

รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม
ขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย
Success Business Model of Industrial Entrepreneurs
Commemorative Coin in Thailand

ปรีชา สุดใจ

Precha Sudjai

สุชาติ ปรักทยานนท์

Suchart Prakthayanon

บุรพร กำบุญ

Buraporn Kumboon

ธันนาวริน โฆษิตคณิน

Thananwarin Kositkanin

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

E-mail: 6641100002@bkkthon.ac.th



Received: 31 December 2025; Revised: 23 January 2026; Accepted: 23 January 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย (2) วิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และ (3) พัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การวิจัยเป็นแบบผสมผสาน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น จากประชากร 925 ราย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ประกอบด้วยผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และพนักงาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 ราย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.87 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.94 สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) ปัจจัยทั้งหมดมีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยผลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (χ^2 -square = 138.50, χ^2/df = 1.80, p-value = 0.00002, RMSEA = 0.052, CFI = 0.98, RMR = 0.045, GFI = 0.91, AGFI = 0.89) (3) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้งสี่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย

คำสำคัญ: ความสำเร็จ, ผู้ประกอบการ, อุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึก

Abstract

This research article aimed to (1) study the factors affecting the business management success of entrepreneurs in the commemorative coin manufacturing industry in Thailand, (2) analyze the influence between variables in the relationship pattern of factors affecting entrepreneurial success, and (3) develop a model of factors affecting entrepreneurial success. This study employed a mixed methods research approach. The quantitative research used stratified sampling from a population of 925 people, with a sample size of 300 respondents consisting of entrepreneurs, executives, and employees. The qualitative research used purposive sampling with 15 participants. The research instrument was a questionnaire with content validity of 0.87 and reliability of 0.94. Statistical analyses included percentage, mean, standard deviation, and structural equation modeling. The findings revealed that (1) factors affecting success included management, learning organization, innovation capability, and competitive advantage; (2) all factors had direct effects, indirect effects, and total effects on entrepreneurial success, with model fit statistics showing consistency with empirical data (Chi-square = 138.50, χ^2/df = 1.80, p-value = 0.00002, RMSEA = 0.052, CFI = 0.98, RMR = 0.045, GFI = 0.91, AGFI = 0.89); and (3) the causal relationship model demonstrated that all four factors were interrelated and significantly influenced the success of entrepreneurs in the commemorative coin manufacturing industry in Thailand.

Keywords: Success, Entrepreneurs, Commemorative Coin Manufacturing Industry

บทนำ

ในบริบทที่เศรษฐกิจโลกมีความผันผวนและไม่แน่นอน ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น และความผันผวนของราคาวัตถุดิบอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจเฉพาะทาง เช่น ธุรกิจขึ้นรูปเหรียญที่ระลึก ซึ่งต้องอาศัยวัสดุโลหะและกระบวนการผลิตที่มีต้นทุนสูง การบริหารต้นทุนเชิงกลยุทธ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Roffia et al., 2024) ขณะเดียวกัน การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตยังช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน (Mathuros et al., 2025)

สภาพการณ์เช่นนี้ก่อให้เกิดความจำเป็นที่แต่ละองค์กรต้องมองหาวิธีการหรือแนวทางใหม่ ๆ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการภายใน และต่อยอดไปสู่การพัฒนาเป็นธุรกิจนวัตกรรมหรือธุรกิจรูปแบบใหม่ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงทุนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาว ดังที่ Porter (1990) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศหนึ่งมีความสามารถในการแข่งขันสูงนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติหรือแรงงานราคาถูกเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำนวัตกรรม เทคโนโลยี และความรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจ

อุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทยเป็นธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกับศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของสังคมไทย จึงมีทั้งคุณค่าทางจิตใจและมูลค่าทางเศรษฐกิจผสมผสานกัน (สำนักงาน

สถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2566) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวโดยการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และการบริหารจัดการสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจโลกที่ผันผวนและไม่แน่นอน

การบริหารจัดการเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จขององค์กร ดังที่ Drucker (1979) กล่าวว่า การบริหารจัดการที่ดีคือการทำให้สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยอาศัยการวางแผน การจัดองค์กร การอำนวยการ และการควบคุม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Koontz (1984) ที่เสนอว่าการบริหารจัดการในยุคโลกาภิวัตน์ต้องมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้รวดเร็วตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ Senge (1990) ได้เสนอแนวคิด The Fifth Discipline ที่เน้นการสร้างองค์กรที่การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ การเชี่ยวชาญเฉพาะตัว การสร้างแบบจำลองทางความคิด การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การเรียนรู้เป็นทีม และการคิดเชิงระบบ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจในยุคดิจิทัล Rogers (2003) ได้กล่าวถึงการแพร่กระจายของนวัตกรรมว่า ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ และนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดย Tidd and Bessant (2009) ได้เสนอว่าการจัดการนวัตกรรมต้องบูรณาการทั้งมิติทางเทคโนโลยี ตลาด และองค์กร

ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นเป้าหมายสำคัญของธุรกิจทุกประเภท Barney (1991) ได้เสนอทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ที่อธิบายว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนเกิดจากทรัพยากรและความสามารถที่มีลักษณะ VRIN คือ มีคุณค่า (Valuable) หายาก (Rare) ยากต่อการเลียนแบบ (Inimitable) และไม่สามารถทดแทนได้ง่าย (Non-substitutable) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Barney and Hesterly (2015) ที่เน้นการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย” โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงกระบวนการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อพัฒนาเป็น รูปแบบความสำเร็จเชิงบูรณาการ ที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในการพัฒนาการบริหารจัดการและการสร้างนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยให้มีความเข้มแข็ง ยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย
- 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย
- 3) เพื่อพัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งเชิงสถิติและเชิงเนื้อหา

การออกแบบการวิจัยอ้างอิงแนวทางของ Creswell and Plano Clark (2017)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และพนักงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 925 ราย จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ปี พ.ศ. 2567

การวิจัยเชิงปริมาณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดตามหลักเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่เสนอว่า การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างควรมีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 15-20 ตัวอย่างต่อหนึ่งพารามิเตอร์ เมื่อกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 15 ตัวแปร จึงคำนวณได้ว่าจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 300 หน่วยวิเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Comrey (1973) ที่ชี้ว่าการวิจัยในลักษณะนี้ควรมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 200 หน่วยเพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือและมีความเที่ยงตรงทางสถิติ

โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ผู้วิจัยได้แบ่งประชากรออกเป็นชั้น (Strata) ตาม บทบาทในองค์กร ซึ่งสะท้อนโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการ (2) ผู้บริหาร และ (3) พนักงาน จากนั้นกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นตามสัดส่วนของประชากรจริง (Proportionate Stratified Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวแทนของประชากรอย่างเหมาะสม เมื่อได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้นแล้ว ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ภายในแต่ละชั้นในการคัดเลือกหน่วยวิเคราะห์ จนครบตามจำนวนที่กำหนด รวมทั้งสิ้น 300 หน่วยวิเคราะห์

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 ราย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกมากกว่า 10 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ (1) แบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ศึกษา และข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ และ (2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อสอบถามความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 หน่วย และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 300 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 ราย โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ตามแนวทางของ Anderson and Gerbing (1988) และ Hair et al. (2010) โดยประเมินความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยดัชนีความกลมกลืน (Goodness-of-Fit Indices) ต่าง ๆ ได้แก่ Chi-square, χ^2/df , RMSEA, CFI, RMR, GFI และ AGFI ตามเกณฑ์ของ Hu and Bentler (1999)

สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่และตีความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสนับสนุนและอธิบายผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารธุรกิจ

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขั้นรูปเหรียญที่ระลึกได้ระบุปัจจัยหลัก 4 ประการ ดังนี้

1. การบริหารจัดการ (BO) คือ การจัดองค์กร วางแผน อำนาจการ และควบคุมการดำเนินงาน
2. องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LO) คือ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนความรู้และปัญญา
3. ความสามารถทางนวัตกรรม (IN) คือ การสร้างสรรค์สินค้า บริการ และกระบวนการใหม่
4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) คือ ความสามารถเฉพาะที่ยากต่อการลอกเลียนของคู่แข่ง

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง 300 แห่ง พบลักษณะเฉพาะของธุรกิจและผู้ประกอบการดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไป	รายละเอียด (ร้อยละ)
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ	บุคคลธรรมดา/คณะบุคคล (ร้อยละ 55.67)
ระยะเวลาประกอบการ	5–10 ปี (ร้อยละ 55.33)
ทุนจดทะเบียน	ต่ำกว่า 1 ล้านบาท (ร้อยละ 58)
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี (ร้อยละ 63)

จากตารางที่ 1 พบว่าธุรกิจขั้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย SMEs เชิงหัตถกรรมวัฒนธรรม ที่มีทุนจำกัด ระยะเวลาประกอบการสม่ำเสมอ และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรในรูปแบบความสัมพันธ์

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของปัจจัย (CFA)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน แสดงว่าตัวชี้วัดของแต่ละปัจจัยมีคุณภาพสูง ดังนี้

ค่า Factor Loading > 0.70 สำหรับตัวชี้วัดทั้งหมด

ค่า Composite Reliability (CR) > 0.80 สำหรับปัจจัยทั้งหมด

ตัวชี้วัดที่ใช้วัดปัจจัยมีความถูกต้องและความเชื่อมั่นสูง สามารถสะท้อนลักษณะของปัจจัยได้อย่างแม่นยำ (Fornell & Larcker, 1981)

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ได้เปิดเผยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพลระหว่างปัจจัยต่าง ๆ โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริง โดยดัชนีความกลมกลืนมีคุณภาพตามเกณฑ์ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	ค่าที่ได้ / เกณฑ์
Chi-square (χ^2)	138.50 ($p = 0.00002$) ✓
χ^2/df	1.80 (< 5.00) ✓
RMSEA	0.052 (< 0.08) ✓
CFI	0.98 (> 0.95) ✓
GFI	0.91 (> 0.90) ✓
AGFI	0.89 (> 0.80) ✓

อิทธิพลของปัจจัยต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลโดยรวม (Total Effect) ของแต่ละปัจจัยต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ปัจจัย	ชื่อย่อ	อิทธิพลรวม	ลำดับที่
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	CA	0.71	1
ความสามารถทางนวัตกรรม	IN	0.65	2
การบริหารจัดการ	BO	0.61	3
องค์กรแห่งการเรียนรู้	LO	0.58	4

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลแสดงว่าปัจจัยทั้งสี่อิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยสามารถเรียงลำดับตามความสำคัญได้ดังนี้

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ($CA = 0.71$) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด สะท้อนว่าการสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จ
2. ความสามารถทางนวัตกรรม ($IN = 0.65$) ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความได้เปรียบโดยการพัฒนาสินค้าใหม่และเทคโนโลยีใหม่
3. การบริหารจัดการ ($BO = 0.61$) เป็นรากฐานที่ขับเคลื่อนองค์กรให้มีระบบและประสิทธิภาพ
4. องค์กรแห่งการเรียนรู้ ($LO = 0.58$) เป็นปัจจัยอ้อม ที่สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัย

จากการวิเคราะห์ SEM พบความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างปัจจัยดังนี้

1. การบริหารจัดการ (BO) → องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LO) การจัดการองค์กรที่ดีส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการเรียนรู้
2. องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LO) → ความสามารถทางนวัตกรรม (IN) การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรม
3. ความสามารถทางนวัตกรรม (IN) → ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) สินค้านวัตกรรมใหม่สร้างความเป็นเอกลักษณ์และตำแหน่งตลาดที่แข็งแกร่ง

วัตถุประสงค์ที่ 3 พัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ 3 ในการพัฒนารูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึก ตารางที่ 4 แสดงลักษณะของผู้ให้ข้อมูลซึ่งจำแนกตามบทบาทและประสบการณ์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบความสำเร็จที่สอดคล้องกับบริบทจริงของอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ให้ข้อมูล (n = 15)

กลุ่ม	จำนวน	บทบาท	ประสบการณ์
ผู้ประกอบการ	5 ราย	เจ้าของกิจการ / ผู้บริหารสูง	> 10 ปี
ผู้บริหาร	5 ราย	ผู้บริหารกลาง / ผู้บริหารฝ่าย	> 10 ปี
ผู้เชี่ยวชาญ	5 ราย	นักวิชาการ / ที่ปรึกษา	> 10 ปี
รวมทั้งสิ้น	15 ราย	100%	> 10 ปี

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 15 ราย มีประสบการณ์ในธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกเฉลี่ย 15 ปีขึ้นไป ซึ่งแสดงถึงความลึกของความรู้และประสบการณ์จริง การแบ่งกลุ่มแบบสมดุระหว่าง 3 บทบาท (ผู้ประกอบการ ผู้บริหาร และผู้เชี่ยวชาญ) ช่วยให้ได้มุมมองหลากหลายในการศึกษา

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 15 ราย พบว่าการบริหารจัดการและการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้มีบทบาทสำคัญและมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกอย่างชัดเจน การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพช่วยวางรากฐานของการดำเนินงานผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การควบคุมคุณภาพ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ช่วยเสริมสร้างการพัฒนาทักษะ การแลกเปลี่ยนความรู้ และการถ่ายทอดประสบการณ์ภายในองค์กร ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นสอดคล้องกันว่าการบริหารจัดการส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านกลไกสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การกระตุ้นการสร้างนวัตกรรม การพัฒนาศักยภาพบุคลากร และการรักษาความได้เปรียบขององค์กรในระยะยาว โดยระบบการบริหารจัดการที่ดีสามารถบูรณาการกระบวนการผลิต การควบคุมต้นทุน และการตลาดเข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ในภาพรวม ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าโมเดลการจัดการความสำเร็จทำหน้าที่เป็นกรอบเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงปัจจัยเชิงโครงสร้าง กระบวนการ และผลลัพธ์เข้าด้วยกันอย่างสมดุล ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยเชิงคุณภาพดังกล่าวสอดคล้องและช่วยยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณจากการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ที่ชี้ว่าการบริหารจัดการและองค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความสามารถทางนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อภิปรายผล

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการบริหารจัดการทำหน้าที่เป็นรากฐานสำคัญของความสำเร็จ เนื่องจากธุรกิจขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กที่ต้องอาศัยระบบการวางแผน การควบคุมคุณภาพ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์เชิงยืนยันสอดคล้องกับแนวคิดของ Drucker (1979) ที่ชี้ว่าการบริหารจัดการเป็นหัวใจของประสิทธิภาพผลองค์กร ขณะเดียวกัน องค์กรแห่งการเรียนรู้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Senge (1990) และงานวิจัยของกัลยารัตน์ อธิระชัยกุล (2568) ที่พบว่า organizational learning ส่งผลต่อ competitive advantage โดยตรง ส่วนความสามารถทางนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยเชิงผลลัพธ์ที่สะท้อนความสามารถของผู้ประกอบการในการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Rogers (2003) และทฤษฎีฐานทรัพยากรของ Barney (1991) นอกจากนี้ Kraus et al. (2023) ยังยืนยันว่าการมีวัฒนธรรมการเรียนรู้และการจัดการความรู้ภายในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถทางนวัตกรรมและความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในธุรกิจที่อยู่ในบริบทการแข่งขันสูงและต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์

วิเคราะห์อิทธิพลระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เป็นลำดับขั้นอย่างชัดเจน โดยการบริหารจัดการส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การเสริมสร้างความสามารถทางนวัตกรรม และต่อยอดไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก สะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยลำพัง แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันของปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงกระบวนการ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Kraus et al. (2023) ที่ศึกษาผู้ประกอบการในบริบทธุรกิจสร้างสรรค์และพบว่า innovation capability และ learning culture เป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการบริหารจัดการกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดเชิงกลยุทธ์ที่มองความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นผลลัพธ์ของระบบองค์กรที่บูรณาการอย่างเป็นองค์รวม

พัฒนารูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกในประเทศไทย

ผลการวิจัยนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกไทย (Thai Commemorative Coin Entrepreneurial Success Model: TCCESM) ซึ่งอธิบายความสำเร็จของธุรกิจผ่านลำดับเชิงเหตุและผลจากการบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการวิจัยสะท้อนว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการมิได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยลำพัง แต่เกิดจากการบูรณาการปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงกระบวนการอย่างเป็นระบบ รูปแบบ TCCESM มีความสอดคล้องกับแนวคิดทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก และยากต่อการเลียนแบบ (VRIN) ของ Barney (1991) โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดจากการผสมผสานศิลปะ วัฒนธรรม ความเชื่อท้องถิ่น และเทคโนโลยีสมัยใหม่ งานวิจัยต่างประเทศในช่วงปี 2022–2024 สนับสนุนข้อค้นพบนี้ โดย Taleb et al. (2023) พบว่าการบริหารจัดการเชิงผู้ประกอบการและ

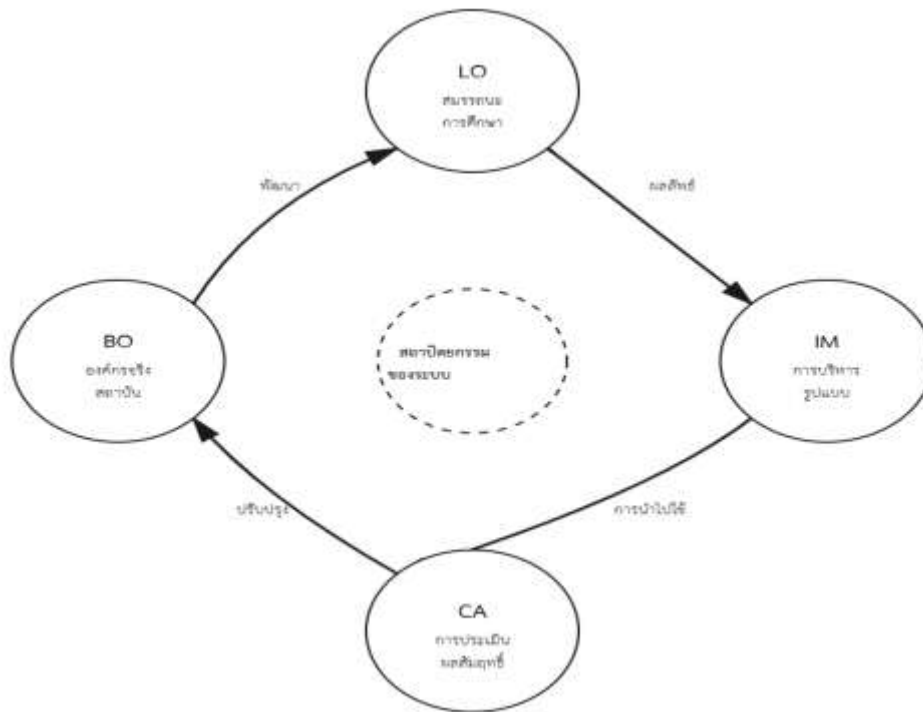
ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ Agazu and Kero (2024) ชี้ว่าการบูรณาการกลยุทธ์นวัตกรรมและการเรียนรู้ขององค์กรช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกยังยืนยันว่าโมเดล TCCESM สามารถนำไปใช้เป็นกรอบเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจได้จริง และเมื่อพิจารณาร่วมกับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณจากโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบผ่านการตรวจสอบแบบสามเส้า ส่งผลให้โมเดลดังกล่าวมีความเหมาะสมทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกไทยอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่จากการบูรณาการผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จนนำไปสู่การพัฒนา โมเดลความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกไทย (Thai Commemorative Coin Entrepreneurial Success Model: TCCESM) ซึ่งอธิบายความสำเร็จในลักษณะของกระบวนการเชิงวงจรที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยความสำเร็จในแต่ละช่วงทำหน้าที่เป็นฐานสำหรับการต่อยอดในระยะถัดไป

องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญคือการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการบริหารจัดการทำหน้าที่เป็นรากฐานที่เอื้อต่อการเรียนรู้ขององค์กร องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาความรู้และการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่การสร้างนวัตกรรม ขณะที่ความสามารถทางนวัตกรรมทำหน้าที่เป็นตัวแปรแปลงที่เชื่อมโครงสร้างองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของธุรกิจ

นอกจากนี้ งานวิจัยยังสร้างองค์ความรู้ใหม่ในเชิงบริบท โดยชี้ให้เห็นว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกไทยเกิดจากการบูรณาการศิลปะ วัฒนธรรม ความเชื่อท้องถิ่น และเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างเป็นระบบ ซึ่งก่อให้เกิดคุณค่าที่มีลักษณะยากต่อการเลียนแบบและไม่สามารถทดแทนได้ องค์ความรู้ใหม่นี้ช่วยขยายกรอบแนวคิดทางการบริหารเชิงกลยุทธ์ไปสู่การอธิบายความสำเร็จของธุรกิจวัฒนธรรมไทยได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง



ภาพที่ 2 โมเดล TCCESM

สรุป

การวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึกไทยโดยใช้วิธีการแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 300 แห่ง และการสัมภาษณ์เชิงลึก 15 คน ผลการวิจัยพบปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ การบริหารจัดการ (BO: 0.61) องค์การแห่งการเรียนรู้ (LO: 0.58) ความสามารถทางนวัตกรรม (IN: 0.65) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA: 0.71) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงวงจร (BO → LO → IN → CA → ความสำเร็จ) โดยโมเดล TCCESM ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลอย่างยอดเยี่ยม ($\chi^2/df=1.80$, RMSEA=0.052, CFI=0.98) นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยืนยันว่าความสำเร็จเกิดจากการบูรณาการศิลปะ-เทคโนโลยี-ความเชื่อท้องถิ่น การใช้ Soft Power และนวัตกรรมดิจิทัล (Blockchain, NFT) รวมถึงการจัดการความรู้ที่มีระบบ องค์ความรู้ใหม่นี้สะท้อนว่าความสำเร็จไม่ได้เกิดจากปัจจัยเดียว แต่จากการบูรณาการที่สมดุลของปัจจัยหลากหลาย ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในตลาดระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปปฏิบัติ

1.1 สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมขึ้นรูปเหรียญที่ระลึก ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการวางแผน จัดองค์กร อำนาจการ และควบคุมอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นรากฐานในการสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ นอกจากนี้ ควรสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนประสบการณ์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นแหล่งกำเนิด

ของนวัตกรรม ผู้ประกอบการไม่ควรจำกัดเพียงด้านเทคโนโลยี แต่ควรขยายให้ครอบคลุมการออกแบบ การใช้วัสดุใหม่ และการสื่อสารดิจิทัล ตามโมเดล TCESM ที่พัฒนาขึ้น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จยังใช้ประโยชน์จาก Soft Power ด้านเรื่องราว วัฒนธรรม ศิลปะ และประวัติศาสตร์เป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมโยงอารมณ์กับผู้บริโภค และจัดการความรู้ภายในองค์กรอย่างมีระบบ เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นสินทรัพย์ที่ยั่งยืน

1.2 สำหรับภาครัฐ ควรสร้างนโยบายสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานในการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากร นอกจากนี้ ภาครัฐควรให้ความช่วยเหลือทางการเงินและเทคนิคแก่ผู้ประกอบการในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Blockchain และ NFT ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเข้าถึงตลาดใหม่ นอกจากนี้ ภาครัฐควรส่งเสริมการใช้ Soft Power ของไทย ด้านศิลปะ และวัฒนธรรม ในการค้าขายและสร้างภาพลักษณ์ประเทศในระดับสากล

1.3 สำหรับสถาบันการศึกษา ควรพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่สะท้อนโมเดล TCESM เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ที่ตรงกับความต้องการจริงของตลาดและอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ควรผนวกการศึกษาด้าน วัฒนธรรม ศิลปะ และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจความสำคัญของการบูรณาการและสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

2. ข้อจำกัดของการวิจัย

2.1 การวิจัยศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมขั้นรูปเหรียญที่ระลึก ซึ่งอาจไม่สามารถสรุปเป็นทั่วไปไปยังอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอื่น ๆ ได้

2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน ซึ่งอาจมีความหลากหลายน้อยเมื่อเทียบกับการสัมภาษณ์จำนวนมากขึ้น

2.3 โมเดล TCESM อาจเป็นตัวแทนของบริบทเฉพาะของประเทศไทย ซึ่งอาจแตกต่างในประเทศอื่น ดังนั้น การนำไปใช้ในบริบทต่างประเทศจึงอาจต้องการการปรับปรุง

2.4 การศึกษาครั้งนี้เป็นการตัดขวาง ซึ่งไม่สามารถบอกถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและความสำเร็จเมื่อเวลาผ่านไป

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอื่น เช่น ผ้าไทย เซรามิก ของที่ระลึกเชิงศิลป์ เพื่อดูว่าโมเดล TCESM สามารถประยุกต์ใช้ได้หรือต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างไร

3.2 ควรศึกษาในลักษณะตามยาว เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยและความสำเร็จเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งจะให้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้น

3.3 ควรเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ความมั่นใจในการสรุปผลเชิงคุณภาพมากขึ้น และเพื่อให้เข้าใจมุมมองที่หลากหลายจากบุคคลต่างกลุ่ม

3.4 ควรศึกษาวิธีการนำโมเดล TCESM ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจจริง เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของแนวทางและสร้างกรณีศึกษา ที่เป็นประโยชน์ ประการที่ห้า ควรเปรียบเทียบโมเดล TCESM กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเข้าใจว่าบริบทแตกต่างกันเพียงใด และสิ่งใดเป็นปัจจัยสากลที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กว้าง

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). รายงานสถิติการจดทะเบียนธุรกิจ พ.ศ. 2567. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงพาณิชย์.

- กัลยารัตน์ ชีระธนชัยกุล. (2568). ปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางธุรกิจของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า ประเภทการขายส่ง-การขายปลีก ของประเทศไทย. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 19(3, ฉบับพิเศษ), 12-34.
- ชินภัทร นำไพศาล, เตือนใจ แสงทอง และเทอดศักดิ์ โรจน์สุรจิตติ. (2568). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนขนาดกลาง. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย. 7(3), 531-546.
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2566). รายงานประจำปี 2566. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ.
- Agazu, H., & Kero, A. (2024). Innovation strategy and competitive advantage: The role of organizational learning. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 13(1), 1-18.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*. 103(3), 411-423.
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17(1), 99-120.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2015). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases*. 5th ed.. Pearson Education.
- Comrey, A. L. (1973). *A first course in factor analysis*. Academic Press.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research*. 3rd ed.. Sage Publications.
- Drucker, P. F. (1979). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Harper & Row.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., et al. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th ed.. Pearson Education.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*. 6(1), 1-55.
- Koontz, H. (1984). *Management: A systems and contingency analysis of managerial functions*. 6th ed.. McGraw-Hill.
- Kraus, S., Li, H., et al. (2023). Entrepreneurial innovation and business performance: A meta-analysis. *Journal of Business Research*. 158, 113624.
- Mathuros, S., et al. (2025). Innovation strategies for the sustainable development of Thai small and medium enterprises based on ESG principles. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*. 8(6), 2626-2650.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Roffia, P., et al. (2024). Cost accounting practices in SMEs: Liability of age and other factors that hinder or boost its implementation in turbulent years. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 20, 115-139.

Rogers, E. M. (2003). Diffusion of innovations. 5th ed.. Free Press.

Senge, P. M. (1990). The fifth discipline: The art and practice of the learning organization. Doubleday Currency.

Taleb, S. T., et al. . (2023). Entrepreneurial leadership and entrepreneurial success: The mediating role of entrepreneurial opportunity recognition and innovation capability. Sustainability. 15(7), 5776.

Tidd, J., & Bessant, J. (2009). Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change. 4th ed.. John Wiley & Sons.