

อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้า  
และความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม\*

The impact of entrepreneurial orientation and market orientation on  
customer response and competitive advantage of drugstore, Nakhon Pathom

สุธาทิพย์ จันทรเจริญผล (Suthatip Jancharoenphon)\*\*

วีโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Viroj Jadesadalug)\*\*\*

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การตอบรับจากลูกค้า และความได้เปรียบทางการแข่งขัน อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้า และอิทธิพลของการตอบรับจากลูกค้าที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านยาในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการร้านยาในจังหวัดนครปฐม จำนวน 160 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายและแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การตอบรับจากลูกค้า และความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้า และการตอบรับจากลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งผลจากการศึกษานี้จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินและปรับลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของตนเอง กำหนดแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการร้านยาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถรักษาหรือเพิ่มอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้กับธุรกิจได้

**คำสำคัญ :** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ/ การมุ่งเน้นการตลาด/ การตอบรับจากลูกค้า/ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

\* บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่งานวิจัย

This article aims to publish research.

\*\* นักศึกษาหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, โทรศัพท์ 09-4561-9988, e-mail : kitwutthanapong@gmail.com

the Requirements for the Degree Master of Business Administration Program in Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University, Tel. 09-4561-9988, e-mail : kitwutthanapong@gmail.com)

\*\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Prof. Dr. Faculty of Management Science, Silpakorn University)

## Abstract

The objective of this research was to study entrepreneurial orientation, market orientation, customer response and competitive advantage, the influence of entrepreneurial orientation and market orientation on customer response, and the influence of customer response on competitive advantage of drug store in Nakhon Pathom. The sample consisted of 160 participants. Hypothesis testing was conducted through simple and multiple regression analysis. The results of this research showed that overall entrepreneurial orientation, market orientation, customer response, and competitive advantage were at high level. The results of hypothesis testing indicated that 1) entrepreneurial orientation had positive influence on customer response of drug store in Nakhon Pathom, 2) market orientation had positive influence on customer response of drug store in Nakhon Pathom, 3) customer response had positive influence on competitive advantage of drug store in Nakhon Pathom. The findings of this study would be used as guidelines for entrepreneurs to evaluate and adjust their entrepreneurship, to determine planning and marketing strategies of drug store effectively in order to maintain or increase sales growth, market share and enhance the business profitability.

**Keywords:** entrepreneurial orientation/ market orientation/ customer response/ competitive advantage

## บทนำ

การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ในปี พ.ศ. 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้า การบริการ แรงงานทักษะฝีมือ การเงิน และการลงทุนอย่างเสรีตามหลักเศรษฐกิจแบบมุ่งเน้นตลาด (Market-oriented economy) ไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว การบิน การจัดการประชุมต่างๆ การแสดงนิทรรศการ ศูนย์กระจายสินค้า การคมนาคม จากการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวส่งผลให้บริการด้านการแพทย์และสุขภาพเติบโตอย่างมากด้วย เพราะค่าบริการทางด้านสุขภาพของประเทศต่างชาตีสองกว่าเมื่อเทียบกับประเทศไทย (AEC ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2555: ออนไลน์) สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาสให้นักลงทุนชาวต่างชาติสนใจเข้ามาเปิดธุรกิจร้านยาได้ ธุรกิจร้านยาจะมีการแข่งขันที่สูงขึ้นเพราะไม่เพียงแต่การแข่งขันกับร้านยาที่มีอยู่เดิมอย่างมากแล้ว ยังต้องแข่งขันกับผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่มีเงินทุนอีกด้วย นอกจากสถานะการแข่งขันที่สูงขึ้นในด้านคู่แข่งแล้ว ยังมีการแข่งขันด้านการบริการแก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะไม่ใช่เพียงแค่ประชาชนในประเทศไทย แต่จะมีประชาชนจากประเทศอาเซียนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างทางด้านภาษา วัฒนธรรม การเข้าใจลูกค้ากลุ่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจร้านยาเป็นอย่างมาก

การประกอบธุรกิจร้านยานอกจากการบริการที่ยึดหลักจริยธรรมและความเป็นวิชาชีพแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องมีลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ดี ได้แก่ ความเชื่อมั่น ความพยายามและความมุ่งมั่น ความกระตือรือร้น ความขยันหมั่นเพียร การแก้ปัญหาได้ดี ความสามารถในการคิดพิจารณาเกี่ยวกับความเสี่ยง ความเป็นอิสระ ความสามารถรอบตัว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ตลาด เทคโนโลยี การทำงานร่วมกัน เป็นต้น (Hornaday, 2525 อ้างใน รองศาสตราจารย์อำนาจ ธีระวนิช, 2549: 108) ประกอบกับการดำเนินกิจการโดยนำกิจกรรมทางการตลาดเข้าร่วมด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจและมีการตอบรับที่ดีต่อกิจการ สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ผลการดำเนินงานเป็นไปในทางที่ดี เกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ดังผลการวิจัยของ N. Boso et al. (2556) ที่ยืนยันว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดส่งผลโดยตรงทางบวกต่อผลการดำเนินงานในด้านยอดขายและกำไร (Boso et al, 2013: 708)

ดังนั้นผู้ท้าววิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดกับการตอบรับจากลูกค้าที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม ซึ่งผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์และแนวทางในการดำเนินงานแก่ผู้ประกอบการร้านยาและผู้ที่เกี่ยวข้องประกอบกิจการร้านยาในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด การตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการร้านยาในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการตอบรับจากลูกค้าต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

### สมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 1.1** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นตัวของตัวเองมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 1.2** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 1.3** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 1.4** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุกมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 1.5** การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

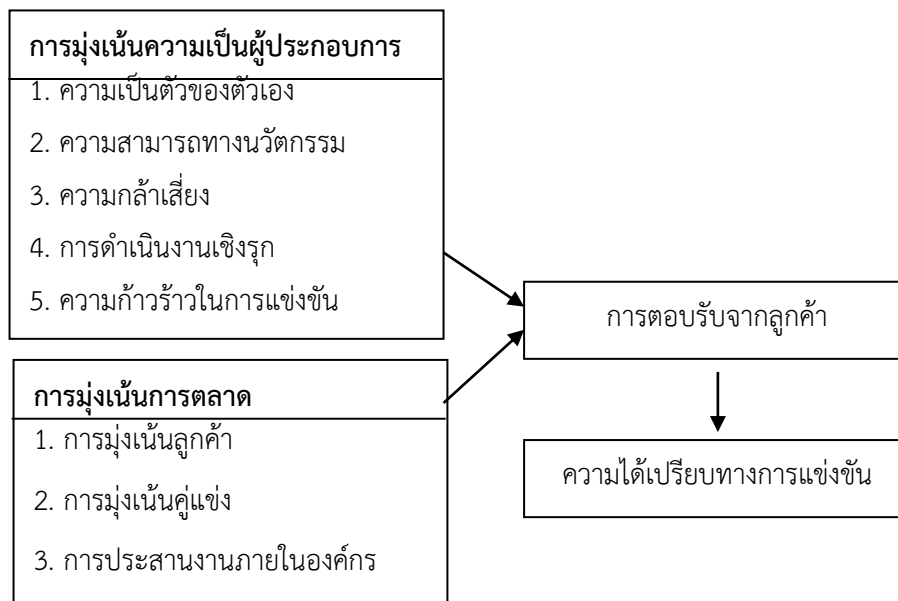
**สมมติฐานที่ 2** การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 2.1** การมุ่งเน้นการตลาดด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 2.2** การมุ่งเน้นการตลาดด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 2.3** การมุ่งเน้นการตลาดด้านการประสานงานภายในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม

**สมมติฐานที่ 3** การตอบรับจากลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

### ทบทวนวรรณกรรม

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจร้านยาในจังหวัดนครปฐม ข้อมูลร้านยาในจังหวัดนครปฐมจากสำนัทยาปี 2545-2556 (สำนัทยา, 2557: ออนไลน์) มีร้านขายยาแผนปัจจุบันและร้านขายยาคุณภาพรวม 231 ร้าน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยประยุกต์ใช้ตามแนวคิดของลัมปกิน และเดส (Lumpkin and Dess, 1996: 138-149) ประกอบด้วย

2.1 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง การกระทำที่เป็นอิสระของแต่ละบุคคลหรือทีมงานในการนำมาซึ่งความคิดและวิสัยทัศน์เพื่อดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์

2.2 ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีแนวความคิดแปลกใหม่ กระบวนการที่สร้างสรรค์ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่

2.3 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking Orientation) ขึ้นกับบริบทที่นำไปประยุกต์ใช้ ความกล้าเสี่ยงเป็นการยอมรับภาระหนี้ การกู้ยืม หรือการกระทำใด ๆ ที่ส่งผลต่อสินทรัพย์ทางในทางบวกและทางลบ

2.4 การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness Orientation) หมายถึง การกระทำที่คาดหวังถึงผลลัพธ์ในอนาคต ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดเป้าหมายในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

2.5 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง การมุ่งมั่นแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจโดยตรงและรุนแรงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือมีสถานะทางการตลาดที่ดีกว่า

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการตลาด การศึกษาของ Narver และ Slater (1990) ได้ระบุถึงปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาดประกอบด้วย 3 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) หมายถึง การที่ธุรกิจให้ความสำคัญแก่การบริการลูกค้า มุ่งสร้างสรรค์การบริการที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า

3.2 การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลของคู่แข่งกับพนักงานหรือระหว่างเพื่อนร่วมงานในธุรกิจเดียวกัน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการแสวงหาโอกาส การสร้างความแตกต่างและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3.3 การประสานงานภายในองค์กร (Interfunctional Coordination) หมายถึง การสื่อสารระหว่างแผนกงานทุกฝ่ายและมีแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า เพื่อกำหนดกลยุทธ์ใช้ในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของลูกค้า

4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตอบรับจากลูกค้า โดยใช้ทฤษฎีของ Griffin (1995) ดังนี้

4.1 การซื้อซ้ำเป็นปกติ (Makes Regular Repeat Purchases) คือการกลับมาซื้อหรือรับบริการซ้ำอย่างบ่อยครั้งหรือมีมูลค่าจำนวนมากระดับหนึ่งต่อการกลับมาซื้อหรือรับบริการซ้ำ

4.2 การขายข้าม (Cross – Selling) คือการจำหน่ายสินค้าหรือให้บริการอย่างหนึ่งแล้วแนะนำสินค้าหรือบริการในกลุ่มใกล้เคียงกันแก่ลูกค้า

4.3 การบอกต่อกับบุคคลอื่น (Refers Others) คือการใช้คำพูดเพื่อสื่อสารระหว่างลูกค้าด้วยกัน โดยผู้ประกอบการไม่ต้องลงทุนโฆษณาประชาสัมพันธ์แต่อย่างใด

4.4 การมีภูมิคุ้มกันในการถูกดึงดูตไปหาคู่แข่ง (Demonstrates an Immunity to the Pull of the Competition) คือ ลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการมีการสร้าง รักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ (วิทยา ด้านอำนาจ กุล. 2546 : 38-39) ประสิทธิภาพ (Efficiency) คุณภาพ (Quality) นวัตกรรม (Innovation) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

5.1 ประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ การที่องค์กรสามารถใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้า หรือ บริการน้อยกว่าคู่แข่ง

5.2 คุณภาพ (Quality) หมายถึง คุณสมบัติโดยรวมของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจและทำให้เกิดความจงรักภักดี

5.3 นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนาขึ้น

5.4 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การสนองต่อความต้องการของลูกค้า ด้วยบริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

## วิธีการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการร้านยาในจังหวัดนครปฐม จำนวน 284 คน (สำนักยา, 2556: ออนไลน์) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณจากสูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % (ประสพชัย พสุนนท์, 2555: 187) จากการคำนวณได้จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 160 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling Design) โดยแบ่งตามอำเภอในจังหวัดนครปฐม คือ อำเภอเมือง อำเภอกำแพงแสน อำเภอนครชัยศรี อำเภอดอนตูม อำเภอบางเลน อำเภอสมาพราน อำเภอพุทธมณฑล จะมีจำนวนชั้นภูมิทั้งหมด 7 กลุ่ม

### เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ส่วนที่ 3 การมุ่งเน้นการตลาด ส่วนที่ 4 การตอบรับจากลูกค้า ส่วนที่ 5 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมทั้งสิ้น 50 ข้อ

### ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการระหว่าง 4 มกราคม 2557 – 31 สิงหาคม 2557 โดยการเก็บแบบสอบถามดำเนินการระหว่าง 26 พฤษภาคม 2557 – 31 มิถุนายน 2557

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวัดโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.50 – 1.00 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัดโดยการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.571-0.941 ซึ่งมีค่ามากกว่า

0.4 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง (Nunnally และ Bernstein ,1994 อ้างถึงใน Jadesadalug and Ussahawanchakit, 2009: 47) และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 0.713– 0.947 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นควรอยู่ที่ระดับ 0.71 - 1.00 แบบสอบถามจึงสามารถนำไปใช้ได้และมีความเชื่อมั่นสูง (บุญชม ศรีสะอาด, 2545:99) ดังนั้นแบบสอบถามจึงจัดอยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูงและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เมื่อทดสอบแล้วพบว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน จึงทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) รวมทั้งการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระซึ่งเป็นเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า (Enter) ซึ่งมีสมการที่ใช้ทดสอบสมมติฐานดังนี้

$$CR = \beta_{01} + \beta_{1}EO (AUT) + \beta_{2}EO (INN) + \beta_{3}EO (RT) + \beta_{4}EO (PRO) + \beta_{5}EO (PA) + \epsilon$$

$$CR = \beta_{02} + \beta_{6}MO (CUS) + \beta_{7} MO (COM) + \beta_{8} MO (INT) + \epsilon$$

$$CA = \beta_{03} + \beta_{9}CR + \epsilon$$

จากสมการทดสอบสมมติฐาน แสดงรายละเอียดของแต่ละตัวแปรดังนี้

EO	แทน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	MO	แทน การมุ่งเน้นการตลาด
AUT	แทน ความเป็นตัวของตัวเอง	CUS	แทน การมุ่งเน้นลูกค้า
INN	แทน ความสามารถทางนวัตกรรม	COM	แทน การมุ่งเน้นคู่แข่ง
RT	แทน ความกล้าเสี่ยง	INT	แทน การประสานงานภายในองค์กร
PRO	แทน การดำเนินงานเชิงรุก	CR	แทน การตอบรับจากลูกค้า
PA	แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	CA	แทน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### ผลการวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-40 ปี ลักษณะทางวิชาชีพของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเภสัชกร ระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยประเภทร้านยาส่วนใหญ่เป็นร้านยาแผนปัจจุบัน อายุของกิจการร้านยาส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 10 ปี และส่วนใหญ่มีผู้ให้บริการในร้านยาต่อวันจำนวน 2 คน



## ส่วนที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.54$  S.D. = 0.88) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.13-4.18 โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ( $\bar{X} = 4.18$  S.D. = 0.60) รองลงมาคือ ด้านความสามารถทางนวัตกรรม ( $\bar{X} = 3.72$  S.D. = 0.86) ด้านการดำเนินงานเชิงรุก ( $\bar{X} = 3.40$  S.D. = 0.76) ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ( $\bar{X} = 3.29$  S.D. = 0.83) ด้านความกล้าเสี่ยง ( $\bar{X} = 3.13$  S.D. = 0.93) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 การมุ่งเน้นการตลาด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$  S.D. = 0.84) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.34-3.93 โดยเรียงลำดับดังต่อไปนี้ ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ การมุ่งเน้นลูกค้า ( $\bar{X} = 3.93$  S.D. = 0.57) รองลงมาคือ การประสานงานภายในองค์กร ( $\bar{X} = 3.66$  S.D. = 0.92) การมุ่งเน้นคู่แข่ง ( $\bar{X} = 3.34$  S.D. = 0.87) ตามลำดับ

## ส่วนที่ 4 การตอบรับจากลูกค้า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบรับจากลูกค้าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$  S.D. = 0.61)

## ส่วนที่ 5 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบรับจากลูกค้าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.72$  S.D. = 0.59)

## ส่วนที่ 6 การทดสอบคุณสมบัติของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ซึ่งใช้สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวโดยพิจารณาประกอบการทดสอบค่า VIF (Variance inflation factors) ไม่เกิน 10 (Belsley, 1991, อ้างถึงใน สรรค์ชัย กิตยานันท์, 2552: 132) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่เปิดปัญหาสหสัมพันธ์ (multicollinearity) สามารถดูได้จากตารางที่ 1 และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) กับความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) สามารถดูได้จากตารางที่ 2

**สมมติฐานที่ 1** ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ในทางบวกในช่วงระดับปานกลางกับการตอบรับจากลูกค้าของร้านยาในจังหวัดนครปฐม มีค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ตั้งแต่ 0.446 – 0.618 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.01) เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นรายด้านพบว่า สมมติฐานที่ 1.1, 1.4 และ 1.5 คือด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านการดำเนินงานเชิงรุกและด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม ( $\beta = 0.477$ ,  $p < 0.001$ ) จึงยอมรับสมมติฐาน สมมติฐานที่ 1.2 และ 1.3 คือด้านความสามารถทางนวัตกรรมและด้านความกล้าเสี่ยงไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม ( $\beta = -0.039$ ,  $p > 0.05$ ) จึงปฏิเสธสมมติฐาน



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านยาในจังหวัดนครปฐมในภาพรวม

ตัวแปร	AUT	INN	RT	PRO	PA	CUS	COM	INT	CR	CA	VIF
Mean	4.18	3.72	3.13	3.40	3.29	3.93	3.34	3.66	3.95	3.72	
S.D.	0.60	0.86	0.93	0.76	0.83	0.57	0.87	0.92	0.61	0.59	
AUT											1.267
INN	.452** (0.00)										2.848
RT	.286** (0.00)	.584** (0.00)									1.879
PRO	.317** (0.00)	.748** (0.00)	.671** (0.00)								3.063
PA	.237** (0.00)	.630** (0.00)	.486** (0.00)	.647** (0.00)							1.885
CUS											2.016
COM						.699** (0.00)					2.021
INT						.384** (0.00)	.386** (0.00)				1.211
CR	.609** (0.00)	.562** (0.00)	.446** (0.00)	.618** (0.00)	.503** (0.00)	.657** (0.00)	.545** (0.00)	.355** (0.00)		.775** (0.00)	
CA											

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

**สมมติฐานที่ 2** ตัวแปรการมุ่งเน้นการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกในช่วงระดับปานกลางกับการตอบรับจากลูกค้าของร้านยาในจังหวัดนครปฐม มีค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ตั้งแต่ 0.355 – 0.657 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.01) เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นรายด้านพบว่า สมมติฐานที่ 2.1 ด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม ( $\beta = 0.558, p < 0.001$ ) จึงยอมรับสมมติฐาน ส่วนสมมติฐานที่ 2.2 ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งและด้านการประสานงานภายในองค์กรไม่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม ( $\beta = 0.102, p > 0.05$ ) จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและ  
การมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านยา  
ในจังหวัดนครปฐมในภาพรวม

ตัวแปร	การตอบรับ จากลูกค้า	การตอบรับ จากลูกค้า	ความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน
<b>1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ</b>			
1.1 ความเป็นตัวของตัวเอง	.477*** (0.059)		
1.2 ความสามารถทางนวัตกรรม	-.039 (0.062)		
1.3 ความกล้าเสี่ยง	-.008 (0.047)		
1.4 การดำเนินงานเชิงรุก	.332*** (0.073)		
1.5 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	.124* (0.053)		
<b>2. การมุ่งเน้นการตลาด</b>			
2.1 การมุ่งเน้นลูกค้า		.558*** (0.091)	
2.2 การมุ่งเน้นคู่แข่ง		.102 (0.059)	
2.3 การประสานงานภายในองค์กร		.067 (0.043)	
<b>3. การตอบรับจากลูกค้า</b>			.751*** (0.049)
Adjusted R <sup>2</sup>	0.573	0.444	0.598

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

**สมมติฐานที่ 3** ตัวแปรการตอบรับจากลูกค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกในช่วงระดับปานกลางความ  
ได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม มีค่าสถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เท่ากับ 0.775  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.01) จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression  
Analysis) ผู้วิจัยพบว่า การตอบรับจากลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านยาใน  
จังหวัดนครปฐม ( $\beta = 0.751, P < 0.001$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดกับการตอบรับจากลูกค้า ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านยาในจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นการศึกษาถึงระดับอิทธิพลของปัจจัยที่มีผลต่อการตอบรับจากลูกค้า และ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลดังนี้

### 1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง อาจเป็นเพราะธุรกิจร้านยาส่วนใหญ่มีผู้ประกอบการเป็นเภสัชกร ที่มีความเชื่อมั่นใจตนเองสูง การดำเนินการภายในร้าน เภสัชกรจะเป็นผู้ดำเนินการด้วยตนเอง ตั้งแต่การเลือกผลิตภัณฑ์ยาเข้ามาจำหน่าย การพิจารณาจ่ายยาตามอาการโดยการผสมผสานตัวยาในแบบเฉพาะของเภสัชกรแต่ละบุคคล ต้องมีความรับผิดชอบสูงในการจ่ายยาแต่ละครั้งซึ่งต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ป่วยเป็นสิ่งสำคัญ ต้องมั่นใจก่อนว่าผู้ป่วยไม่มีประวัติแพ้ยาก่อนทำการจ่ายยา และแก้ไขปัญหาหากผู้ป่วยได้รับยาไปแล้วไม่หายจากอาการป่วย เภสัชกรจะต้องสามารถตัดสินใจเปลี่ยนสูตรยาได้ในเวลาที่ไม่นาน เพื่อไม่ให้ลูกค้ารอนานและขาดความเชื่อถือได้ รองลงมา คือ ด้านความสามารถทางนวัตกรรม อาจเป็นเพราะร้านยาส่วนใหญ่เริ่มต้นจากการจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาเพียงอย่างเดียว เมื่อกิจการมีความก้าวหน้า มีผลกำไรที่ดีขึ้น ผู้ประกอบการจะเริ่มพิจารณาเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้มากขึ้น เพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า มีการดำเนินการในรูปแบบใหม่ๆ เช่น การชำระเงินโดยบัตรเครดิต ช่วยกระตุ้นยอดขายกรณีที่ถูกค่าอาจมีเงินสดไม่เพียงพอ การจัดร้านให้มีความทันสมัย เช่น การจัดสถานที่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจน ได้แก่ ส่วนที่ลูกค้าบริการตนเองได้กับส่วนที่รับบริการกับเภสัชกร ช่วยเพิ่มแรงดึงดูดให้ลูกค้าเดินเข้ามาในร้านมากขึ้น การนำซอฟต์แวร์จัดการคลังสินค้าเข้ามาช่วยบริหารคลังสินค้า จะช่วยลดเวลาการจัดการคลังสินค้า ผู้ประกอบการสามารถบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านความกล้าเสี่ยง อาจเป็นเพราะคุณลักษณะส่วนหนึ่งของการเป็นผู้ประกอบการ ต้องมีความกล้าเสี่ยงในเรื่องการลงทุนทำธุรกิจ ประกอบกับธุรกิจร้านยาเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัย 4 ซึ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ดังนั้นสถานการณ์ที่ไม่คงที่จึงน่าจะส่งผลต่อธุรกิจร้านยาค่อนข้างน้อย และธุรกิจร้านยาเป็นธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพของลูกค้า ผู้ประกอบการต้องมีความรับผิดชอบต่อให้บริการกับลูกค้าในแต่ละราย

### 2. การมุ่งเน้นการตลาด

การมุ่งเน้นการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมุ่งเน้นลูกค้า อาจเป็นเพราะว่าธุรกิจร้านยาเป็นธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ ลูกค้าที่มาใช้บริการต้องการความใส่ใจในการวิเคราะห์ปัญหาสุขภาพ จัดยาให้ตรงอาการ และให้คำแนะนำในการใช้ยา การปฏิบัติตัวที่ถูกต้อง รองลงมา คือ การประสานงานภายในองค์กร อาจเป็นเพราะในการทำธุรกิจส่วนใหญ่จะมีพนักงานมากกว่า 1 คน การให้ความรู้ แจ้งความเปลี่ยนแปลงภายในธุรกิจ จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การมุ่งเน้นคู่แข่ง อาจเป็นเพราะร้านยาเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่เป็นปัจจัย 4 ในการดำรงชีวิต มีผู้ให้บริการเป็นเภสัชกร และต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของสภาเภสัชกรรม ทำให้ร้านยาทุกร้านมีแนวทางในการดำเนินงานใกล้เคียงกัน

### 3. การตอบรับจากลูกค้า

จากการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบรับจากลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้ามีการบอกต่อแบบปากต่อปากเพื่อให้ลูกค้ารายอื่นมาใช้บริการที่ร้านยาของท่าน อาจเป็นเพราะความพึงพอใจจากการได้รับบริการ ลูกค้าจึงมีความจงรักภักดีทำให้ลูกค้าพูดถึงในทางที่ดี รองลงมาคือ ลูกค้าแสดงออกถึงความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการของท่าน อาจเป็นเพราะยาเป็นสินค้าที่ใช้ในการรักษาอาการเจ็บป่วย ต้องใช้ความรู้เฉพาะทาง ความระมัดระวังในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าหายจากอาการเจ็บป่วย ไม่เกิดอาการข้างเคียงจากการใช้ยา และความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ มีการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ ซึ่งความคิดเห็นยังอยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะมาจากการบอกปากต่อปากของลูกค้า และลูกค้ามักมีพฤติกรรมทดลองใช้บริการร้านยาอื่นๆ ที่จัดยาได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

### 4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตอบรับจากลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อาจเป็นเพราะลูกค้ามีความอดทนในการรอคอยการรับบริการน้อย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อมาร้านยาเพียงอย่างเดียว รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้าและบริการของท่านมีคุณภาพมากกว่าร้านยาคู่แข่ง อาจเป็นเพราะอาจเป็นเพราะพฤติกรรมลูกค้าส่วนใหญ่มีความอดทนต่อการรอคอย การได้รับบริการเป็นเวลาที่สั้น และลูกค้าบางรายมารับบริการพร้อมกับอาการป่วย อยากจะรีบกลับไปพักผ่อน การบริการที่รวดเร็วจึงเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พนักงานของท่านมีความรู้ความสามารถโดยรวมเหนือกว่าร้านยาคู่แข่ง ซึ่งความคิดเห็นยังอยู่ในระดับมาก ซึ่งคะแนนยังอยู่ในระดับมาก เนื่องจากร้านยาเป็นธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ ต้องใช้องค์ความรู้ในการตัดสินใจจ่ายยาให้แก่ลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดอาการข้างเคียงจากการใช้ยา และลูกค้าหายจากอาการเจ็บป่วย ดังนั้นร้านยาใดที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์มาก ย่อมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งสูง

### 5. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าของร้านยาในจังหวัดนครปฐม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมมติฐานที่ 1.1 สมมติฐานที่ 1.4 และสมมติฐานที่ 1.5 คือด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านการดำเนินงานเชิงรุก และด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม อาจเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องสามารถตัดสินใจ รับผิดชอบ แก้ปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง มีการปรับตัว ติดตามแนวโน้มความนิยมของลูกค้า สามารถวิเคราะห์ความสามารถของคู่แข่ง นำกลยุทธ์ที่เหนือกว่ามาใช้ เช่น การเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา และมีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่เหมาะสม ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ N. Boso et al. (2013) ที่ยืนยันว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงทางบวกต่อผลการดำเนินงานในด้านยอดขายและกำไร ซึ่งการมียอดขายและกำไรที่ดีเป็นผลจากการมีการตอบรับที่ดีจากลูกค้า และยังสอดคล้องกับ นวิทย์ เอมเอก (2557) ที่ได้ทำการศึกษาตัวแบบเชิงสาเหตุและเชิงเหตุผลขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะเชิงพฤติกรรมเพื่อความสามารถในการแข่งขัน และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการ

การค้าชายแดนไทย-มาเลเซียเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน ในแง่ของความเป็นผู้ประกอบการ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

**สมมติฐานที่ 2** ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางบวกกับการตอบรับจากลูกค้าของร้านยาในจังหวัดนครปฐม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สมมติฐานที่ 2.1 ด้านการมุ่งเน้นลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านยาในจังหวัดนครปฐม อาจเป็นเพราะร้านยายินดีให้คำปรึกษาด้านสุขภาพและการใช้ยาแก่ลูกค้า ให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของลูกค้าและมีการนำข้อมูลจากลูกค้าไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการพบว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุริดา กล้าประเสริฐ (2553) ที่ได้ศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยพบว่า ผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับ การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การมุ่งเน้นการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

**สมมติฐานที่ 3** ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การตอบรับจากลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม อาจเป็นเพราะการทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจจนบอกปากต่อปาก ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นต่อสินค้าหรือบริการ สามารถรักษาลูกค้าเก่าเพิ่มลูกค้าใหม่ได้ ทำให้มีความได้เปรียบในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการวิจัยของ ตูยลักษณ์ อุฬจิตร (2550) ที่ได้ศึกษา ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่แอนด์ที่ ฟาร์มา เขตบางแค กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านบุคคลากร/เภสัชกรเป็นอันดับแรก ทำให้เกิดการบอกปากต่อปากเป็นอันดับแรก และเกิดเป็นความไว้วางใจตามมา และความพึงพอใจยังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยากับความจงรักภักดีอีกด้วย และสอดคล้องกับการวิจัยของ สุรวดี ฤทธิธน (2554) ที่ได้ศึกษา การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านขายยาอิสระในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยพบว่า ร้านขายยาอิสระที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการแข่งขันรุนแรงมีการใช้กลยุทธ์การสร้างแตกต่างร่วมกับกลยุทธ์การเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม สร้างการตอบรับที่ดีจากลูกค้า เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### ประโยชน์จากการวิจัย

#### 1. ประโยชน์เชิงนโยบายและการจัดการ

การศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทำให้ผู้ประกอบการที่จะลงทุนได้ทราบถึงการเป็นผู้ประกอบการจะต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง มีความสามารถทางนวัตกรรม มีความกล้าเสี่ยง รู้จักการดำเนินงานเชิงรุก และมีความมุ่งมั่นในการแข่งขันทางธุรกิจ และการศึกษาการมุ่งเน้นการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการทราบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร มีความสำคัญที่ทำให้ธุรกิจมีการตอบรับที่ดีจากลูกค้าและมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

## 2. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้เป็นการบูรณาการทางทฤษฎีเพื่อสร้างกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทางบวกต่อการตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งในงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาอิทธิพลในกรอบแนวคิดนี้ ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางต่อผู้ประกอบการร้านยาต่อการวางแผนทางให้ร้านยาได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าและเกิดเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการจำนวนมากในวงกว้าง หากต้องการข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เกี่ยวกับลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาด งานวิจัยจึงควรศึกษาเชิงคุณภาพ
2. ควรศึกษากับลูกค้าเกี่ยวกับมุมมองของลูกค้าต่อร้านยาในปัจจุบัน ผลการวิจัยจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงการให้บริการได้ในอนาคต
3. หากจะศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณ ควรศึกษาสาเหตุอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตอบรับจากลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยตรวจสอบเครื่องมือวิจัย และผู้ประกอบการร้านยาที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

#### ภาษาไทย

AEC ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2555). **AEC คืออะไร และมีผลกระทบกับไทย**

อย่างไร. เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม. เข้าถึงได้จาก <http://www.thai-aec.com/41>

ศุลยลักษณ์ อุไพจิตร. (2550). “ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้าน

ขายยาที่แอนด์ที่ ฟาร์มมา เขตบางแค กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

นวิทย์ เอ็มเอก. (2557). “**ตัวแบบเชิงสาเหตุและเชิงผลขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะเชิงพฤติกรรมเพื่อความสามารถในการแข่งขัน และความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการการค้าขายแดนไทย-มาเลเซียเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.**” Veridian E-journal 7, 2 (May – สิงหาคม): 245-260.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ปฐิตา กล้าประเสริฐ. (2553). “อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย.” คุชฎินิพนธ์ ปรึชญาคุชฎิบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาการบริหาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยปทุมธานี
- สุรวดี ฤทธิริน. (2554). “ความได้เปรียบทางการแข่งขันของร้านขายยาอิสระในพื้นที่ อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี.” วิทยานิพนธ์ ปรึชญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- สำนักยา. (2551). **รายนามสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน (ขย. 1).** เข้าถึงเมื่อ 16 มกราคม. เข้าถึงได้จาก [http://drug.fda.moph.go.th/zone\\_search/ky1\\_province/19.asp](http://drug.fda.moph.go.th/zone_search/ky1_province/19.asp)
- สรรรค์ชัย กิตียนันท์. (2552). “ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ ปรึชญาคุชฎิบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสยาม.
- อำนาจ ชีระวิช. (2549). **ผู้ประกอบการ.** พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: บริษัท มาเธอร์ บอส แพคเกจจิ้ง จำกัด

#### ภาษาต่างประเทศ

- Boso, Story and Cadogan, (2013). “Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy”. **Journal of Business Venturing** 28, (May): 708-727.
- Viroj Jadesadalug. (2009). “Building Innovative Creation Efficiency of Furniture Business in Thailand: An Empirical Research of Its Antecedents and Consequences.” A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for The degree of Doctor of Philosophy in Management Mahasarakham University.
- AEC data center Asean Economics Community. (2555). **What is AEC? And How does AEC affect to Thailand?**. Retrieved January 16. from <http://www.thai-aec.com/41>
- Amnaj Theeravanich. (2549). **Entrepreneur.** 1st ed.. Nonthaburi: Mather boss packaging Publishers, Co., Ltd.
- Bureau of drug control. (2551). **List of drug store.** Retrieved January 16. from [http://drug.fda.moph.go.th/zone\\_search/ky1\\_province/19.asp](http://drug.fda.moph.go.th/zone_search/ky1_province/19.asp)
- Nawit Amage. (2557). “ Antecedents and consequences of behavioral competencies for competitiveness and success of Thai - Malaysia border trade entrepreneurs to support the ASEAN Economic Community.” *Veridian E-journal* 7, 2 (May - August): 245-260.
- Boonchom Srisa-ard. (2545). **Preliminary research.** 7nd ed.. Bangkok: Suriyasan Publishers, Co., Ltd.
- Prasopchai Phasunon. (2555). **Marketing Research.** Nakhon Prathom: Silpakorn University press.



- Purida Klprasert. (2553). “The Influence of Marketing Orientation on Thai Small and Medium Enterprises Performance.” Doctor of Philosophy Program in Development administration Graduate school Patumthani University
- Sanchai Kityanan. (2552). “Employee engagement of sport authority of.” Doctor of Philosophy Program in Management Graduate school Siam University.
- Surawadee Rittiron. (2554). “Build up Competitive Advantage for Small Retail Drugstore in Muang District, Ubonrachathani.” Thesis Master of Business Administration Degree in Management Graduate school ubonratchatani university
- Tulyaluck Aupaichit. (2550). “Consumers’ behavior, satisfaction and loyalty of T&T pharmacy at bangkhae in Bangkok.” Independent Study Master of Business Administration Degree in Management Graduate school Srinakharinwirot University
- Boso, Story and Cadogan, (2013). “Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy”. **Journal of Business Venturing** 28, (May): 708-727.
- Viroj Jadesadalug. (2009). “Building Innovative Creation Efficiency of Furniture Business in Thailand: An Empirical Research of Its Antecedents and Consequences.” A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for The degree of Doctor of Philosophy in Management Mahasarakham University.