร้างคุณค่าร่วม (Value Co-Creation)

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1.6.1 ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

งานวิจัยนี้มีส่วนสำคัญในการขยายขอบเขตองค์ความรู้ของทฤษฎีว่าด้วยความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการยืนยันความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างและอิทธิพลของตัวแปรต่างที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจภายในบริบทของอุตสาหกรรมบริการ ผลการวิจัยที่ได้ถือเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สำคัญ ซึ่งช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการที่แสดงให้เห็นว่าทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ในธุรกิจบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัวสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6.2 ประโยชน์ในเชิงระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี ซึ่งได้ช่วยพัฒนาต้นแบบของระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการวิเคราะห์เชิงลึกและการออกแบบกระบวนการเก็บข้อมูลในบริบทที่จำเพาะเจาะจง เครื่องมือวิจัยที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างเฉพาะนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยในอนาคต เนื่องจากสามารถนำกรอบแนวคิดและมาตรวัดที่พัฒนาขึ้นนี้ไปปรับใช้หรือเปรียบเทียบผลการศึกษากับบริบทอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้อย่างเป็นระบบ

1.6.3 ประโยชน์ในเชิงนโยบาย

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นแปรผันตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในแต่ละพื้นที่ที่สำคัญ องค์ความรู้ที่ได้จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการกำหนดนโยบายของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งมีพลวัตที่แตกต่างจากภาคการผลิตหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ หน่วยงานภาครัฐสามารถนำข้อมูลเชิงประจักษ์จากงานวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบายที่จำเพาะเจาะจง เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการได้อย่างตรงจุดมากยิ่งขึ้น

1.6.4 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารสามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศที่ได้จากงานวิจัยนี้เป็นแนวทางในการสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน รวมถึงใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพการแข่งขันจริงในอุตสาหกรรม เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่อไป

1.7 คำอธิบายศัพท์

1.7.1 นิยามศัพท์เฉพาะ

1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มีอิสระในการบริหารจัดการและมีอำนาจในการตัดสินใจโดยปราศจากการครอบงำจากองค์กรภายนอก กิจกรรมกลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะคือการดำเนินงานภายใต้ขีดจำกัดด้านงบประมาณและทรัพยากรบุคคล โดยครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจใน 4 สาขาหลัก ได้แก่ ภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคพาณิชย์กรรม และภาคธุรกิจเกษตร

2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง ผู้ดำเนินกิจการที่มีความเป็นอิสระในการประกอบอาชีพและพึ่งพาตนเองเป็นหลัก มีลักษณะการลงทุนในขนาดที่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ โดยใช้แหล่งเงินทุนจากเจ้าของกิจการหรือสินเชื่อเพื่อธุรกิจ จุดเด่นที่สำคัญคือการมุ่งเน้นการบริหารจัดการสินทรัพย์ที่จับต้องได้ใน 3 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ ภาคการผลิต

ภาคการค้า และภาคการบริการ ซึ่งรวมถึงกลุ่มธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจฐานราก

3) ธุรกิจร้านอาหาร หมายถึง กลุ่มธุรกิจบริการอาหารนอกที่พักอาศัย ประกอบด้วย ธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงหน่วยงานบริการอาหารในสถาบันต่าง ๆ อาทิ โรงเรียนและสถานพยาบาล ซึ่งมีลักษณะเด่นในการจัดเตรียมและประกอบอาหารในปริมาณมาก เพื่อรองรับผู้บริโภคจำนวนมากในคราวเดียว โดยกระบวนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนด้านวัตถุดิบและอุปกรณ์สนับสนุนการประกอบอาหารจากผู้จัดจำหน่ายในห่วงโซ่อุปทานกลุ่มบริการอาหาร โดยทั่วไป ผลผลิตที่หมุนเวียนในตลาดค้าปลีกกลุ่มนี้มักถูกออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดเล็ก เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคในระดับครัวเรือนเป็นหลัก

1.7.2 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1) ความพร้อมของทรัพยากร หมายถึง การจัดเตรียมและครอบครองทรัพยากรที่จำเป็นอย่างเพียงพอเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมถึงขีดความสามารถในการปรับตัวและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อสภาวะความผันผวนและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ โดยองค์ประกอบหลักของความพร้อมด้านทรัพยากรประกอบด้วย 5 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ทรัพยากรบุคคล เครื่องมือและอุปกรณ์ วัตถุดิบ งบประมาณและโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร

2) ประสบการณ์การเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการสั่งสมและสร้างสรรค์องค์ความรู้รวมถึงทักษะผ่านการประยุกต์ใช้ประสบการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตอย่างเป็นระบบ อาทิ การเรียนรู้จากสถานการณ์จริงในการปฏิบัติงาน กระบวนการแก้ไขปัญหาเชิงกลยุทธ์ การเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อยกระดับสมรรถนะและการประสานความร่วมมือระหว่างบุคคล กระบวนการดังกล่าวเน้นการนำประสบการณ์มาบูรณาการ เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่และพัฒนาขีดความสามารถที่จำเป็น ซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพการดำเนินงาน การสร้างนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาและการเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

3) การเติบโตของเทคโนโลยี หมายถึง กระบวนการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่องและเป็นพลวัต ซึ่งครอบคลุมถึงการปรับปรุงนวัตกรรมเดิมและการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในหลากหลายรูปแบบ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตและเพิ่มความคล่องตัวในการเข้าถึงข้อมูลและบริการพลวัตของเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็วไม่เพียงแต่ก่อให้เกิดนวัตกรรมที่ล้ำสมัย แต่ยังเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน การบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจผ่านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ

4) การสนับสนุนของรัฐบาล หมายถึง มาตรการเชิงรุกและกลไกการสร้างแรงจูงใจของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน การสนับสนุนดังกล่าวครอบคลุมทั้งใน มิติทางการเงิน อาทิ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ มาตรการทางภาษี และเงินอุดหนุน และมีมิติด้านที่มีใช้การเงิน เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาองค์ความรู้ การให้คำปรึกษาเชิงกลยุทธ์ รวมถึงการปรับปรุงระเบียบข้อบังคับเพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ

5) ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง สภาวะทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงระดับความมุ่งมั่นและความตั้งใจในการริเริ่มสร้างสรรค์คุณค่าเชิงธุรกิจ โดยมีรากฐานสำคัญจากการรับรู้ถึงโอกาสทางตลาด การมีทัศนคติเชิงนวัตกรรม และความเชื่อมั่นในอำนาจแห่งตนต่อการบริหารจัดการความเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ซับซ้อน ความตั้งใจดังกล่าวมิได้เป็นเพียงทัศนคติเบื้องต้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านแรงขับเคลื่อนที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการดำเนินงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ซึ่งเป็นปัจจัยต้นน้ำที่สำคัญในการยกระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันและการสร้างความเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนในระยะยาว

6) การตอบสนองของตลาด หมายถึง พลวัตความสามารถขององค์กรในการรับรู้ตีความและตอบโต้สัญญาณจากสภาพแวดล้อมทางการตลาดได้อย่างทันท่วงทีและเหมาะสม โดยเป็นกลไกสำคัญที่สะท้อนปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบนิเวศทางธุรกิจ อันได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน และผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ซึ่งการตอบสนองของตลาดสอดคล้องกับความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกลไกดังกล่าวครอบคลุมถึงการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในมิติต่าง ๆ อาทิ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ตลอดจนการปรับตัวต่อปัจจัยแวดล้อมมหภาค ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งในเชิงปริมาณ เช่น ยอดขายและส่วนแบ่งการตลาด และเชิงคุณภาพ เช่น ความพึงพอใจของลูกค้าและศักยภาพในการรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว

7) ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ขีดความสามารถเชิงกลยุทธ์และศักยภาพอันโดดเด่นขององค์กรในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้แก่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับที่เหนือกว่าคู่แข่งอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจัยดังกล่าวนับเป็นกลไกหลักในการกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ ความได้เปรียบครอบคลุมตั้งแต่ ความเหนือกว่าด้านต้นทุนผ่านการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ การครอบครองนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ตลอดจนความคล่องตัวเชิงกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดด้วยความรวดเร็ว ซึ่งสมรรถนะเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำ

หน้าที่เป็นเกราะป้องกันตำแหน่งทางการตลาด แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความเติบโตและผลสำเร็จของธุรกิจอย่างยั่งยืน

8) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง ผลของการดำเนินงานขององค์กรซึ่งสะท้อนถึงความสามารถในการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดไว้อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง โดยองค์รวมของความสำเร็จดังกล่าวสามารถพิจารณาได้จากมุมมองเชิงพหุมิติ ซึ่งครอบคลุมทั้งผลการดำเนินงานด้านการเงิน อาทิ ความสามารถในการทำกำไร อัตราการเติบโตของยอดขาย และผลตอบแทนจากการลงทุน รวมถึงผลการดำเนินงานที่มีใช้ตัวเงิน อาทิ ความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า คุณค่าตราสินค้า ประสิทธิภาพของกระบวนการภายใน และความผูกพันของบุคลากร

9) การสร้างคุณค่าร่วม หมายถึง กระบวนการเชิงบูรณาการระหว่างธุรกิจ ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานที่มุ่งเน้นการปฏิสัมพันธ์และร่วมมือกันเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของทุกฝ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคุณค่าครอบคลุมมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งยังรวมถึงประสบการณ์ร่วมและความสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการ กลไกสำคัญของการสร้างคุณค่าร่วม คือ การเปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในฐานะผู้ร่วมผลิต ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบ การวิจัยและพัฒนาจนถึงการปรับปรุงสินค้าและบริการ โดยการนำข้อเสนอแนะและข้อมูลเชิงลึกจากลูกค้ามาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสรรค์โซลูชันที่มีความเหมาะสมเฉพาะบุคคล ซึ่งกระบวนการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ แต่ยังเป็นการสร้างรากฐานของความจงรักภักดีและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนในระยะยาว