



## รายงานวิจัย

การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา  
เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

Research and Development Trade at the Special Economic Zone Sadao  
Distriet Songhla Provine for Thailand Competitiveness in ASEAN

ดร.อรพรรณ	จันทร์อินทร์	Oraphan Chanin
อาจารย์จันทิรา	ภูมา	Jantira Phooma
อาจารย์ภาณุพร	เต็มพระสิริ	Panuporn Temprasiri
อาจารย์ชาญวิทย์	จันทร์อินทร์	Chanwitt Chanin
ดร.พินิจ	ดวงจินดา	Pinit Duangchinda

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
งบประมาณแผ่นดินประจำปี พ.ศ. 2560

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน ฉบับนี้สำเร็จ ลุล่วงดีได้ เนื่องจากทางคณะผู้วิจัยได้รับความสนับสนุน จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เงินงบประมาณประจำปีงบประมาณ 2560 ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณบุคลากร คณะบริหารธุรกิจ ตลอดจนเจ้าของแหล่งข้อมูล คือ ผู้ประกอบการที่ ประกอบอาชีพบริเวณชายแดนไทย – มาเลเซีย จังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านสะเดา และด้านปาดังเบซาร์ ที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ประโยชน์และคุณค่าของการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่มีส่วนสนับสนุนให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

ดร.อรพรรณ จันทร์อินทร์ และคณะ



## การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

อรพรรณ จันทร์อินทร์<sup>1</sup> ภาณุพร เต็มพระสิริ<sup>2</sup> จันทิรา ภูมา<sup>3</sup> ชาญวิทย์ จันทร์อินทร์<sup>4</sup> พินิจ ดวงจินดา<sup>5</sup>

<sup>1-2</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

<sup>3</sup> คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย นครศรีธรรมราช

<sup>4</sup> คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา

<sup>5</sup> คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา

### บทคัดย่อ

จากการกระตุ้นทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในด้านการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย ซึ่งกำลังทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยจึงได้มีการกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้นการค้าและการลงทุนในพื้นที่ชายแดนไทย-มาเลเซีย การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 2. เพื่อวิเคราะห์การค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และคุณภาพ โดยประชากรที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ผู้ประกอบการชายแดนไทย-มาเลเซีย จำนวน 397 คน สำหรับการสัมภาษณ์นั้นจะทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นมีค่าสูงกว่า 0.75 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F-test ผลการวิจัยพบว่า

ลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการคือ ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ที่ตั้งของธุรกิจย่านตัวตัวเมือง รายได้น้อยกว่า 500,000 บาท ระยะเวลาของกิจการมากกว่า 5 ปี คู่แข่งทางธุรกิจมากรายเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจน้อยกว่า 1,000,000 บาท การวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พบว่า 1) จุดแข็ง คือ การบริการที่ดีและมีคุณภาพสูง 2) จุดอ่อน คือ ต้นทุนที่สูงและการขาดบุคลากรในการให้บริการแก่ลูกค้า 3) โอกาส คือ ลูกค้าปกติสถานที่ที่ดี และ 4) ภัยคุกคาม คือ คู่แข่งจำนวนมากแรงกดดันทางการค้าและอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศไทยและมาเลเซีย สำหรับแนวทางในการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน คือ 1) รัฐบาลควรมีการเสนอขออนุญาตไปยังรัฐบาลเพื่อกำหนดให้ชายแดนไทย-มาเลเซียเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ปลอดภาษี 2) รัฐบาลควรมีการปรับปรุงเรื่องระบบภาษี และขั้นตอน การนำสินค้าเข้า-ออกประเทศให้มีความสะดวก รวดเร็ว 3) รัฐบาลควรมีการจัดโครงสร้างหรือวางผังเมืองของพื้นที่การค้าชายแดนไทย-มาเลเซียให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม

## Research and Development Trade at the Special Economic Zone Sadao District Songkhla Province for Thailand Competitiveness in ASEAN

### Abstract

In the wake of economic development in Thailand, movement of trade at the Thailand – Malaysia border is becoming pronounced. As a policy, Thailand is trying to stimulate trade and investment. In this research, first, study about the demographic character of business. Second, analyze the trade in the special economic zone. Last, guideline to trade competitiveness of Thailand in terms of special economic zone. This research is quantitative and qualitative research. The sample in this study was 400 entrepreneurs in the special economic zone at Sadao, Songkhla province. In addition, 10 entrepreneurs were interviewed. The research tools used were questionnaires and interviews. The data analysis by using computer program and the statistics used in this research were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test and F-test. The results were the following:

The demographic character of business was 1) sole proprietorship. 2) do the business at downtown. 3) starting investment less than one million baht. 4) operation the business more than 5 years. 5) The return of investment of the business less than 500,000 baht. Trade in the special economic zone the result found as follows: 1) the strengths are good services, and high quality of products, 2) the weaknesses are high cost, and lack of staff to serve customers, 3) the opportunities are regular customers, good location, and 4) the threats are many competitors, depression, and exchange rate between Thai and Malaysia currency. Furthermore, guideline to trade competitiveness of Thailand in terms of special economic zone found that 1) Thailand government should set the Thai-Malaysia border to be a Tax-free special economic zone. 2) Thailand government should improve the tax system and the procedures for importing and exporting. 3) Thailand government should develop the infrastructures at the border and develop capacity for entrepreneurs to create a competitive advantage of trade in the special economic zone.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย	3
3. ขอบเขตของการโครงการวิจัย	3
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	3
5. กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย	4
<b>บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>5</b>
1. ความหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ	5
2. กลยุทธ์การบริหารจัดการการค้า	10
3. ทฤษฎีการบริหาร 8 M's	12
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>15</b>
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	15
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	16
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	17
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>19</b>
1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	19
2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย – มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	58
3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน	67
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>70</b>
1. สรุปผลการวิจัย	70
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	70

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย – มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	73
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน	73
2. อภิปรายผลการวิจัย	75
3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	76
4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	76
<b>บรรณานุกรม</b>	77
<b>ภาคผนวก</b>	80
ภาคผนวก ก ภาพกิจกรรม	80
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	85



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
3.1	แสดงค่า Reliability ของแบบสอบถาม	17
4.1	แสดงข้อมูลประเภทของกิจการ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	19
4.2	แสดงข้อมูลทำเลที่ตั้งจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	19
4.3	แสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	20
4.4	แสดงข้อมูลระยะเวลาของกิจการ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	20
4.5	แสดงข้อมูลคู่แข่งทางธุรกิจ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	20
4.6	แสดงข้อมูลเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	21
4.7	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	21
4.8	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค	22
4.9	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	22
4.10	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	23
4.11	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	23
4.12	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการค่าแปลค่า ของกลยุทธ์ Fine Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่	23
4.13	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade	24
4.14	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า ของกลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	24

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (Man)	25
4.16	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านเงิน (Money)	25
4.17	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	26
4.18	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	26
4.19	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการบริหาร (Management)	27
4.20	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)	27
4.21	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด (Market)	27
4.22	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Message)	28
4.23	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	29
4.24	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	30
4.25	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง	31
4.26	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	32
4.27	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	33





## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.40	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ	43
4.41	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	43
4.42	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	44
4.43	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Massage) จำแนกตามประเภทของธุรกิจ	45
4.44	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง	46
4.44	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง (ต่อ)	47
4.45	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	48
4.45	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี (ต่อ)	49
4.46	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (Man) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	49
4.47	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	50
4.48	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการบริหาร (Management) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	50
4.49	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด(Market) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	51
4.50	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Massage) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.51	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลา ของกิจการ	52
4.52	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ	54
4.52	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ (ต่อ)	55
4.53	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านเงิน(Money) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ	55
4.54	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด(Market) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ	56
4.55	การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร(Massage) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ	56
4.56	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	57

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

การค้าระหว่างประเทศถือเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และเป็นกิจกรรมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เป็นแหล่งการจ้างงาน และกระจายรายได้ต่าง ๆ อันนำไปสู่ความเจริญเติบโตในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ และช่วยลดภาวะความยากจน อีกทั้งยังมีส่วนกระตุ้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นหรือชุมชน ที่ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำเพิ่มมากขึ้น (Suriya, 2008) หลาย ๆ ประเทศทั่วโลกจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศในทุกๆระดับ มีการปรับปรุงเส้นทางการคมนาคม การยกระดับมาตรฐานการเดินทาง การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ และมีการปรับปรุงมาตรฐานในด้านต่าง ๆ ที่ช่วงดึงดูดใจ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อที่มีความสนใจในสินค้าและบริการของประเทศตน

สำหรับประเทศไทยมีการขยายตัวทางการค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเขตการค้าชายแดนที่มีความตื่นตัวทางการค้า และมีการเตรียมความพร้อมที่จะเปิดเขตการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนให้มีความสะดวกและง่ายต่อการค้ามากขึ้น ซึ่งมูลค่ารวมของการค้าชายแดนของประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่า 812,281.28 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2556 6.49% (ThanOnline, 2014) ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มในภาพรวมของเขตเศรษฐกิจการค้าชายแดนที่ภายหลังจากการประกาศให้รวมกลุ่มประชาคมอาเซียนทำให้ประชาชนในเขตและที่อยู่ติดกับเขตการค้าชายแดนมีความตื่นตัวทางการค้าและมีการเตรียมความพร้อมเพื่อการรองรับการขยายตัวของเขตการค้าชายแดนมากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์สำคัญของการส่งเสริมการค้าและการลงทุนเพื่อรองรับ AEC คือ การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ จากข้อมูลของธนาคารโลก พบว่า เขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ดำเนินการโดยรัฐบาลหรืออยู่ภายใต้การมีส่วนเกี่ยวข้องกับระหว่างรัฐบาลกลางกับรัฐบาลท้องถิ่น และส่วนใหญ่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบของการแปรรูปเพื่อการส่งออก โดยดำเนินกิจกรรมการผลิตในอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้ทักษะต่ำ เช่น สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สำหรับประเทศที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมให้มีกิจกรรมการผลิตในอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะแรงงานสูงหรืออุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะสูงหรือมีมูลค่าเพิ่มสูงในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ได้แก่ มาเลเซีย และไต้หวัน ซึ่งสามารถดึงดูดเงินลงทุนในอุตสาหกรรมที่ใช้ทักษะสูง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์และชิ้นส่วน และเคมีภัณฑ์ รวมทั้งดำเนินการกระจายสินค้าจากแหล่งผลิตด้วย

การที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อประเทศไทย เพราะเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน โดยคาดการณ์ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ คือ 1. การส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ เพราะประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการเป็นศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2. การส่งเสริมการส่งออก เพราะช่วยลดต้นทุนในการประกอบกิจการต่าง ๆ เช่น ค่าแรงงานราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน 3. การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตสินค้า 4. เป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทย ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่นๆ และ 5. ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ

ของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทั้งนี้ เขตเศรษฐกิจพิเศษ ถือได้ว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับประเทศไทย โดยเป็นพื้นที่ที่กำหนดและพัฒนาขึ้นภาคใต้กฎหมายและการบริหารกิจการในลักษณะเฉพาะ มีการปรับปรุงพื้นที่และโครงสร้างพื้นฐาน พร้อมกับเสนอให้สิทธิพิเศษมากมาย เพื่อดึงดูดการลงทุนจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ (รูปที่ 1)

รูปที่ 1 ภาพรวมเขตเศรษฐกิจพิเศษ



ที่มา: สรัชพงศ์ สิทธิชัย, 2558

จากนโยบายการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เพื่อสนับสนุนการนำประเทศเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กระตุ้นเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ และรักษาความมั่นคงของประเทศ ซึ่งได้กำหนดพื้นที่นำร่องใน 5 จังหวัดของประเทศไทย โดยมีเป้าหมาย เพื่อยกระดับเศรษฐกิจการค้า และการลงทุนนั้น อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ได้ถูกเลือกให้เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ถูกเสนอให้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษขึ้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย เหมาะกับการเป็นหนึ่งประตูสู่อเซียนในปี 2558 มีด่านศุลกากรชายแดนที่สำคัญทางด้านสะเดา และด่านปาดังเบซาร์ ซึ่งทั้งสองด้านนี้มีมูลค่าการค้ารวมกันในปี 2557 กว่า 488,762 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 50 ของมูลค่าการค้าผ่านด่านศุลกากรชายแดนประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน (สรัชพงศ์ สิทธิชัย, 2558) ดังนั้นการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษให้เป็นไปอย่างยั่งยืน ในเบื้องต้นภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศยิ่งขึ้นไป โดยเฉพาะเพื่อนบ้านสำคัญอย่างประเทศมาเลเซีย งานวิจัยครั้งนี้จึงศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยที่ได้รับสามารถนำไปสู่การพัฒนาการค้า โดยเฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ให้เป็นเขตการค้าชายแดนที่มีศักยภาพสูงในการค้าการลงทุน เพื่อเป็นการส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งเป็นการพัฒนาศักยภาพของสถานประกอบการ การเตรียมความพร้อมของหน่วยงานราชการ ตลอดจน

ผู้เกี่ยวข้องในกลุ่มเขตการค้าชายแดนได้เตรียมแนวทางการพัฒนาการค้าชายแดนให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์การค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

### ขอบเขตของโครงการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน มีขอบเขตดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาถึง สภาพทั่วไปของการค้า วิเคราะห์การค้า และนำเสนอแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ ในเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์จำนวน 10 คน
2. กลุ่มนักวิชาการ ทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ จำนวน 5 คน
3. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศาลากลาง ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง เทศบาล เมืองสะเตาะ เป็นต้น ทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ จำนวน 5 คน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

#### ด้านวิชาการ

1. องค์ความรู้ด้านสภาพทั่วไปของการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา
2. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา

#### ด้านนโยบาย

1. ได้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเตรียมความพร้อมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน

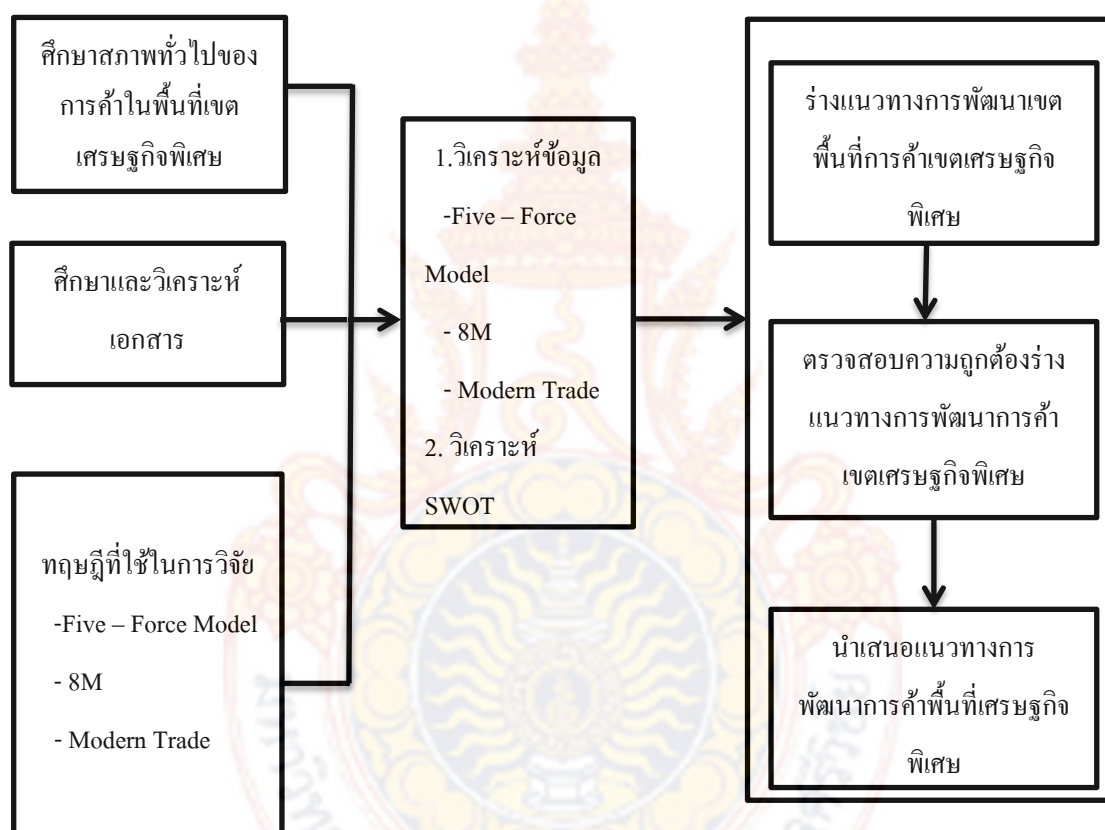
2. ได้แนวทางการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

### ด้านเศรษฐกิจ

1. เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย- มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้ประเทศไทยมีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

2. นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และเป็นแนวทางในการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

### กรอบแนวความคิดของงานวิจัย



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ความหมายเขตเศรษฐกิจพิเศษ

**เขตเศรษฐกิจพิเศษ** หมายถึง เขตพื้นที่ที่จัดตั้งขึ้นเป็นการเฉพาะตามกฎหมาย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมสนับสนุน และอำนวยความสะดวก รวมทั้งให้สิทธิพิเศษบางประการในการดำเนินกิจการต่าง ๆ เช่น การอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม การบริการ หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศสิทธิประโยชน์ที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม การพาณิชย์กรรม หรือกิจการอื่นใดที่เป็นประโยชน์แก่การเศรษฐกิจของประเทศ ได้รับอยู่แล้วตามกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน ได้แก่ การส่งเสริมการลงทุน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 การนิคมอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 และเขตปลอดอากร ตามพระราชบัญญัติศุลกากร พระพุทธศักราช 2496 โดยมีสาระสำคัญการให้สิทธิประโยชน์ ดังนี้

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ ควรออกเป็นพระราชบัญญัติเช่นเดียวกับพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 และพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 โดยการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติศุลกากร พระพุทธศักราช 2496 เพิ่มบทบัญญัติในหมวด 10 ตรี **“เขตเศรษฐกิจพิเศษ”** การจัดตั้งให้ออกเป็นประกาศกระทรวงการคลัง โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรีและผู้ประกอบการในเขตดังกล่าวได้รับสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุน ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุน พ.ศ.2520 ผู้ประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม ตามพระราชบัญญัติการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 และผู้ประกอบการในเขตปลอดอากร ตามพระราชบัญญัติศุลกากร พระพุทธศักราช 2469 ตามรายละเอียดที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น (OKNationBlog, 2558)

#### ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

การที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 และประเทศไทยมีสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ จะมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อประเทศไทย เพราะเป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนี้ (OKNationBlog, 2558)

1. เป็นการส่งเสริมการลงทุนในประเทศ เพราะประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. เป็นการส่งเสริมการส่งออก เพราะช่วยลดต้นทุนในการประกอบการต่าง ๆ เช่น ค่าแรงงาน ราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้าน
3. เป็นการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าจากต่างประเทศเข้าดำเนินการในประเทศไทย
4. เป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าจากประเทศไทย และประเทศต่าง ๆ ไปสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศอื่น ๆ



5. ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ

### การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ

แนวทางการพัฒนาและขับเคลื่อนการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษให้เป็นรูปธรรมเริ่มมีทิศทาง การพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น เมื่อคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้เข้ามาบริหารประเทศโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้มีคำสั่งคณะรักษาความสงบแห่งชาติที่ 72/2557 แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งในการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 1 1/2557 ซึ่งมีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เป็นประธานที่ประชุม ได้ให้ความเห็นชอบพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการจัดตั้งเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษระยะแรกของไทย ใน 5 พื้นที่ชายแดน เพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ได้อย่างสมบูรณ์ ได้แก่

1. อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก (ติดกับประเทศเมียนมา)
2. อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว (ติดกับประเทศกัมพูชา)
3. พื้นที่ชายแดน จังหวัดตราด (ติดกับประเทศกัมพูชา)
4. พื้นที่ชายแดน จังหวัดมุกดาหาร (ติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)
5. อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา (ด้านสะเดา ด้านป่าดงเบงชาร์) (ติดกับประเทศมาเลเซีย)



ที่มา: [www.oknation.net](http://www.oknation.net)

โดยคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ได้เห็นชอบหลักเกณฑ์และวิธีการสนับสนุนการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 4 เรื่อง ได้แก่ 1) สิทธิประโยชน์สำหรับการลงทุน 2) การให้บริการ จุดเดียวแบบเบ็ดเสร็จ 3) มาตรการสนับสนุนการใช้แรงงานต่างด้าว และ 4) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และด้านศุลกากรในพื้นที่ เพื่อให้สามารถรองรับกิจกรรมในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและเชื่อมโยงในภูมิภาค ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกันนี้ได้กำหนดแผนการดำเนินงานและมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ ประกอบกับให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ทำการประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ 5 พื้นที่ ในเรื่องความก้าวหน้าการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง ความพึงพอใจของภาคส่วนต่าง ๆ ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อการปฏิบัติเป็นไปอย่างถูกต้องมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดประโยชน์ส่วนรวมของประเทศเพื่อนำมาใช้ประกอบในการพัฒนาและจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษในระยะต่อไปให้มีประสิทธิภาพ โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (กนพ.) ครั้งที่ 2/2558 เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2558 โดยนายกรัฐมนตรี ได้มอบนโยบายให้คณะอนุกรรมการฯ 4 คณะที่จัดตั้งขึ้นใหม่

- 1) อนุกรรมการสิทธิประโยชน์ กำหนดพื้นที่และศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน
- 2) อนุกรรมการศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านแรงงาน สาธารณสุขและความมั่นคง
- 3) อนุกรรมการด้านโครงสร้างพื้นฐานและด้านศุลกากร
- 4) อนุกรมจัดหาที่ดินและบริหารจัดการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดขับเคลื่อนและบริหารจัดการเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษให้บรรลุวัตถุประสงค์โดยเร็ว

และรัฐบาลจะกำกับดูแลให้การลงทุนในเขต 20 จังหวัดที่มีรายได้ต่อหัวต่ำ การลงทุนในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และการส่งเสริมการประกอบการของภาคเอกชนให้มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกัน ภายหลังการประชุมคณะรัฐมนตรีวันที่ 17 มีนาคม 2558 พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กำชับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งขับเคลื่อนเขตเศรษฐกิจพิเศษให้เกิดรูปธรรมเร็วที่สุด โดยพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวว่า จะต้องมีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ จำนวน 3 รูปแบบ ซึ่งจะปฏิบัติตามข้อกำหนดเรื่องของผังเมือง และระบบสาธารณูปโภค รวมไปถึงการกำหนดสิทธิประโยชน์ในการลงทุน โดยมอบหมายให้กระทรวงมหาดไทยสำรวจพื้นที่ที่เป็นของทางราชการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อกำหนดให้เป็นพื้นที่ดังกล่าวจำนวน 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ส่งเสริมพื้นที่ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจบีโอไอ ในลักษณะเป็นนิคมอุตสาหกรรม
2. ให้เอกชนมาเช่าพื้นที่เพื่อลงทุน
3. ส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ คาดว่าจะมีความก้าวหน้าในการดำเนินงานระยะที่ 1 ภายในปีนี้ โดยจะยังไม่มีปรับปรุงอะไรไม่ว่าจะเป็นถนน เส้นทางสาธารณูปโภค ด้านศุลกากรซึ่งอยู่ในแผนการดำเนินการระยะยาวอยู่แล้ว แต่จะเร่งรัดการให้ขับเคลื่อนการทำงานให้เร็วที่สุด สำหรับกรณีแรงงานประเทศเพื่อนบ้านที่ต้องการจะเดินทางเข้ามาทำงานในเขตเศรษฐกิจนั้น ได้มอบหมายให้กระทรวงแรงงานดำเนินการจดทะเบียนแรงงานดังกล่าวเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้า - ออกประเทศแบบเข้าไปเย็นกลับ รวมไปถึงแรงงานตามฤดูกาลที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย นอกจากนี้ นายกรัฐมนตรีได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดูแลการให้บริการของสำนักงานพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในการให้บริการประชาชนด้านต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยร้อยเอกนายแพทย์ยงยุทธ มัยลาภ โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี แถลงผลการประชุมคณะรัฐมนตรีว่า นายกรัฐมนตรี ได้กล่าวในที่ประชุมถึงการส่งเสริมเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์ one stop service เพื่อติดต่อประสานการดำเนินธุรกิจ และเชื่อมโยงไปสู่ one

stop service ของกระทรวงต่าง ๆ เรียกว่าสำนักงานพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยมอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปดูเรื่องการให้บริการของสำนักงานดังกล่าวให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีความเชื่อมโยง รวมทั้งให้เจ้าหน้าที่ดูแลตรวจสอบเอกสาร และตอบข้อซักถามต่าง ๆ ส่งไปยังกระทรวงที่เกี่ยวข้องให้สามารถบริการประชาชนด้วยความสะดวกรวดเร็ว เป็นไปตาม พรบ. อำนาจความสะดวกตลอดจนขอให้หน่วยงานต่าง ๆ ไปดำเนินการในส่วนของสำนักงานเขตเศรษฐกิจพิเศษดังกล่าวในพื้นที่ต่าง ๆ ให้เรียบร้อยภายในวันที่ 27 มีนาคมนี้ อย่างไรก็ตาม จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาและวางแผนการดำเนินการ รวมถึงการสร้าง ความเข้าใจและรับฟังความคิดเห็นของทุกภาคส่วนในการพัฒนาพื้นที่ และการเตรียมความพร้อมในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC

### ผลกระทบเขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดาต่อเศรษฐกิจภาคใต้

หากมองถึงศักยภาพความเหมาะสมของอำเภอสะเดาในการเป็นหนึ่งในพื้นที่จัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษนั้น ถือว่ามีความเหมาะสมอยู่หลายประการ ประการแรก สามารถเป็นพื้นที่เชื่อมโยงระดับภูมิภาค เป็นประตูทางใต้ของไทยบนแนว NSEC มีช่องทางขนส่งหลักทางถนนและรางเชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย และประเทศสิงคโปร์ ประการที่สอง พื้นที่อำเภอสะเดานั้นอยู่ใกล้พื้นที่อุตสาหกรรมที่ใช้วัตถุดิบสำคัญของภาคใต้อย่างยางพารา อุตสาหกรรมผลิตถั่วมีอย่างของมาเลเซีย และระยะทางไม่ไกลจากท่าเรือกลางของมาเลเซีย ซึ่งปัจจุบันไทยได้ส่งออกสินค้าสำคัญหลายชนิดผ่านท่าเรือดังกล่าวออกไปสู่ผู้ซื้อปลายทางหลายประเทศ จึงง่ายต่อการส่งออกสินค้าสำคัญ เช่น ยางแผ่นดิบ และน้ำยางข้น

จากโครงสร้างเศรษฐกิจของภาคใต้ปี 2555 พบว่า สาขาเศรษฐกิจสำคัญที่เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคใต้ คือ ภาคเกษตรกรรม และภาคอุตสาหกรรม โดยในภาคเกษตรกรรมมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดคือ ยางพารา ซึ่งภาคใต้เป็นแหล่งปลูกยางพารามากที่สุดของประเทศไทย และไทยก็เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกยางพารามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งของโลก นอกจากนี้ ยังมีสินค้าเกษตรกรรมที่สำคัญรองลงมา ได้แก่ ปาล์มน้ำมัน และกุ้งเพาะเลี้ยง สินค้าเกษตรทั้งหมดนี้ถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบขั้นต้นขั้นดีเหมาะสำหรับนำไปเป็นวัตถุดิบแปรรูปในอุตสาหกรรมหลากหลายประเภท แต่ภาคอุตสาหกรรมในพื้นที่ภาคใต้ปัจจุบันส่วนใหญ่ยังคงเป็นการแปรรูปวัตถุดิบในขั้นต้น ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นพื้นฐาน จึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตภาคการเกษตรได้ไม่สูงมากนัก

หากพิจารณาสินค้าส่งออกสำคัญผ่านด่านศุลกากรไทย - มาเลเซียในปัจจุบัน เห็นได้ว่าสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดคือ ยางพาราและผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ โดยมีสินค้าส่งออกสำคัญรองลงมา คือ ส่วนประกอบกับอุปกรณ์ประกอบใช้สำหรับเครื่องจักร และวงจรรวมกับไมโครแอสเซมบลีที่ใช้ในทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันมีฐานการผลิตอยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศ แต่ส่งออกผ่านทางภาคใต้

การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา ถ้ามีแรงจูงใจสำหรับนักลงทุนที่น่าสนใจอย่าง สิทธิพิเศษต่าง ๆ และความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งเป็นเรื่องที่ภาครัฐกำลังเร่งดำเนินการ จะดึงดูดให้นักลงทุนมาลงทุนเพิ่ม โดยเขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดามีความเหมาะสมที่สุดเมื่อเทียบกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอื่น ๆ ที่สามารถพัฒนาเป็น Export Processing Zone เพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภาคใต้ ซึ่งจะช่วยให้รูปแบบการผลิตและส่งออกสินค้าผ่านด่านศุลกากรชายแดนไทย - มาเลเซีย จะเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการผลิตและการส่งออกผลิตภัณฑ์ยางเพิ่มขึ้น อาทิ ยางล้อ ถั่วมีอย่าง แผ่นยางทำพื้นสนามกีฬา ประกอบกับรัฐบาลก็มีนโยบายกระตุ้นการใช้ยางพาราในประเภท ส่วนปาล์มน้ำมัน ที่ปัจจุบันผลิตและ

ส่งออกในรูปแบบวัตถุดิบขั้นต้นอย่างน้ำมันปาล์มดิบ ก็เปลี่ยนเป็นผลิตและส่งออกในรูปแบบสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำมันปาล์มเพิ่มขึ้น อาทิ อาหารแปรรูป เครื่องสำอางและยา นอกจากนี้เป็นโอกาสอันดี สำหรับโรงงานผลิตส่วนประกอบเครื่องจักรและอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ในการลงทุนในพื้นที่ภาคใต้ นอกจากสิทธิพิเศษต่าง ๆ แล้ว ยังสามารถลดต้นทุนค่าขนส่งได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษให้เป็นอย่างดี ยั่งยืน ในเบื้องต้นภาครัฐต้องมีการวางแผนการฝึกอบรมบุคลากรและแรงงานให้มีความสามารถพร้อมรับเอาความรู้ (Absorb capabilities) จากต่างชาติที่เข้ามาลงทุนอย่างสม่ำเสมอ ไม่ให้เกิดช่องว่างทางเทคโนโลยี (Technology gap) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ปลายน้ำอย่างยางพาราและปาล์มน้ำมัน ที่เป็นวัตถุดิบที่มีจำนวนมากในพื้นที่ภาคใต้ หากเรามีแรงงานและบุคลากรที่สามารถรองรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีและทักษะการทำงานจากต่างชาติได้มาก ไม่ว่าจะเป็นโดยทางตรงหรือทางอ้อม ก็อาจคาดการณ์ได้ว่าคนเหล่านั้นจะสามารถนำความรู้มาพัฒนาในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจนสามารถขยายเป็นวงกว้างได้ในระยะยาวทำให้ความเจริญจะไม่กระจุกตัวอยู่แค่ในกรอบของคำว่าเขตเศรษฐกิจพิเศษอีกต่อไป ยิ่งไปกว่านั้น นอกเหนือจากการเอาเทคโนโลยีจากต่างชาติมาประยุกต์ใช้แล้ว ภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศยิ่งขึ้นไป ทั้งนี้ ในอนาคตจะทำการศึกษาระบบเชิงลึก ถึงอุตสาหกรรมที่เป็นดาวรุ่งของภาคใต้ เพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจประเทศใน AEC โดยเฉพาะเพื่อนบ้านสำคัญอย่างประเทศมาเลเซีย (สรวิชพงศ์ สิทธิชัย, 2558)

### ความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยในอาเซียน

แม้ว่าประเทศไทยจะมีปัญหาบางด้านแต่ก็เป็นประเทศหนึ่งที่มีความได้เปรียบและมีจุดแข็งหลายด้านเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน พิจารณาได้จากขีดความสามารถในการแข่งขันโดยรวมที่จัดทำโดยสถาบันนานาชาติเพื่อพัฒนาด้านการจัดการ (International Institute for Management Development : IMD) ในปี 2554 พบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 10 เมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และเป็นอันดับที่ 3 ในภูมิภาคอาเซียน โดยเป็นรองเฉพาะประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย ทั้งนี้ สามารถแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

**1. ด้านตลาดแรงงาน** พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการว่างงานที่อยู่ในระดับต่ำ โดยในเดือน ธ.ค. 2554 อัตราการว่างงานของประเทศไทยอยู่ในระดับร้อยละ 0.4 ของประชากรที่อยู่ในวัยแรงงาน ขณะที่ประสิทธิภาพของแรงงาน (Labor Productivity) ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน และมีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ตามลำดับ ขณะเดียวกัน รายได้ประชากรต่อหัวของไทยที่ได้รับโดยเฉลี่ยก็อยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม และต่ำกว่าเฉพาะสิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย

**2. ด้านการท่องเที่ยว** พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับไปทั่วโลก โดยกระทรวงการต่างประเทศแจ้งว่า ประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award Stockholm ประจำปี ค.ศ.2011 สาขาประเทศท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด (Best Tourist Country) และเป็นปีที่ 9 ที่ไทยได้รับรางวัลดังกล่าวติดต่อกัน

**3. ขนาดของตลาด** ภูมิภาคอาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีตลาดขนาดใหญ่ ยังมีศักยภาพที่จะขยายตัวได้อีกมากในอนาคต โดยเฉพาะประเทศไทยมีจำนวนประชากรสูงถึง 66.7 ล้านคน มากเป็นอันดับ 4 รองจากประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ที่มีประชากร 245.6 ล้านคน 101.8 ล้านคน และ 90.5

ล้านคน ตามลำดับ ขณะที่ เมื่อพิจารณาโครงสร้างอายุประชากรของประเทศสมาชิกอาเซียนแล้ว พบว่า มีความคล้ายคลึงกันโดยประชากรส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศอยู่ในวัยหนุ่มสาวและวัยทำงาน (อายุระหว่าง 15-64 ปี) ประมาณร้อยละ 70 ของประชากรทั้งหมดใน ซึ่งไทยได้ผูกพันเปิดตลาดทั้งหมด 143 รายการ ตามข้อตกลงการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งครอบคลุมสาขาบริการหลัก อาทิ บริการวิชาชีพ (ได้แก่ วิชาชีพวิศวกรรม สถาปัตยกรรม และบัญชี เป็นต้น) คอมพิวเตอร์และการสื่อสาร การก่อสร้าง การจัดจำหน่าย (อาทิ บริการค้าส่งเครื่องกีฬาและบริการแฟรนไชส์ เป็นต้น) การศึกษาในทุกระดับ บริการด้านสุขภาพ บริการสิ่งแวดล้อม และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น ตลอดจนการวางยุทธศาสตร์ของประเทศโดยใช้จุดแข็งที่กล่าวมาแล้วให้เป็น ประโยชน์มากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่และเพื่อให้ได้ประโยชน์จากการเข้าสู่ AEC มากที่สุด

**4. ทำเลที่ตั้ง** ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านยุทธศาสตร์การคมนาคมอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยมีที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ซึ่งได้เปรียบการคมนาคมทั้งทางบกและทางอากาศ จากแหล่งทำเลที่ตั้งในภูมิภาคอาเซียน รวมไปถึงแหล่งทำเลที่ตั้งในโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region : GMS) ซึ่งทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการคมนาคมในภูมิภาคอาเซียนได้ไม่ยากนัก นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินและคมนาคมทางบกที่จะเชื่อมประเทศคาบสมุทรอินโดจีนและเชื่อมโยงเอเชียเหนือโดยเฉพาะจีนกับเอเชียตะวันตกโดยเฉพาะอินเดียเข้าด้วยกันหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว ประเทศไทยต้องให้ความสนใจกับการเพิ่มผลิตภาพทั้งด้านการศึกษาและทักษะที่สูงขึ้น เพราะในขณะนี้ประสิทธิภาพการผลิตของไทยเพิ่มขึ้นช้า หากเกิดการขาดแคลนแรงงานจะส่งผลให้เศรษฐกิจไทยเติบโตในอัตราต่ำ แม้ว่าประเทศไทยมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน แต่ประเทศไทยก็ยังคงเตรียมพร้อมอีกหลายด้าน เช่น ในด้านภาษีซึ่งปัจจุบันอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลของไทยอยู่ที่ 30% ซึ่งถือว่าสูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในอาเซียน แต่ก็จะมีการปรับลดลงเหลือ 23% ในปี 2555 และเหลือ 20% ในปี 2556 ตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งจะทำให้ระบบภาษีของไทยเอื้ออำนวยต่อการแข่งขัน นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง อาทิ รถยนต์และชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ เพื่อให้เติบโตต่อไปได้ตามการขยายตัวของสินค้าในตลาดโลก (โพสท์ทูเดย์, 2555)

#### กลยุทธ์การบริหารจัดการการค้า

##### ทฤษฎีที่เกี่ยวกับFive Force Model

เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการวิเคราะห์การตลาดของ Michael Potter ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ซึ่งเจ้าเครื่องมือชิ้นนี้มักถูกใช้เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดเพื่อเตรียมรับมือกับสภาพของตลาดที่สินค้าและบริการของเรานั้นเข้าไปอยู่ว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร และมีความเสี่ยงแค่ไหนในการทำธุรกิจ ซึ่ง Five forces model ที่ว่านี้ไม่ได้ถูกจำกัดว่าจะต้องใช้กับธุรกิจขนาดใหญ่เสมอไป เพราะในความเป็นจริงแล้วบรรดาธุรกิจขนาดเล็ก แม้แต่ร้านค้าขายเสื้อผ้าในตลาดก็ควรที่จะใช้เครื่องมือชิ้นนี้เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงของธุรกิจได้เช่นกัน ซึ่ง 5 แห่งมูสำหรับ Five Forces Model มีดังนี้ (อิงค์ควิตี, 2015)

- อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining power of customers) ในบางครั้งผู้ซื้อที่มีอำนาจที่จะกำหนดราคาของสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่ลูกค้าต้องการ สำหรับผู้ประกอบการ แล้วนั้น ทั้งการลดราคาขายก็ทำให้รายได้ลดลง ส่วนการเพิ่มคุณภาพก็ทำให้ต้นทุนนั้นสูงขึ้น และปัจจัยเหล่านี้ก็นำไปสู่ผลกำไรที่ลดลงอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าให้ความสนใจน้อยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาดลูกค้าก็จะมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น และจะ

ยิ่งสูงขึ้นไปอีกถ้าหากลูกค้ามีการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อในปริมาณมาก เพราะลูกค้านั้นจะมีสิทธิในการเลือกที่จะไปเสนอซื้อกับผู้ประกอบการเจ้าอื่น ๆ ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพได้ในแบบที่พวกเขาต้องการ

ดังนั้นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการชนิดเดียวกันในการกำหนดฐานราคาต่ำที่สุดที่จะขายให้กับลูกค้าได้ เพราะเมื่อเราทำข้อตกลงกับกับร้านค้าอื่น ๆ ในเรื่องราคาแล้วลูกค้าก็จะไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้มากนัก เนื่องจากในแต่ละร้านก็จะมีราคาของสินค้าที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อลดการแข่งขันการตัดราคาของผู้ประกอบการทุกฝ่าย แต่ทั้งนี้บรรดาผู้ประกอบการก็สามารถเลือกที่จะแข่งขันธุรกิจกันได้นอกเหนือด้านราคาอย่างเช่น ด้านการบริการ แพคเกจของสินค้า หรือชื่อเสียงแบรนด์โดยไม่ต้องลดมูลค่าของสินค้าและบริการลง

2. อำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ (The bargaining power of suppliers) Force ที่ต้องเผชิญในหัวข้อนี้ก็คือกลุ่มซัพพลายเออร์ที่รวมกลุ่มกันเพื่อลดอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าเพื่อตัวเองนั้นขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นหรือมีคุณภาพที่น้อยลงโดยที่เราไม่มีสิทธิเลือกมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่ต้องเจอกับซัพพลายเออร์ที่มีจำนวนน้อยแล้วยิ่งเสี่ยงที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ได้ยาก เพราะทางเลือกเราย่อมน้อยลงตามไปด้วย และแน่นอนว่าเมื่อเรากำหนดราคาเองไม่ได้ก็จะส่งผลให้ต้นทุนในการทำธุรกิจของเรานั้นสูงขึ้น

ซึ่งวิธีรับมือกับอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์นั้นก็คือการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสินค้าและบริการเดียวกันเพื่อไปต่อรองราคา หรือรวมกลุ่มกันเพื่อสั่งซื้อสินค้าที่ละมาก ๆ เพื่อลดราคาของวัตถุดิบให้ถูกลงไม่เช่นนั้นจะไปเลือกใช้บริการของเจ้าอื่นแทน ซึ่งนอกจากกลุ่มซัพพลายเออร์นี้จะมีอำนาจต่อรองที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างสัมพันธ์มิตรอันดีกับบรรดาคู่แข่งที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้าในอนาคตได้อีกด้วย

3. การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ (Threat of new entrants) ในหัวข้อนี้เราจะมาดูกันที่อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของสินค้าและบริการนั้น ๆ เพราะแน่นอนว่าหากธุรกิจที่ผู้ประกอบการกำลังทำอยู่นั้นมียอดขายสูง มีกำไรดี แต่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ต่ำ ก็จะทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่ ๆ เข้ามาลงทุนอีกมากมายภายในเวลาไม่ช้า ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อมีการแข่งขันในตลาดเดียวกันแล้ว ส่วนแบ่งการตลาดและกำไรที่เคยมีสูงก็ต้องลดลงเป็นเรื่องปกติ โดยปกติแล้วธุรกิจใหญ่ ๆ อาจยังไม่ค่อยได้รับผลกระทบในเรื่องนี้สักเท่าไร เพราะสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่แล้วนั้นมักมีวัตถุดิบมาในราคาที่ถูกลง ทำให้สามารถกำหนดราคาในราคาต่ำที่ต่ำกว่า รวมไปถึงระบบงานทั้งวิธีการจัดส่งและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพจนยากที่เจ้าใหม่จะเข้ามาทัดเทียมได้

แต่สำหรับแบรนด์เล็กนั้นก็เชื่อว่าจะไม่มีการออกเลยเพราะแบรนด์เล็กนั้นก็ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดเป็นความจงรักภักดีได้เช่นกัน การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับของผู้คนก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ว่าจะมีผู้ประกอบการหน้าใหม่เปิดตัวมา ลูกค้าก็จะยังคงใช้บริการสินค้าและบริการของเราต่อไป ดังนั้นหากเรารู้ตัวแล้วว่าธุรกิจที่ทำอยู่นั้นสามารถมีคู่แข่งใหม่ ๆ เข้ามาในตลาดในตลาดก็ควรให้ความสำคัญกับคุณค่าของแบรนด์ และสร้างความโดดเด่นที่เลียนแบบได้ยากเข้าไว้ก็จะกลายเป็นอุปสรรคที่ยากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ไม่น้อยเลย

4. การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of substitutes) การคุกคามนี้มักจะเกิดเมื่อลูกค้าของเราสามารถหาสินค้าที่มาแทนสินค้าของเราได้อย่างง่ายดาย โดยสินค้าทดแทนนั้นอาจมีราคาที่ถูกลงกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่าของเรา จนตัดสินใจที่จะเลิกซื้อสินค้าและใช้บริการของเราแล้วหันไปเลือกใช้สินค้าทดแทนแทน เช่น กล้องคอมแพคที่ก่อนหน้านี้เป็นนิยมสำหรับคนที่อยากมีกล้องเล็ก ๆ ติดตัวไว้สักอัน แต่ในปัจจุบันกลับถูกแทนที่ด้วยสมาร์ตโฟนที่มีฟังก์ชันในการถ่ายรูป ซึ่งนอกจากจะมีราคาที่ใกล้เคียงกันแล้ว สมาร์ตโฟนยังมีฟังก์ชันต่าง ๆ อีกมากมาย อีกทั้งยังเป็นอุปกรณ์ที่พกติดตัวตลอดอยู่แล้ว ทำให้ผู้คนเลือกที่จะใช้สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นและใช้กล้องคอมแพคลดลง ซึ่งเมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นเราจึง

ต้องมั่นใจว่าสินค้าและบริการของเรานั้นจะมีจุดเด่นอะไรบ้างที่โดดเด่นจนไม่สามารถหาสินค้าทดแทนมาใช้ได้ หรืออาจใช้รูปลักษณ์ของแพคเกจที่ทำให้สินค้าของเราดูมีคุณค่าและน่าซื้อมากกว่าสินค้าทดแทนก็ได้

5. การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (Rivalry among existing competitors) ความรุนแรงในการแข่งขันในหัวข้อนี้นั้นประกอบไปด้วยปัจจัยใน 4 หัวข้อข้างต้นทั้ง อำนาจของผู้ซื้อ อำนาจของซัพพลายเออร์ การคุกคามของผู้ประกอบการหน้าใหม่ การคุกคามจากการมีสิ่งทดแทนได้ นั้นล้วนส่งผลต่อการอัตราความรุนแรงในการแข่งขันแทบทั้งสิ้น และยังตลาดไหนที่มีอัตราการแข่งขันที่รุนแรงแล้วนั้นธุรกิจก็จะมีความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่สูงตาม ดังนั้นเมื่อตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงแล้ว ก็ควรที่จะเตรียมพร้อมรับมือให้ดี และรีบทำให้องค์กรแข็งแกร่งเพื่อที่จะได้อยู่รอดในตลาดได้

### ทฤษฎีการบริหาร 8 M's

ทฤษฎีการบริหาร 8 M's ที่จะทำให้การบริหารธุรกิจหรือองค์กรให้เกิดความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จะประกอบด้วย (Autchariyaporn Kingkan , 2556)

1. Man หมายถึง บุคลากร คือ ผู้ที่จะต้องเกี่ยวข้องกับระบบงาน หรือหมายถึง คนทุกคนที่เกี่ยวข้องกับระบบนั่นเอง อาจประกอบไปด้วยผู้บริหารระดับต่าง ๆ ซึ่งจะมีทั้งผู้บริหาร ระดับสูง ระดับกลาง และระดับปฏิบัติงาน และอาจประกอบด้วยนักวิชาการในระดับต่าง ๆ แต่จะนับรวมลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสำคัญไม่น้อยของระบบด้วยหรือไม่ก็ยอมสุดแล้วแต่นักวิชาการทางด้านบริหารระบบจะตัดสินใจ

2. Money หมายถึง เงินหรือทรัพย์สินที่มีค่าเป็นเงินของระบบ ซึ่งนับเป็นหัวใจที่สำคัญอย่างหนึ่งของระบบ เช่น เงินทุน เงินสด เงินหมุนเวียน เงินค่าใช้จ่าย หรือ เงินรายรับ รายจ่ายต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นต้น ถ้าการเงินของระบบไม่ดีพอแล้ว ระบบนั้นย่อมจะประสบกับความยุ่งยากหรืออาจถึงแก่การหายนะได้ เพราะฉะนั้น ระบบธุรกิจทุกชนิดจะต้องมีความระมัดระวังในเรื่องของการเงินเป็นพิเศษ

3. Material หมายถึง ตัวสินค้าหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้า ซึ่งเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของระบบไม่น้อย ปัญหาในเรื่อง Material หรือสินค้าและวัสดุนี้มี 2 ประการใหญ่ ๆ

3.1 ประการแรก เป็นการขาดแคลนวัสดุ เช่น การขาดวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิตสินค้าของโรงงานอุตสาหกรรม เมื่อขาดวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ก็จะทำให้ไม่มีสินค้าสำหรับขาย ผลก็คือการขาดทุน

3.2 ประการที่สอง คือ การมีวัตถุดิบมากเกินไปจนเกิดความต้องการ เช่น มีสินค้าที่จำหน่ายหรือขายไม่ออกมากเกินไป ทำให้เงินทุนไปจมอยู่กับวัตถุดิบทำให้เกิดการขาดทุนเช่นเดียวกันนั่นเอง

4. Machine หมายถึง เครื่องจักร อุปกรณ์ และเครื่องมือเครื่องใช้ในโรงงานหรือในสำนักงาน ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สร้างปัญหาให้กับระบบอย่างสำคัญประการหนึ่งเหมือนกัน ปัญหาที่ทำให้ได้กำไรหรือขาดทุนมากที่สุดของธุรกิจมักเกิดจากเครื่องจักรและอุปกรณ์การทำงานเป็นส่วนใหญ่ เช่น เครื่องมีกำลังผลิตไม่พอ เครื่องเก่า หรือเป็นเครื่องที่ล้าสมัยทำให้ต้องเสียค่าซ่อมบำรุงสูง มีกำลังผลิตน้อย ประสิทธิภาพในการทำงานต่ำ แต่ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงหรือค่าทำงานที่ล่าช้า ทำงานไม่ทันกำหนดเวลาที่กำหนดไว้ ทำให้เกิดความเสียหายและขาดรายได้หรือขาดทุน เป็นต้น

5. Management หมายถึง การบริหารระบบ ซึ่งเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ทำให้ระบบเกิดปัญหา เพราะการบริหารที่ไม่ดีหรือการบริหารที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ของสภาวะแวดล้อมหรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสังคม เศรษฐกิจและการเมือง ที่เรียกกันว่า ไม่เป็นไปตามโลกาวัตร หรือการได้ผู้บริหารที่ไม่มีประสิทธิภาพมาบริหารงาน ซึ่งส่วนมากมักเกิดขึ้นในระบบราชการ สำหรับระบบทางธุรกิจของเอกชนจะถือว่า การบริหารงานเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดเพราะถ้าการบริหารไม่ดีแล้วธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถที่จะอยู่ได้กิจการต้องล้มเลิกไปในที่สุด

6. Morale หมายถึงขวัญและกำลังใจของบุคคลในระบบ หรือหมายถึง ค่านิยมของคนที่มีต่อระบบหรือต่อองค์กรมากกว่า ซึ่งเป็นค่านิยมของคนในระบบที่มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นค่านิยมของผู้บริโภคหรือบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนให้ระบบอยู่รอดและกระตุ้นจิตใจด้วยวิธีต่าง ๆ ก็มีจุดมุ่งหมายในสิ่งนี้ระบบที่ขาดค่านิยมหรือขาดความเชื่อมั่นของบุคคลระบบนั้นก็มักจะอยู่ต่อไปไม่ได้ จะต้องประสบกับความล้มเหลวในที่สุด

นอกจากนี้การบริหารองค์กรหรือธุรกิจที่ให้มีความสำเร็จมากยิ่งขึ้นจะต้องเพิ่มปัจจัยในการบริหารองค์กร อีก 2 ปัจจัย จาก 6 M's เป็น 8 M's ซึ่งจะประกอบด้วย (Miranda Priestly, มปป)

7. Market หมายถึง การตลาดถือเป็นการกำหนดประชากร กลุ่มเป้าหมาย แยกตามความต้องการการบริการ พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดความแตกต่างในความต้องการของลูกค้าและกลุ่ม

8. Message หมายถึง ข่าวสาร ซึ่งการบริการข้อมูลข่าวสารประเภทต่าง ๆ จะทำให้การประสานงานเกิดความรวดเร็วกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อองค์กรอีกทางเลือกหนึ่งในการประชาสัมพันธ์งานในองค์กรและนอกองค์กร

#### ทฤษฎีเกี่ยวกับ Modern Trade

Modern Trade หมายถึง การค้าขายปลีกสมัยใหม่ นับเป็นแนวโน้มที่สำคัญของ สังคมทั่วโลก เพราะเป็นระบบการค้าที่มีประสิทธิภาพสูง สะดวกสบาย และมีต้นทุนต่ำเนื่องจากการประหยัดจากขนาด ปัจจุบันร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะ แตกต่างกันไป ตั้งแต่แนวคิดหลัก เงินลงทุน ที่ตั้ง ลักษณะขนาดโครงสร้างของอาคารรวมไปถึงการตกแต่ง ขนาดพื้นที่ใช้สอยหรือพื้นที่ที่วางสินค้าลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป สินค้าที่วางจำหน่าย ปริมาณสินค้า และประเภทสินค้าที่วางจำหน่ายตลอดจนบริการต่าง ๆ ที่จัดให้มีภายในสถานประกอบการลักษณะเด่นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ (สำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า, 2014)

- 1.การจัดการด้านรูปแบบของร้านและการตกแต่งร้าน
- 2.การจัดการเรื่องสินค้าและบริการ
- 3.การจัดการเรื่องระบบในการควบคุมสินค้าและบริการ
- 4.การจัดการเรื่องการบริหารคนเงินและการตลาด

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กานต์ชนก บัวทอง , 2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการบริหารร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้านค้าจะใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจประเภทนี้และเพื่อดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการ กิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง กลยุทธ์ที่กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญเรื่องของการบริการลูกค้า เช่น การให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น ผลจากการวิเคราะห์โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่องการรับรู้ในการใช้กลยุทธ์การบริหารมีความพึงพอใจอย่างมาก แสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้กลยุทธ์แต่ละกิจกรรม ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ถึงกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มปัจจัยในการดำเนินกิจการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ธนยศ ดอกดวง ,2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ที่ผู้บริหารตลาดและนำมาใช้ดังนี้คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างการออกแบบสถานที่ กลยุทธ์การกำหนดร้านค้าโดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าซึ่งมาที่ตลาดศรีเมือง ต้องการสินค้าที่ครบทุกอย่าง กลยุทธ์การ



ส่งเสริมการตลาดมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มยอดขายในด้านต่างๆและมีการรับซื้อผลผลิตจากชาวเกษตรกรเมื่อเกิดปัญหาผลผลิตตกต่ำ กลยุทธ์รักษาราคาลูกค้าโดยจัดตั้งกลุ่มชาวเกษตรกรศรีเมืองขึ้น การบริหารตลาดนั้นด้านอื่นที่มีประสิทธิภาพ ตลาดศรีเมืองเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในพื้นที่ ปัญหาที่สำคัญของผู้ประกอบการตลาดศรีเมืองคือ ปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ฝืดผวน การเกิดขึ้นของธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติ

ณัชชา ไชยา, 2556 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์และผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านขายของชำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา” ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ประกอบร้านขายของชำมีประสบการณ์ระหว่าง 6 – 10 ปี 2) การจัดการเชิงกลยุทธ์ร้านขายของชำโดยแยกตามด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ ด้านการประเมินและควบคุม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวม 4.09 3) ผลตอบแทนจากการลงทุนของร้านขายของชำพบว่า ด้านยอดขายและด้านกำไร เพิ่มขึ้นไม่เกิน 11-15% 4.) ประสบการณ์มีความสัมพันธ์ กับแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 5.) แนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนจากการลงทุนด้านยอดขายและกำไร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 6.) ตัวแปรการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด การตั้งราคาสินค้า ความแตกต่างด้านบริการ มีอิทธิพลต่อผลตอบแทนจากการลงทุนด้านยอดขายและกำไร

ภักค์วัฒน์ อินทรวงษ์โชติ, 2555 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์อุตสาหกรรม โลจิสติกส์ประเทศไทยกับลาว” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการที่มีคุณภาพบริการและศักยภาพด้านโลจิสติกส์ดีกว่าผู้ประกอบการในประเทศอื่นๆทุกด้าน แต่คุณภาพบริการของผู้ให้บริการยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ จากการศึกษาสามารถกำหนดนโยบาย กลยุทธ์เชิงรุกสำหรับผู้ให้บริการ โดยการสร้างเครือข่ายโลจิสติกส์กับผู้ให้บริการเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามผู้ให้บริการต้องตระหนักปัญหาระหว่างประเทศ เช่น กฎหมายและระเบียบการขนส่งระหว่างชายแดน เพื่อให้การสร้างเครือข่ายดังกล่าวมีความเหมาะสมมากขึ้น

ปิยะณัฐ เอกชัยศิริ, 2555 ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการเงินและการจัดการของบริษัทมหาชนกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์” ผลการศึกษาพบว่า บริษัทที่มีกลยุทธ์ทางการเงินที่ดีจะมีอัตราส่วนทางการเงินที่มีค่าอยู่ในเกณฑ์ดี คือ มีอัตราส่วนสภาพคล่องอยู่ในช่วงระหว่าง 6.4-34 เท่า อัตรากำไรสุทธิอยู่ในช่วงระหว่างร้อยละ 20-57 อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้นอยู่ในช่วงระหว่าง 0.022-0.3 เท่า และบริษัทที่มีงบการเงินที่ดีจะมีกลยุทธ์ทางการเงินที่สำคัญ ได้แก่ ทำเลที่ตั้งของโครงการที่ดี การออกแบบ คุณภาพของโครงการ การส่งมอบที่ตรงเวลา มีบริการหลังการขายที่ดี กลยุทธ์การสร้างบ้านเสร็จก่อนการขาย จัดตั้งบริษัทย่อยเพื่อดำเนินธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง กลยุทธ์บ้านกึ่งสำเร็จรูป มีการใช้เทคโนโลยีแผ่นคอนกรีตสำเร็จรูปโดยการสร้างโรงงานผลิตแผ่นคอนกรีตสำเร็จรูปเพื่อใช้ในโครงการก่อสร้างของบริษัท กลยุทธ์การผสมผสานของธุรกิจอาคารให้เช่า จ้างบุคคลภายนอกทำงานด้านบริหาร และการจัดการของบริษัท โดยกลยุทธ์ทางการเงินต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้บริษัทมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ดีเพิ่มขึ้น

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อให้การวิจัยดำเนินการเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยดังนี้

การจัดเตรียมโครงการตามระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินกิจกรรม คือ ศึกษาข้อมูลและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา และวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสาร ตำรา ข้อมูล สถิติ รายงานการวิจัย บทความ วารสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อมาจัดทำโครงการวิจัย  
ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ ในเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน
2. กลุ่มนักวิชาการ ทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ จำนวน 10 คน
3. หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ศาลากลาง ตำรวจตรวจคนเข้าเมือง เทศบาล เมืองสะเดา เป็นต้น ทำการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และกิจกรรมทางวิชาการอื่น ๆ จำนวน 20 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีการดำเนินการสร้างเครื่องมือ โดยการศึกษาสภาพทั่วไปของพื้นที่ เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือหลักในการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item of Objective Congruency Index) และเมื่อปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด และนำไปคำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) หลังจากนั้นจึงนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริง

1. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและข้อมูลที่ได้จากการจัดกิจกรรมการสนทนากลุ่ม มาประเมิน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในอาเซียน

2. นำข้อสรุปจากข้อมูลทุกส่วนมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยเทคนิควิธี SWOT Analysis โดยศึกษาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอก ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis

3. กำหนดแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยการจัดสนทนากลุ่มย่อย และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และความถูกต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item - Objective Congruence) ก่อนนำไปใช้ในการสอบถามเก็บข้อมูลจริง

การหาค่า IOC ผู้วิจัยได้นำเนื้อหาที่จะสอบกับจุดประสงค์เชิงพฤติกรรม ให้ผู้เชี่ยวชาญ ทางด้านเนื้อหาวิชาแต่ละท่านพิจารณาจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ดร.เพ็ญพิศ ศรีประเสริฐ 2) ดร.สิริลักษณ์ ทองพูน 3) ผศ.ดร.วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์กับเนื้อหา  
(Index of Item - Objective Congruence)

$\sum R$  หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด  
R หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด  
ค่า +1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหา  
ค่า 0 หมายถึง ไม่แนใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับเนื้อหา  
ค่า -1 หมายถึง แนใจว่าข้อคำถามไม่สอดคล้องกับเนื้อหา  
N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านพบว่า แบบสอบถามทุกข้อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณลักษณะเช่นเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในจังหวัดใกล้เคียงกับพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์สำหรับคอมพิวเตอร์ (SPSS for Windows) โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นได้ และจากการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังตารางที่ 3.1

### ตารางที่ 3.1 แสดงค่า Reliability ของแบบสอบถาม

กลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจ SMEs	ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)
1. Five Force Model	0.80
2. Modern Trade	0.76
3. การบริหาร 8 M's	0.92

จากการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามทั้งหมด ตามองค์ประกอบกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจ SMEs ทั้ง 3 ด้าน พบว่า ด้าน Five Force Model ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.80 ด้าน Modern Trade ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.76 และด้าน การบริหาร 8 M's ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.92 ถือว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ได้แก่

#### 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

โดยการสำรวจประชามติ (Public Opinion Survey) เป็นการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย เกี่ยวกับการประกอบกิจการ จำแนกได้ดังนี้

1.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ข้อมูลตามแบบสอบถามของกลุ่มผู้ประกอบการต่าง ๆ ในเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน

1.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive Sampling) ข้อมูลตามแบบสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน

#### 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary Data)

ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร หนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ บทความ แนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่คัดค้านจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

### การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ (Analysis of Data)

#### 1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Analysis) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ วิเคราะห์เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้าของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา เพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

#### 2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (T-test)

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA (F-test))

## ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ แล้วจึงสร้างข้อสรุป และการวิเคราะห์ข้อมูล ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีต่อกลยุทธ์การจัดการธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย คณะผู้วิจัยนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย มาทำการสรุปและนำเสนอในรูปแบบการพรรณนา



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแยกตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะปรากฏผลดังตารางที่ 4.1 – 4.6

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลประเภทของกิจการ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

ประเภทของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการคนเดียว	322	80.5
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	26	6.5
บริษัท จำกัด	42	10.5
อื่น ๆ	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลประเภทของกิจการ จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา มีเจ้าของกิจการคนเดียวมากที่สุด จำนวน 322 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมา คือ บริษัท จำกัด จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5 และน้อยที่สุด คือ อื่น ๆ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทำเลที่ตั้ง จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

ทำเลที่ตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ย่านตัวเมือง	288	72.0
ย่านชนบท	77	19.3
อื่น ๆ	35	8.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ข้อมูลทำเลที่ตั้ง จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา อยู่ในย่านตัวเมืองมากที่สุด จำนวน 288 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมา อยู่ในย่านชนบท จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.3 และ น้อยที่สุด อยู่ในย่านอื่น ๆ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.8

**ตารางที่ 4.3** แสดงข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500,000	244	61.0
500,000 – 1,000,000	86	21.5
1,000,000 – 5,000,000	49	12.3
มากกว่า 5,000,000	21	5.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อปี จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 บาท มากที่สุด จำนวน 244 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.0 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 และน้อยที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 5,000,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3

**ตารางที่ 4.4** แสดงข้อมูลระยะเวลาของกิจการ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ระยะเวลาของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	49	12.3
1 – 5 ปี	125	31.3
มากกว่า 5 ปี	226	56.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ข้อมูลระยะเวลาของกิจการ จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีระยะเวลาของกิจการมากกว่า 5 ปี มากที่สุด จำนวน 226 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา มีระยะเวลาของกิจการ 1 - 5 ปี จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 และน้อยที่สุดมีระยะเวลาของกิจการน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3

**ตารางที่ 4.5** แสดงข้อมูลคู่แข่งทางธุรกิจ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

คู่แข่งทางธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
มากราย	329	82.3
น้อยราย	71	17.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ข้อมูลคู่แข่งทางธุรกิจ จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีคู่แข่งชั้นจำนวนมากราย จำนวน 329 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.3 และคู่แข่งชั้นจำนวนน้อยราย จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8

ตารางที่ 4.6 แสดงข้อมูลเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000,000	270	67.5
1,000,000 – 5,000,000	89	22.3
5,000,000 – 10,000,000	20	5.0
มากกว่า 10,000,000	21	5.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ข้อมูลเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ น้อยกว่า 1,000,000 บาท มากที่สุด จำนวน 270 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ 1,000,000 – 5,000,000 บาท จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.3 และน้อยที่สุด มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ 5,000,000 – 10,000,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.0

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อวิเคราะห์การค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา โดยใช้กลยุทธ์ Five Force Model, 8 Ms และ Modern Trade ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะปรากฏผลดังตารางที่ 4.7 – 4.12

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า ของกลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

กลยุทธ์ Five Force Model	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค	3.01	0.93	ปานกลาง
2. ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	2.41	1.10	น้อย
3. ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	3.69	0.91	มาก
4. ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	3.44	0.81	มาก
5. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งชั้นที่มีอยู่	3.61	0.80	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.23</b>	<b>0.60</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.23) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย กลยุทธ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.69) ค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.44) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.41)



**ตารางที่ 4.8** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค

ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ลูกค้ามีการซื้อสินค้าจำนวนมาก จะมีผลต่อการต่อรองราคา	3.46	1.15	มาก
2. ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน รวมกลุ่มกันเพื่อกำหนดฐานราคาต่ำที่สุดให้กับลูกค้า	2.57	1.19	น้อย
<b>รวม</b>	<b>3.01</b>	<b>0.93</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.01$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือลูกค้ามีการซื้อสินค้าจำนวนมาก จะมีผลต่อการต่อรองราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.46$ ) และ ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน รวมกลุ่มกันเพื่อกำหนดฐานราคาต่ำที่สุดให้กับลูกค้า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.57$ )

**ตารางที่ 4.9** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์

ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ธุรกิจ SMEs มีการรวมกลุ่มในธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อกำหนดราคาสินค้า	2.50	1.16	น้อย
2. การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อต่อรองราคาและสั่งซื้อวัตถุดิบ	2.32	1.16	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.41</b>	<b>1.10</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.41$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจ SMEs มีการรวมกลุ่มในธุรกิจประเภทเดียวกันเพื่อกำหนดราคาสินค้า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.50$ ) และ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อต่อรองราคาและสั่งซื้อวัตถุดิบ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.32$ )

**ตารางที่ 4.10** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่

ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. คู่แข่งมีผลต่อกระทบต่อรายได้	3.84	1.00	มาก
2. คู่แข่งมีผลต่อการพัฒนาร้านค้า	3.53	1.04	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.69</b>	<b>0.91</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.69$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือคู่แข่งมีผลต่อกระทบต่อรายได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.84$ ) และคู่แข่งมีผลต่อการพัฒนาร้านค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.53$ )

**ตารางที่ 4.11** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน

ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ลูกค้านำสามารถหาสินค้าทดแทนในราคาที่ถูกลงกว่า	3.40	0.95	ปานกลาง
2. ลูกค้านำสามารถหาสินค้าทดแทนที่มีคุณภาพดีกว่า	3.29	0.97	ปานกลาง
3. สินค้าทดแทนในปัจจุบันมีจำนวนมาก	3.62	0.99	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.44</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.44$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือสินค้าทดแทนในปัจจุบันมีจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.62$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ลูกค้านำสามารถหาสินค้าทดแทนในราคาที่ถูกลงกว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.40$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ลูกค้านำสามารถหาสินค้าทดแทนที่มีคุณภาพดีกว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.29$ )

**ตารางที่ 4.12** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งชั้นที่มีอยู่

การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งชั้นที่มีอยู่	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมรับมือที่จะเข้าสู่ตลาดแข่งขันทางธุรกิจ	3.56	0.84	มาก
2. ธุรกิจมีการพัฒนาและการดำเนินงานให้กิจการมีความเจริญเติบโตก้าวหน้า	3.66	0.90	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.61</b>	<b>0.80</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งชั้นที่มีอยู่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.61$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจมีการพัฒนาและการดำเนินงานให้กิจการมีความเจริญเติบโตก้าวหน้า อยู่ในระดับ

มาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.66$ ) และธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมรับมือที่จะเข้าสู่ตลาดแข่งขันทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.56$ )

**ตารางที่ 4.13** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade

ด้าน Modern Trade	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	3.88	0.82	มาก
2. มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า	4.02	0.81	มาก
3. สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้	4.22	0.77	มากที่สุด
4. มีการจัดรูปแบบตกแต่งร้านค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า	3.85	0.87	มาก
5. มีการจัดรูปแบบตกแต่งร้านค้าให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงาน	3.81	0.85	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.96$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.22$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.02$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการจัดรูปแบบตกแต่งร้านค้าให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.81$ )

**ตารางที่ 4.14** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า ของกลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ด้านบุคลากร (Man)	3.38	0.86	ปานกลาง
2. ด้านเงิน (Money)	3.90	0.67	มาก
3. ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	3.86	0.86	มาก
4. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	3.76	1.07	มาก
5. ด้านการบริหาร (Management)	3.88	0.75	มาก
6. ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)	3.81	0.93	มาก
7. ด้านการตลาด (Market)	3.53	1.09	มาก
8. ด้านข่าวสาร (Message)	2.81	1.13	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.62</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.62$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย กลยุทธ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเงิน (Money) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.90$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมา ด้านการบริหาร (Management) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.88$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านข่าวสาร (Message) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.81$ )

**ตารางที่ 4.15** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (Man)

ด้านบุคลากร (Man)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแรงงานที่มีฝีมือหรือแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ	3.79	1.00	มาก
2. การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแรงงานไร้ฝีมือหรือแรงงานทั่วไป	3.05	1.13	ปานกลาง
3. การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแหล่งแรงงานที่จัดหาได้ง่าย	3.29	1.10	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.86</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (Man) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.38) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแรงงานที่มีฝีมือหรือแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.79) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแหล่งแรงงานที่จัดหาได้ง่าย อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.29) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแรงงานไร้ฝีมือหรือแรงงานทั่วไป อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.05)

**ตารางที่ 4.16** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านเงิน (Money)

ด้านเงิน (Money)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงราคาที่ดินและราคาในการจัดตั้งร้านค้า	3.78	1.02	มาก
2. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงราคาซื้อสินค้า	4.09	0.82	มาก
3. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงอัตราแรงงานราคาเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ	3.79	0.91	มาก
4. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงค่าธรรมเนียมและภาษี	3.77	0.96	มาก
5. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงผลกำไรที่สูงที่สุด	4.04	0.90	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านเงิน (Money) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.90) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงราคาซื้อสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.09) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงผลกำไรที่สูงที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.04) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงค่าธรรมเนียมและภาษี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.77)

**ตารางที่ 4.17** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)

ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต	3.83	1.00	มาก
2. มีการควบคุมวัตถุดิบในคลังสินค้า	3.78	0.96	มาก
3. มีการเลือกซื้อวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสม	3.97	0.96	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>0.86</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.86$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการเลือกซื้อวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.97$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.83$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการควบคุมวัตถุดิบในคลังสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.78$ )

**ตารางที่ 4.18** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)

ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีอุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมแก่การทำงาน	3.66	1.16	มาก
2. อุปกรณ์ เครื่องจักร มีความปลอดภัยในการทำงาน	3.85	1.17	มาก
3. กิจกรรมมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาเครื่องมือทุกชิ้นให้คงสภาพที่ใช้งานได้	3.79	1.13	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>1.07</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.76$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ อุปกรณ์ เครื่องจักร มีความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.85$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ กิจกรรมมีการตรวจสอบ และบำรุงรักษาเครื่องมือทุกชิ้นให้คงสภาพที่ใช้งานได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.79$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีอุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยีที่ทันสมัยเหมาะสมแก่การทำงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.66$ )

**ตารางที่ 4.19** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการบริหาร (Management)

ด้านการบริหาร (Management)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีการบริหารงานโดยใช้ประสบการณ์	4.30	0.78	มากที่สุด
2. มีการบริหารงานโดยใช้หลักทฤษฎี	3.46	1.12	มาก
3. มีการจำแนกงานให้เหมาะสมกับบุคคล	3.88	0.99	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.75</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการบริหาร (Management) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.88$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการบริหารงานโดยใช้ประสบการณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 4.30$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ มีการจำแนกงานให้เหมาะสมกับบุคคล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.88$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ มีการบริหารงานโดยใช้หลักทฤษฎี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.46$ )

**ตารางที่ 4.20** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)

ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีการเอาใจใส่ดูแลความเป็นอยู่ ทุกข์สุข ในการทำงานของบุคลากร	3.97	1.00	มาก
2. มีการให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ ในการทำงานของบุคลากร	3.90	1.01	มาก
3. ให้ค่าตอบแทนและโบนัสที่เหมาะสมในการทำงานแก่พนักงาน	3.57	1.13	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>0.93</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.81$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการเอาใจใส่ดูแลความเป็นอยู่ ทุกข์สุข ในการทำงานของบุคลากรอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.97$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ มีการให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ ในการทำงานของบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.90$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ให้ค่าตอบแทนและโบนัสที่เหมาะสมในการทำงานแก่พนักงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.57$ )

**ตารางที่ 4.21** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด (Market)

ด้านการตลาด (Market)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดลูกค้า	3.54	1.24	มาก
2. มีการกำหนดเจาะจง เลือกรุ่นลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน	3.52	1.17	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.53</b>	<b>1.09</b>	<b>มาก</b>

**จากตารางที่ 4.21** ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด (Market) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.53$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ธุรกิจมีการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.54$ ) และมีการกำหนดเจาะจง เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.52$ )

**ตารางที่ 4.22** ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลค่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Message)

ด้านข่าวสาร (Message)	$\bar{X}$	S.D	การตัดสินใจ
1. มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ SMEs ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram	3.23	1.37	ปานกลาง
2. มีการประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาและโบรชัวร์	3.00	1.33	ปานกลาง
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ	2.22	1.35	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.81</b>	<b>1.13</b>	<b>ปานกลาง</b>

**จากตารางที่ 4.22** ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ การบริหาร 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Message) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.81$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ SMEs ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.23$ ) ค่าเฉลี่ยรองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาและโบรชัวร์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 3.00$ ) และค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X} = 2.22$ )

#### การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Five Force Model แตกต่างกัน

##### สมมติฐานทางสถิติ

H0 : สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Five Force Model ไม่แตกต่างกัน

H1 : สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Five Force Model แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.23** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค					
	ระหว่างกลุ่ม	1.76	3	0.59	0.69	0.56
	ภายในกลุ่ม	340.43	396	0.86		
	รวม	342.20	399			
2.	ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์					
	ระหว่างกลุ่ม	9.50	3	3.16	2.66	0.05
	ภายในกลุ่ม	471.77	396	1.19		
	รวม	481.26	399			
3.	ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่					
	ระหว่างกลุ่ม	3.83	3	1.28	1.53	0.21
	ภายในกลุ่ม	328.99	396	0.83		
	รวม	332.81	399			
4.	ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน					
	ระหว่างกลุ่ม	0.72	3	0.24	0.36	0.78
	ภายในกลุ่ม	263.23	396	0.67		
	รวม	263.95	399			
5.	ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่					
	ระหว่างกลุ่ม	10.15	3	3.39	5.54	0.00*
	ภายในกลุ่ม	242.08	396	0.61		
	รวม	252.23	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.36	3	0.79	2.23	0.09
	ภายในกลุ่ม	139.93	396	0.35		
	รวม	142.29	399			

**\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05**

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 2.23 และค่า sig เท่ากับ 0.09 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า F-test เท่ากับ 0.69 และค่า sig เท่ากับ 0.56 ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า F-test เท่ากับ 2.66 และค่า sig เท่ากับ 0.05 ด้านการ



คุณภาพของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า F-test เท่ากับ 1.53 และค่า sig เท่ากับ 0.21 และด้านการคุณภาพของสินค้าทดแทน มีค่า F-test เท่ากับ 0.36 และค่า sig เท่ากับ 0.78 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

2. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า F-test เท่ากับ 5.54 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>1</sub> ปฏิเสธ H<sub>0</sub> นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ Five Force Model ด้านการคุณภาพของสินค้าทดแทน มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.24

**ตารางที่ 4.24** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	เจ้าของกิจการ	ห้างหุ้นส่วน	บริษัท	อื่น ๆ	
	คนเดียว	จำกัด	จำกัด		
	$\bar{x}$	3.53	3.90	3.98	3.75
เจ้าของกิจการคนเดียว	3.53	*	*		
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.90				
บริษัทจำกัด	3.98				
อื่นๆ	3.75				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีประเภทของธุรกิจ ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ เจ้าของกิจการคนเดียวมีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัด และผู้ประกอบการธุรกิจ บริษัทจำกัด

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 0.42 และค่า sig เท่ากับ 0.66 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า F-test เท่ากับ 2.72 และค่า sig เท่ากับ 0.07 ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า F-test เท่ากับ 0.98 และค่า sig เท่ากับ 0.38 ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า F-test เท่ากับ 0.17 และค่า sig เท่ากับ 0.85 ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน มีค่า F-test เท่ากับ 0.08 และค่า sig เท่ากับ 0.92 และด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า F-test เท่ากับ 0.26 และค่า sig เท่ากับ 0.77 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.25** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค	ระหว่างกลุ่ม	4.63	2	2.31	2.72	0.07
	ภายในกลุ่ม	337.58	397	0.85		
	รวม	342.20	399			
2. ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	ระหว่างกลุ่ม	2.36	2	1.18	0.98	0.38
	ภายในกลุ่ม	478.90	397	1.21		
	รวม	481.26	399			
3. ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.28	2	0.14	0.17	0.85
	ภายในกลุ่ม	332.53	397	0.84		
	รวม	332.81	399			
4. ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	ระหว่างกลุ่ม	0.11	2	0.05	0.08	0.92
	ภายในกลุ่ม	263.85	397	0.67		
	รวม	263.95	399			
5. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่	ระหว่างกลุ่ม	0.33	2	0.17	0.26	0.77
	ภายในกลุ่ม	251.90	397	0.64		
	รวม	252.23	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.30	2	0.15	0.42	0.66
	ภายในกลุ่ม	141.99	397	0.36		
	รวม	142.29	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.26** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค	ระหว่างกลุ่ม	4.05	3	1.35	1.58	0.19
	ภายในกลุ่ม	338.15	396	0.85		
	รวม	342.20	399			
2. ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	ระหว่างกลุ่ม	14.44	3	4.81	4.08	0.01*
	ภายในกลุ่ม	466.82	396	1.18		
	รวม	481.26	399			
3. ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	ระหว่างกลุ่ม	2.68	3	0.89	1.07	0.36
	ภายในกลุ่ม	330.13	396	0.83		
	รวม	332.81	399			
4. ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	ระหว่างกลุ่ม	0.59	3	0.12	0.30	0.83
	ภายในกลุ่ม	263.36	396	0.67		
	รวม	263.95	399			
5. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่	ระหว่างกลุ่ม	26.74	3	8.91	15.65	0.00*
	ภายในกลุ่ม	225.50	396	0.57		
	รวม	252.23	399			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4.53	3	1.51	4.34	0.01*
	ภายในกลุ่ม	137.76	396	0.35		
	รวม	142.29	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 4.34 และค่า sig เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีความน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า F-test เท่ากับ 1.58 และค่า sig เท่ากับ 0.19 ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า F-test เท่ากับ 1.07 และค่า sig เท่ากับ 0.36 และด้านการ

คุณภาพของสินค้าทดแทน มีค่า F-test เท่ากับ 0.30 และค่า sig เท่ากับ 0.83 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>0</sub> ปฏิเสธ H<sub>1</sub> นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

2. ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า F-test เท่ากับ 4.08 และค่า sig เท่ากับ 0.01 และด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า F-test เท่ากับ 15.65 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H<sub>1</sub> ปฏิเสธ H<sub>0</sub> นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ Five Force Model ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ และ ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.27 – 4.28

**ตารางที่ 4.27** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	$\bar{x}$	น้อยกว่า	500,000 –	1,000,000 –	มากกว่า
		500,000	1,000,000	5,000,000	5,000,000
	$\bar{x}$	2.31	2.42	2.61	3.10
น้อยกว่า 500,000	2.31				*
500,000 –	2.42				*
1,000,000					
1,000,000 –	2.61				
5,000,000					
มากกว่า 5,000,000	3.10				

**\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05**

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 5,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 5,000,000

**ตารางที่ 4.28** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
$\bar{x}$	3.41	3.78	4.04	4.12
น้อยกว่า 500,000	3.41	*	*	*
500,000 – 1,000,000	3.78			
1,000,000 – 5,000,000	4.04			
มากกว่า 5,000,000	4.12			

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 5,000,000

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 0.06 และค่า sig เท่ากับ 0.95 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า F-test เท่ากับ 2.43 และค่า sig เท่ากับ 0.09 ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า F-test เท่ากับ 0.93 และค่า sig เท่ากับ 0.39 ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า F-test เท่ากับ 2.55 และค่า sig เท่ากับ 0.08 และด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน มีค่า F-test เท่ากับ 1.18 และค่า sig เท่ากับ 0.31 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

2. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า F-test เท่ากับ 5.37 และค่า sig เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่

มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกันมีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ Five Force Model ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.30

**ตารางที่ 4.29** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค					
	ระหว่างกลุ่ม	41.41	2	2.07	2.43	0.09
	ภายในกลุ่ม	338.06	397	0.85		
	รวม	342.20	399			
2.	ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์					
	ระหว่างกลุ่ม	2.25	2	1.13	0.93	0.39
	ภายในกลุ่ม	479.01	397	1.21		
	รวม	481.26	399			
3.	ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่					
	ระหว่างกลุ่ม	4.22	2	2.11	2.55	0.08
	ภายในกลุ่ม	328.59	397	0.83		
	รวม	332.81	399			
4.	ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน					
	ระหว่างกลุ่ม	1.56	2	0.78	1.18	0.31
	ภายในกลุ่ม	262.39	397	0.66		
	รวม	263.95	399			
5.	ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่					
	ระหว่างกลุ่ม	6.64	2	3.32	5.37	0.01*
	ภายในกลุ่ม	254.60	397	0.62		
	รวม	252.23	399			

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ (ต่อ)

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
โดยรวม						
	ระหว่างกลุ่ม	0.04	2	0.02	0.06	0.95
	ภายในกลุ่ม	142.25	397	0.36		
	รวม	142.29	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายค่าของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ

ระยะเวลาของกิจการ		น้อยกว่า 1 ปี	1 – 5 ปี	มากกว่า 5 ปี
	$\bar{x}$	3.73	3.76	3.49
น้อยกว่า 1 ปี	3.73			
1 – 5 ปี	3.76			*
มากกว่า 5 ปี	3.49			

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีระยะเวลาของกิจการ ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีระยะเวลาของกิจการ 1 – 5 ปี มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ระยะเวลาของกิจการ มากกว่า 5 ปี

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค					
	ระหว่างกลุ่ม	1.23	3	0.41	0.47	0.70
	ภายในกลุ่ม	340.98	396	0.86		
	รวม	342.20	399			
2.	ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์					
	ระหว่างกลุ่ม	6.53	3	2.18	1.82	0.11
	ภายในกลุ่ม	474.73	396	1.20		
	รวม	481.26	399			
3.	ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่					
	ระหว่างกลุ่ม	1.01	3	0.34	0.40	0.75
	ภายในกลุ่ม	331.80	396	0.84		
	รวม	332.81	399			

**ตารางที่ 4.31** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ (ต่อ)

ที่	กลยุทธ์ Five Force Model	SS	Df.	Ms.	F	sig
4.	ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน					
	ระหว่างกลุ่ม	0.96	3	0.32	0.48	0.69
	ภายในกลุ่ม	262.99	396	0.66		
	รวม	263.95	399			
5.	ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่					
	ระหว่างกลุ่ม	19.20	3	6.40	10.87	0.00*
	ภายในกลุ่ม	233.04	396	0.59		
	รวม	252.23	399			
<b>โดยรวม</b>						
	ระหว่างกลุ่ม	1.65	3	0.55	1.55	0.20
	ภายในกลุ่ม	140.64	396	0.36		
	รวม	142.29	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 1.55 และค่า sig เท่ากับ 0.20 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า F-test เท่ากับ 0.47 และค่า sig เท่ากับ 0.70 ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า F-test เท่ากับ 1.82 และค่า sig เท่ากับ 0.11 ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า F-test เท่ากับ 0.40 และค่า sig เท่ากับ 0.75 และด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน มีค่า F-test เท่ากับ 0.48 และค่า sig เท่ากับ 0.69 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

2. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า F-test เท่ากับ 10.87 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน



ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ Five Force Model ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.32

**ตารางที่ 4.32** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการแข่งขัน ท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ		น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	5,000,000 – 10,000,000	มากกว่า 10,000,000
	$\bar{x}$	3.46	3.89	3.75	4.14
น้อยกว่า 1,000,000	3.46		*		*
1,000,000 – 5,000,000	3.89				
5,000,000 – 10,000,000	3.75				
มากกว่า 10,000,000	4.14				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ น้อยกว่า 1,000,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ 1,000,000 – 5,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ มากกว่า 10,000,000

สำหรับการทดสอบ การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ซึ่งมีการเปรียบเทียบ 2 ด้าน คือ มากราย และน้อยราย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติ T-test ในการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4.33** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

กลยุทธ์ Five Force Model	มากราย (n = 329)		น้อยราย (n = 71)		T	Sig.
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้านอำนาจต่อรองจากผู้บริโภค	3.02	0.90	2.98	1.03	0.32	0.41
2. ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์	2.41	1.10	2.43	1.12	- 0.17	0.91
3. ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่	3.78	0.85	3.23	1.07	4.06	0.00*
4. ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน	3.47	0.79	3.29	0.90	1.72	0.29
5. ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่	3.61	0.78	3.61	0.87	0.01	0.70
โดยรวม	3.26	0.57	3.11	0.70	1.92	0.28

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**จากตารางที่ 4.33** ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า T-test เท่ากับ 1.93 และค่า sig เท่ากับ 0.28 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค มีค่า T-test เท่ากับ 0.32 และค่า sig เท่ากับ 0.41 ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ มีค่า T-test เท่ากับ - 0.17 และค่า sig เท่ากับ 0.91 ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน มีค่า T-test เท่ากับ 1.72 และค่า sig เท่ากับ 0.29 และด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ มีค่า T-test เท่ากับ 0.01 และค่า sig เท่ากับ 0.70 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

2. ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ มีค่า T-test เท่ากับ 4.06 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Modern Trade แตกต่างกัน

**สมมติฐานทางสถิติ**

$H_0$  : สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Modern Trade ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Modern Trade แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.34** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ Modern Trade	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้าน Modern Trade					
	ระหว่างกลุ่ม	1.36	3	0.45	1.27	0.29
	ภายในกลุ่ม	142.04	396	0.36		
	รวม	143.40	396			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 1.27 และค่า sig เท่ากับ 0.29 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.35** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง

ที่	กลยุทธ์ Modern Trade	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้าน Modern Trade					
	ระหว่างกลุ่ม	1.51	2	0.76	2.11	0.12
	ภายในกลุ่ม	141.89	397	0.36		
	รวม	143.40	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวม พบว่า F-test เท่ากับ 2.11 และค่า sig เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ที่มีทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.36** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่ เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

ที่	กลยุทธ์ Modern Trade	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้าน Modern Trade					
	ระหว่างกลุ่ม	8.29	3	2.76	5.09	0.00*
	ภายในกลุ่ม	135.11	396	0.34		
	รวม	143.40	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 5.09 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ Modern Trade มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.37

**ตารางที่ 4.37** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายค่าของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
$\bar{x}$	3.84	4.10	4.09	4.32
น้อยกว่า 500,000	3.84	*		*
500,000 – 1,000,000	4.10			
1,000,000 – 5,000,000	4.09			
มากกว่า 5,000,000	4.32			

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้าน Modern Trade โดยผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี มากกว่า 5,000,000

**ตารางที่ 4.38** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ

ที่	กลยุทธ์ Modern Trade	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้าน Modern Trade					
	ระหว่างกลุ่ม	0.29	2	0.14	0.40	0.67
	ภายในกลุ่ม	143.11	397	0.36		
	รวม	143.40	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 0.40 และค่า sig เท่ากับ 0.67 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.39** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ Modern Trade	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้าน Modern Trade					
	ระหว่างกลุ่ม	4.99	3	1.66	4.76	0.00*
	ภายในกลุ่ม	138.41	396	0.35		
	รวม	143.40	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 4.76 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำกลยุทธ์ Modern Trade มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.40

**ตารางที่ 4.40** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้าน Modern Trade จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ		น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 -5,000,000	5,000,000- 10,000,000	มากกว่า 10,000,000
	$\bar{x}$	3.89	4.11	3.97	4.24
น้อยกว่า 1,000,000	3.89		*		
1,000,000-5,000,000	4.11				
5,000,000- 10,000,000	3.97				
มากกว่า 10,000,000	4.24				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้าน Modern Trade โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจน้อยกว่า 1,000,000 บาทมีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ 1,000,000 - 5,000,000

สำหรับการทดสอบ การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ซึ่งมีการเปรียบเทียบ 2 ด้าน คือ มากราย และน้อยราย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติ T-test ในการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4.41** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

กลยุทธ์ Modern Trade	มากราย		น้อยราย		T	Sig
	(n = 329)		(n = 71)			
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1. ด้าน Modern Trade	3.96	0.61	3.95	0.55	0.17	0.50

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า T-test เท่ากับ 0.17 และค่า sig เท่ากับ 0.50 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ Modern Trade ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า คู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ Modern Trade ที่แตกต่างกัน **สมมติฐานที่ 3** สภาพทั่วไปของธุรกิจ SMEs ที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน 8 M's แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4.42** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสระตะกอน จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านบุคลากร (Man)					
	ระหว่างกลุ่ม	4.60	3	1.53	2.07	0.10
	ภายในกลุ่ม	294.7	396	0.74		
	รวม	298.30	399			
2.	ด้านเงิน (Money)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.80	3	0.27	0.59	0.62
	ภายในกลุ่ม	179.35	396	0.45		
	รวม	180.14	399			
3.	ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.30	3	0.43	0.58	0.63
	ภายในกลุ่ม	292.85	396	0.74		
	รวม	294.14	399			
4.	ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)					
	ระหว่างกลุ่ม	7.75	3	2.59	2.30	0.08
	ภายในกลุ่ม	445.89	396	1.13		
	รวม	453.64	399			
5.	ด้านการบริหาร (Management)					
	ระหว่างกลุ่ม	4.03	3	1.34	2.39	0.07
	ภายในกลุ่ม	221.80	396	0.56		
	รวม	225.83	399			
6.	ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.55	3	0.18	0.21	0.89
	ภายในกลุ่ม	345.94	396	0.87		
	รวม	346.49	399			
7.	ด้านการตลาด (Market)					
	ระหว่างกลุ่ม	29.71	3	2.35	1.96	0.12
	ภายในกลุ่ม	481.91	396	1.18		
	รวม	511.62	399			
8.	ด้านข่าวสาร (Massage)					
	ระหว่างกลุ่ม	29.71	3	9.90	8.14	0.00*
	ภายในกลุ่ม	481.91	396	1.22		
	รวม	511.62	399			
โดยรวม						
	ระหว่างกลุ่ม	4.13	3	1.38	3.30	0.02*
	ภายในกลุ่ม	165.64	396	0.42		
	รวม	169.77	399			

### \* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามประเภทของธุรกิจ โดยภาพรวมพบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 3.30 และค่า sig เท่ากับ 0.02 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านบุคลากร (Man) มีค่า F-test เท่ากับ 2.07 และค่า sig เท่ากับ 0.10 ด้านเงิน (Money) มีค่า F-test เท่ากับ 0.59 และค่า sig เท่ากับ 0.62 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า F-test เท่ากับ 0.58 และค่า sig เท่ากับ 0.63 ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า F-test เท่ากับ 2.30 และค่า sig เท่ากับ 0.08 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า F-test เท่ากับ 2.39 และค่า sig เท่ากับ 0.07 ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า F-test เท่ากับ 0.21 และค่า sig เท่ากับ 0.89 และด้านการตลาด (Market) มีค่า F-test เท่ากับ 1.96 และค่า sig เท่ากับ 0.12 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

2. ด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า F-test เท่ากับ 8.14 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ การบริหารจัดการ 8 M's ด้านข่าวสาร (Massage) มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.43

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Massage) จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	$\bar{x}$	เจ้าของกิจการ	ห้างหุ้นส่วน	บริษัท	อื่นๆ
		คนเดียว	จำกัด	จำกัด	
		2.69	3.22	3.51	2.90
เจ้าของกิจการคนเดียว	2.69		*	*	
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	3.22				
บริษัทจำกัด	3.51				
อื่นๆ	2.90				

### \* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



จากตารางที่ 4.43 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีประเภทของธุรกิจ ด้าน  
 ข่าวดสาร (Massage) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เจ้าของกิจการคนเดียวมีความแตกต่างกับ  
 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ห้างหุ้นส่วนจำกัด และผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs บริษัทจำกัด

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขต  
 เศรษฐกิจพิเศษ อําเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านบุคลากร (Man)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.08	2	0.54	0.72	0.49
	ภายในกลุ่ม	297.22	397	0.74		
	รวม	298.30	399			
2.	ด้านเงิน (Money)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.19	2	0.09	0.21	0.82
	ภายในกลุ่ม	179.96	397	0.45		
	รวม	180.14	399			
3.	ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.37	2	0.69	0.93	0.40
	ภายในกลุ่ม	292.77	397	0.74		
	รวม	294.14	399			
4.	ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)					
	ระหว่างกลุ่ม	6.01	2	3.05	2.70	0.07
	ภายในกลุ่ม	447.55	397	1.13		
	รวม	453.64	399			
5.	ด้านการบริหาร (Management)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.48	2	0.24	0.42	0.66
	ภายในกลุ่ม	225.35	397	0.59		
	รวม	225.83	399			
6.	ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.89	2	0.95	1.09	0.34
	ภายในกลุ่ม	344.6	397	0.87		
	รวม	346.49	399			
7.	ด้านการตลาด (Market)					
	ระหว่างกลุ่ม	2.63	2	0.81	0.68	0.51
	ภายในกลุ่ม	472.07	397	1.19		
	รวม	473.70	399			
8.	ด้านข่าวสาร (Massage)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.25	2	0.13	0.10	0.91
	ภายในกลุ่ม	511.37	397	1.29		
	รวม	511.62	399			

**ตารางที่ 4.44** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง (ต่อ)

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	sig
โดยรวม						
	ระหว่างกลุ่ม	1.00	2	0.50	1.75	0.31
	ภายในกลุ่ม	168.77	397	0.43		
	รวม	199.77	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามทำเลที่ตั้ง โดยภาพรวม พบว่ามีค่า F-test เท่ากับ 1.75 และค่า sig เท่ากับ 0.310 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร (Man) มีค่า F-test เท่ากับ 0.72 และค่า sig เท่ากับ 0.49 ด้านเงิน (Money) มีค่า F-test เท่ากับ 0.21 และค่า sig เท่ากับ 0.82 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า F-test เท่ากับ 0.93 และค่า sig เท่ากับ 0.40 ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า F-test เท่ากับ 2.70 และค่า sig เท่ากับ 0.07 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า F-test เท่ากับ 0.42 และค่า sig เท่ากับ 0.66 ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า F-test เท่ากับ 1.09 และค่า sig เท่ากับ 0.34 ด้านการตลาด (Market) มีค่า F-test เท่ากับ 0.68 และค่า sig เท่ากับ 0.51 และด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า F-test เท่ากับ 0.10 และค่า sig เท่ากับ 0.91 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยภาพรวม พบว่ามีค่า F-test เท่ากับ 5.96 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านเงิน (Money) มีค่า F-test เท่ากับ 2.37 และค่า sig เท่ากับ 0.07 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า F-test เท่ากับ 1.53 และค่า sig เท่ากับ 0.21 และด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า F-test เท่ากับ 2.39 และค่า sig เท่ากับ 0.07 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่าง

กัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

2. ด้านบุคลากร (Man) มีค่า F-test เท่ากับ 2.92 และค่า sig เท่ากับ 0.03 ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า F-test เท่ากับ 4.12 และค่า sig เท่ากับ 0.01 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า F-test เท่ากับ 6.28 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ด้านการตลาด (Market) มีค่า F-test เท่ากับ 0.48 และค่า sig เท่ากับ 0.02 และด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า F-test เท่ากับ 4.29 และค่า sig เท่ากับ 0.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ การบริหารจัดการ 8 M's ด้านบุคลากร (Man) ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) ด้านการบริหาร (Management) ด้านการตลาด (Market) และด้านข่าวสาร (Massage) มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.46 – 4.50

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

ที่	การบริหารจัดการด้าน 8M	SS	Df.	Ms.	F	sig
1. ด้านบุคลากร (Man)	ระหว่างกลุ่ม	6.45	3	2.15	2.92	0.03*
	ภายในกลุ่ม	291.86	396	0.74		
	รวม	298.30	399			
2. ด้านเงิน (Money)	ระหว่างกลุ่ม	3.17	3	1.06	2.37	0.07
	ภายในกลุ่ม	176.97	396	0.45		
	รวม	180.14	399			
3. ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	ระหว่างกลุ่ม	3.37	3	1.12	1.53	0.21
	ภายในกลุ่ม	290.77	396	0.73		
	รวม	294.14	399			
4. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	ระหว่างกลุ่ม	13.73	3	4.55	4.12	0.01*
	ภายในกลุ่ม	439.92	396	1.11		
	รวม	453.64	399			
5. ด้านการบริหาร (Management)	ระหว่างกลุ่ม	10.25	3	3.42	6.28	0.00*
	ภายในกลุ่ม	215.57	396	0.54		
	รวม	225.83	399			

**ตารางที่ 4.45** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี (ต่อ)

ที่	การบริหารจัดการด้าน 8M	SS	Df.	Ms.	F	sig
6.	ด้านขวัญและกำลังใจ(Morale)					
	ระหว่างกลุ่ม	6.15	3	2.05	2.39	0.07
	ภายในกลุ่ม	340.34	396	0.86		
	รวม	346.49	399			
7.	ด้านการตลาด (Market)					
	ระหว่างกลุ่ม	12.156	3	4.05	0.48	0.02*
	ภายในกลุ่ม	461.54	396	1.17		
	รวม	473.70	399			
8.	ด้านข่าวสาร (Massage)					
	ระหว่างกลุ่ม	16.10	3	5.37	4.29	0.01*
	ภายในกลุ่ม	495.52	396	1.25		
	รวม	511.62	399			
<b>โดยรวม</b>						
	ระหว่างกลุ่ม	7.33	3	2.44	5.96	0.00*
	ภายในกลุ่ม	162.44	396	0.41		
	รวม	169.77	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.46** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร (Man) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
$\bar{x}$	3.30	3.39	3.63	3.67
น้อยกว่า 500,000	3.30			*
500,000 – 1,000,000	3.39			
1,000,000 – 5,000,000	3.63			
มากกว่า 5,000,000	3.67			

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านบุคลากร (Man) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000

**ตารางที่ 4.47** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี		น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
	$\bar{x}$	3.62	3.90	4.12	4.02
น้อยกว่า 500,000	3.62		*	*	
500,000 – 1,000,000	3.90				
1,000,000 – 5,000,000	4.12				
มากกว่า 5,000,000	4.02				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000

**ตารางที่ 4.48** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการบริหาร (Management) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี		น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
	$\bar{x}$	3.75	4.09	4.10	3.94
น้อยกว่า 500,000	3.75		*	*	
500,000 – 1,000,000	4.09				
1,000,000 – 5,000,000	4.10				
มากกว่า 5,000,000	3.94				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านการบริหาร (Management) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 500,000 – 1,000,000 และผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000

**ตารางที่ 4.49** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด (Market) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี		น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
	$\bar{x}$	3.43	3.51	3.90	3.90
น้อยกว่า 500,000	3.43			*	
500,000 – 1,000,000	3.51				
1,000,000 – 5,000,000	3.90				
มากกว่า 5,000,000	3.90				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านการตลาด(Market) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดิง จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร (Massage) จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี		น้อยกว่า 500,000	500,000 – 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	มากกว่า 5,000,000
	$\bar{x}$	2.68	2.88	3.12	3.38
น้อยกว่า 500,000	2.68			*	
500,000 – 1,000,000	2.88				
1,000,000 – 5,000,000	3.12				
มากกว่า 5,000,000	3.38				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี ด้านข่าวสาร (Massage) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี น้อยกว่า 500,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปี 1,000,000 – 5,000,000

**ตารางที่ 4.51** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสระเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	sig
1.	ด้านบุคลากร (Man)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.81	2	0.40	0.54	0.59
	ภายในกลุ่ม	297.50	397	0.75		
	รวม	298.30	399			
2.	ด้านเงิน (Money)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.43	2	0.71	1.59	0.21
	ภายในกลุ่ม	178.71	397	0.45		
	รวม	180.14	399			
3.	ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.52	2	0.26	0.35	0.71
	ภายในกลุ่ม	293.62	397	0.74		
	รวม	294.14	399			
4.	ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)					
	ระหว่างกลุ่ม	4.68	2	2.34	2.07	0.13
	ภายในกลุ่ม	448.96	397	1.13		
	รวม	453.64	399			
5.	ด้านการบริหาร (Management)					
	ระหว่างกลุ่ม	0.95	2	0.47	0.84	0.43
	ภายในกลุ่ม	224.88	397	0.57		
	รวม	225.83	399			
6.	ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)					
	ระหว่างกลุ่ม	1.31	2	0.66	0.75	0.47
	ภายในกลุ่ม	345.18	397	0.87		
	รวม	346.49	399			
7.	ด้านการตลาด (Market)					
	ระหว่างกลุ่ม	9.70	3	4.85	4.51	0.02
	ภายในกลุ่ม	464.00	397	1.17		
	รวม	473.70	399			
8.	ด้านข่าวสาร (Message)					
	ระหว่างกลุ่ม	6.09	2	3.04	2.39	0.09
	ภายในกลุ่ม	505.53	397	1.27		
	รวม	511.62	399			
	<b>โดยรวม</b>					
	ระหว่างกลุ่ม	2.36	2	1.18	2.80	0.06
	ภายในกลุ่ม	167.41	397	0.42		
	รวม	169.77	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**จากตารางที่ 4.51** ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามระยะเวลาของกิจการ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 2.80 และค่า sig เท่ากับ 0.062 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านบุคลากร (Man) มีค่า F-test เท่ากับ 0.54 และค่า sig เท่ากับ 0.59 ด้านเงิน (Money) มีค่า F-test เท่ากับ 1.59 และค่า sig เท่ากับ 0.21 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า F-test เท่ากับ 0.35 และค่า sig เท่ากับ 0.71 ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า F-test เท่ากับ 2.07 และค่า sig เท่ากับ 0.13 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า F-test เท่ากับ 0.84 และค่า sig เท่ากับ 0.43 ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า F-test เท่ากับ 0.75 และค่า sig เท่ากับ 0.47 ด้านการตลาด (Market) มีค่า F-test เท่ากับ 4.51 และค่า sig เท่ากับ 0.02 และด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า F-test เท่ากับ 2.39 และค่า sig เท่ากับ 0.09 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

**จากตารางที่ 4.52** ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยรวม พบว่า มีค่า F-test เท่ากับ 4.34 และค่า sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านบุคลากร (Man) มีค่า F-test เท่ากับ 0.55 และค่า sig เท่ากับ 0.65 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า F-test เท่ากับ 0.83 และค่า sig เท่ากับ 0.48 ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า F-test เท่ากับ 1.94 และค่า sig เท่ากับ 0.12 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า F-test เท่ากับ 1.10 และค่า sig เท่ากับ 0.35 ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า F-test เท่ากับ 2.56 และค่า sig เท่ากับ 0.06 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

2. ด้านเงิน (Money) มีค่า F-test เท่ากับ 4.17 และค่า sig เท่ากับ 0.01 ด้านการตลาด (Market) มีค่า F-test เท่ากับ 4.64 และค่า sig เท่ากับ 0.00 และด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า F-test เท่ากับ 5.16 และค่า sig เท่ากับ 0.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน



ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงได้นำกลยุทธ์ การบริหารจัดการ 8 M's ด้านการเงิน (Money) ด้านการตลาด (Market) และด้านข่าวสาร (Massage) มาเปรียบเทียบตามวิธี LSD รายละเอียดดังตารางที่ 4.53 – 4.55

**ตารางที่ 4.52** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	Sig
1. ด้านบุคลากร (Man)	ระหว่างกลุ่ม	1.24	2	0.41	0.55	0.65
	ภายในกลุ่ม	297.06	396	0.75		
	รวม	298.30	399			
2. ด้านเงิน (Money)	ระหว่างกลุ่ม	5.52	2	1.84	4.17	0.01*
	ภายในกลุ่ม	174.63	396	0.44		
	รวม	180.14	399			
3. ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	ระหว่างกลุ่ม	1.84	3	0.61	0.83	0.48
	ภายในกลุ่ม	292.31	396	0.74		
	รวม	294.14	399			
4. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	ระหว่างกลุ่ม	6.56	3	2.19	1.94	0.12
	ภายในกลุ่ม	447.08	396	1.13		
	รวม	453.64	399			
5. ด้านการบริหาร (Management)	ระหว่างกลุ่ม	1.87	3	0.63	1.10	0.35
	ภายในกลุ่ม	223.95	396	0.57		
	รวม	225.83	399			
6. ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)	ระหว่างกลุ่ม	6.60	3	2.20	2.56	0.06
	ภายในกลุ่ม	339.90	396	0.86		
	รวม	346.49	399			

**ตารางที่ 4.52** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ (ต่อ)

ที่	กลยุทธ์ 8 M's	SS	Df.	Ms.	F	Sig
7.	ด้านการตลาด (Market)					
	ระหว่างกลุ่ม	16.09	3	5.36	4.64	0.00*
	ภายในกลุ่ม	457.61	396	1.16		
	รวม	473.70	399			
8.	ด้านข่าวสาร (Massage)					
	ระหว่างกลุ่ม	19.26	3	6.42	5.16	0.00*
	ภายในกลุ่ม	492.34	396	1.24		
	รวม	511.62	399			
	<b>โดยรวม</b>					
	ระหว่างกลุ่ม	5.40	3	1.8	4.34	0.01*
	ภายในกลุ่ม	164.37	396	0.42		
	รวม	169.77	399			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

**ตารางที่ 4.53** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ด้านเงิน (Money) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ	น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	5,000,000 – 10,000,000	มากกว่า 10,000,000
$\bar{x}$	3.81	4.06	3.97	4.13
น้อยกว่า 1,000,000	3.81	*		
1,000,000 – 5,000,000	4.06			
5,000,000 – 10,000,000	3.97			
มากกว่า 10,000,000	4.13			

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้านเงิน(Money) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ น้อยกว่า 1,000,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ 1,000,000 - 5,000,000

**ตารางที่ 4.54** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านการตลาด(Market) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ		น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	5,000,000 – 10,000,000	มากกว่า 10,000,000
	$\bar{x}$	3.41	3.74	3.58	4.14
น้อยกว่า 1,000,000	3.41				*
1,000,000 – 5,000,000	3.74				
5,000,000 – 10,000,000	3.58				
มากกว่า 10,000,000	4.14				

\* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้านการตลาด(Market) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ น้อยกว่า 1,000,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ มากกว่า 10,000,000

**ตารางที่ 4.55** การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด้านข่าวสาร(Massage) จำแนกตามเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

เงินลงทุนเริ่ม ก่อตั้งธุรกิจ		น้อยกว่า 1,000,000	1,000,000 – 5,000,000	5,000,000 – 10,000,000	มากกว่า 10,000,000
	$\bar{x}$	2.67	3.00	3.22	3.41
น้อยกว่า 1,000,000	2.67				*
1,000,000 – 5,000,000	3.00				
5,000,000 – 10,000,000	3.22				
มากกว่า 10,000,000	3.41				

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.55 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ ด้านข่าวสาร (Massage) โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ น้อยกว่า 1,000,000 มีความแตกต่างกับผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่มีเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ มากกว่า 10,000,000

สำหรับการทดสอบ การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ ซึ่งมีการเปรียบเทียบ 2 ด้าน คือ มากราย และน้อยราย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สถิติ T-test ในการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง

**ตารางที่ 4.56** การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ

กลยุทธ์ 8 M's	มากราย		น้อยราย		T	Sig.
	(n = 329)		(n = 71)			
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. ด้านบุคลากร (Man)	3.42	0.84	3.20	0.97	1.90	0.27
2. ด้านเงิน (Money)	3.90	0.66	3.87	0.72	0.36	0.60
3. ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)	3.86	0.86	3.87	0.86	- 0.13	0.71
4. ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)	3.74	1.06	3.85	1.11	- 0.79	0.66
5.ด้านการบริหาร (Management)	3.88	0.74	3.86	0.79	0.19	0.64
6. ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)	3.84	0.89	3.70	1.09	0.95	0.03*
7. ด้านการตลาด (Market)	3.56	1.08	3.39	1.15	1.14	0.42
8. ด้านข่าวสาร (Massage)	2.84	1.13	2.69	1.13	1.01	0.83
โดยรวม	3.63	0.65	3.56	0.67	0.85	0.56

\* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จำแนกตามคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ โดยภาพรวม พบว่า มีค่า T-test เท่ากับ 0.85 และค่า sig เท่ากับ 0.56 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 สรุปได้ว่า ภาพรวมของกลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

1. ด้านบุคลากร(Man) มีค่า T-test เท่ากับ 1.90 และค่า sig เท่ากับ 0.27 ด้านเงิน (Money) มีค่า T-test เท่ากับ 0.36 และค่า sig เท่ากับ 0.60 ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) มีค่า T-test เท่ากับ - 0.13 และค่า sig เท่ากับ 0.71 ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) มีค่า T-test เท่ากับ - 0.79 และค่า sig เท่ากับ 0.66 ด้านการบริหาร (Management) มีค่า T-test เท่ากับ 0.19 และค่า sig เท่ากับ 0.69 ด้านการตลาด (Market) มีค่า T-test เท่ากับ 1.14 และค่า sig เท่ากับ 0.42 และด้านข่าวสาร (Massage) มีค่า T-test เท่ากับ 1.01 และค่า sig เท่ากับ 0.69 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H0 ปฏิเสธ H1 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

2. ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) มีค่า T-test เท่ากับ 0.95 และค่า sig เท่ากับ 0.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 จึงยอมรับ H1 ปฏิเสธ H0 นั่นคือ กลยุทธ์การบริหารจัดการ 8 M's ของธุรกิจ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ที่มีคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าคู่แข่งชั้นทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการ 8 M's ที่แตกต่างกัน

## วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย – มาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จำนวน 10 แห่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ร้านกิมเฮียง (ร้านขายขนม)

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวชดา พันธราษฎร์ ที่อยู่ 77 ถนนปาดังเปซาร์ ตำบลสะเตา อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา 90120 วันที่สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน 2560

เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 19.15 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 19.35 น.

คุณสุชาดา พันธราษฎร์ ซึ่งทำธุรกิจขายขนมได้ให้สัมภาษณ์สรุปได้ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ส่งผลกระทบต่อร้าน เพราะในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสะเตาลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทยการเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจะเป็นโอกาสของทางร้านที่จะเพิ่มช่องทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซีย สำหรับร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่จะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนเองเพราะคิดว่าต่างคนต่างทำธุรกิจของตนเอง การบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้นตนเองจะใช้การบริหารแบบครอบครัว นั่นคือ นายจ้างและลูกจ้างอยู่ร่วมกันแบบครอบครัวหรือเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยการจ้างพนักงานบัญชีจากภายนอก ปัจจุบันทางร้านมีการหมุนเวียนรายได้ – ค่าใช้จ่าย แบบวันต่อวัน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นโดยการเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ สะอาด มาใช้ทำขนม และส่งวัตถุดิบมาจากต่างจังหวัด (เช่น น้ำตาลจากเพชรบุรี) การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ การพาพนักงานในร้านเดินทางไปท่องเที่ยวตามเทศกาลต่างๆ ให้พนักงานหยุดงานได้ตามความเหมาะสม (ไม่จำกัดวัน) จ่ายค่าแรงตามความสามารถของพนักงาน (ฝีมือในการทำขนม) การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยมีการมีการซื้อ-ขาย แบบปกติ เพราะจะมีลูกค้าที่เป็นทั้งขาประจำและขาจรสำหรับการบริหารจัดการด้านข่าวสาร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น ได้มีการบริการจัดการโดยผ่านทางช่องทาง Line กับเพื่อนๆ เจ้าของร้าน และมีการออกสื่อในรายการโทรทัศน์ ช่อง 8 ทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา คุณสุชาดา พันธราษฎร์ ได้ให้สัมภาษณ์สรุปได้ คือ การจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนเองคือ สินค้าขายได้ดีเท่าที่ควร ค่าเงินมาเลเซียต่ำลง ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยจับจ่ายใช้สอย ค่าเช่าสถานที่แพงขึ้น และค่าขนส่งวัตถุดิบสูงขึ้น และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา คือ อยากให้ปรับปรุงในเรื่องของเศรษฐกิจให้มั่นคง และดีขึ้น ผู้ประกอบการและพนักงานมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นและมั่นคงเพื่อชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

## 2. ร้านซีเมตเฮลแคร์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นายวัฒนชัย คงทาน ที่อยู่ 13-15 ถนนปาดังเปซาร์ ตำบลสะเดา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 90120 วันที่สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 18.40 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 19.10 น.

คุณวัฒนชัย คงทาน เจ้าของธุรกิจซีเมตเฮลแคร์ ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษของธุรกิจ ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคว่าส่งผลกระทบต่อธุรกิจ คือ จะมีการแย่งลูกค้ากันมากขึ้นโดยเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุดมากที่สุด ซึ่งธุรกิจที่เกิดขึ้นมาใหม่จะส่งผลกระทบต่อแข่งขันของธุรกิจบ้างในบางส่วน เนื่องจากลูกค้าอาจจะอยากทดลองใช้บริการกับร้านค้าใหม่ ตรงจุดนี้อาจทำให้จำนวนของลูกค้าลดลง การบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ ธุรกิจจะเน้นการฝึกทักษะของบุคลากรให้สามารถทำงานได้หลายหน้าที่ด้วยความชำนาญและเน้นมาตรฐานทุกๆ ฟังก์ชัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้นด้วยมาตรฐานที่ดีเลิศ ด้านการบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการควบคุมรายจ่ายสิ้นเปลือง ใช้จ่ายในส่วนที่จำเป็นโดยไม่ทำให้กระทบต่อการบริการลูกค้า และแบ่งสัดส่วนงบประมาณกระแสเงินสด เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินกิจการ ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ การประเมินการใช้วัตถุดิบในแต่ละเดือน เพื่อทำการสต็อกวัตถุดิบ ให้เพียงพอต่อการให้บริการ และพยายามลดการสต็อกวัตถุดิบความถี่การใช้ของการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานนั้น ธุรกิจจะสร้างขวัญกำลังใจด้วยการจ่ายค่าแรงสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำที่รัฐบาลกำหนด และมีการจ่ายผลตอบแทนจากการปฏิบัติงานในแต่ละกรณี รวมถึงรายได้พิเศษจากความสามารถพิเศษในการปฏิบัติงานให้กับพนักงาน การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นด้วยการเน้นลูกค้าเป็นสำคัญโดยการให้ลูกค้าบอกต่อ ซึ่งในส่วนนี้จะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา และมีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เช่น เพื่อนแนะนำเพื่อน การผ่อนชำระค่าบริการ และด้านการบริหารจัดการด้านข่าวสารเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น เนื่องจากมีข้อจำกัดในข้อของระเบียบต่างๆ ทำให้การจัดการด้านข่าวสาร อาจจะทำไม่ได้เท่าที่ควร ปัจจุบันจะเน้นที่การสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งลูกค้าจะได้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างถูกต้องและสามารถคลายข้อสงสัยและมีความเชื่อมั่นต่อการบริการ

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คุณวัฒนชัย คงทาน ได้มีมติเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาว่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนเอง คือ อาจส่งผลดีขึ้น โดยคาดหวังว่า นักท่องเที่ยวจะกลับไปบอกกล่าวเกี่ยวกับสถานบริการของตนเอง ซึ่งอาจจะทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวเพิ่มอีกกลุ่ม และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา นั้น ตนเองมองว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ อีกทั้งยังไม่มีมีความชัดเจนว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจะมาสนใจการบริการของตนเองได้อย่างไร

## 3. ร้านอาหารใต้ฟ้า

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางอรทัย ลิ่มทองพันธ์ ที่อยู่ 104/4 ถนนกาญจนวนิช ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 90320 วันที่สัมภาษณ์ 31 ตุลาคม 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 13.10 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 13.10 น.

นางอรทัย ลิ้มทองพันธ์ ได้ให้สัมภาษณ์ถึงการจัดการกลยุทธ์ของธุรกิจเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ คือ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ จึงไม่ค่อยส่งผลกระทบต่อธุรกิจมากนัก เนื่องจากแต่ละร้านจะมีลูกค้าประจำของตนเอง และมีความคิดเห็นว่าร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเนื่องจากร้านค้าเปิดมานานแล้ว (ประมาณ 20 ปี) ส่วนร้านที่เปิดใหม่ส่วนใหญ่จะอยู่ได้ไม่นานเนื่องจากค่าครองชีพสูงและค่าเช่าที่ค่อนข้างแพง ธุรกิจได้มีการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยตนเองกับพนักงานภายในร้านมีการร่วมกันเหมือนครอบครัว ไม่ได้แบ่งแยกกันว่าเป็นนายจ้างหรือลูกจ้าง และตนเองก็จะทำทุกอย่างเหมือนกับที่พนักงานทำ การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยมีการทำบัญชีทั้งรายวัน รายเดือน และประจำปี ดูยอดขายแล้วนำมาเปรียบเทียบกับเงินลงทุน มีการแยกเงินเป็นส่วนๆ ในการซื้อของเข้าร้าน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น คือ ราคาวัตถุดิบไม่แน่นอน เนื่องจากวัตถุดิบมีการปรับราคา ขึ้นบ้าง-ลงบ้าง จึงจำเป็นต้องขึ้นราคาอาหารบางอย่างที่มีวัตถุดิบราคาสูง ถ้าหากต้นทุนของวัตถุดิบสูงมากก็จะหยุดขายเมนูนั้นไปก่อนจนกว่าราคาวัตถุดิบตลาดลงถึงจะกลับมาขายอีกครั้ง การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ ภายใน 1 เดือนจะมีวันหยุด ให้พนักงาน 2 วัน มีการพาพนักงานไปเที่ยว มีที่พักสำหรับพนักงาน การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยเจ้าของธุรกิจออกไปจ่ายตลาดเอง เลือกวัตถุดิบเอง เพื่อให้ด้านวัตถุดิบที่สดและสะอาด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการจองร้านอาหารผ่านทางโทรศัพท์ได้(จองล่วงหน้า) การบริหารจัดการด้านข่าวสารเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการบอกปากต่อปาก จากผู้ที่มาอุดหนุนก่อนหน้า มีการไปโรมท์ร้านในอินเทอร์เน็ต ผู้จัดทัวร์จะพานักท่องเที่ยวมาที่ร้าน

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คือ การจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จะส่งผลต่อธุรกิจ คือ ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น ในปัจจุบันค่าเงินถูกลงทำให้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมาจับจ่ายใช้สอย การใช้เวลาในการตรวจสอบเอกสารที่ศุลกากร ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเบื่อหน่าย จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง สำหรับความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คือ ต้องการความสะดวก ความเป็นระเบียบของการตรวจสอบคนเข้าเมือง อยากรู้นักท่องเที่ยวเยอะเหมือนเมื่อก่อน เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2559 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงประมาณ 60 %

#### 4. ร้านอาหารเปิด

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางวินิตย์ จิรวรรณสกุล ที่อยู่ 18 ถนนกาญจนวนิช ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 90320 วันที่สัมภาษณ์ 12 พฤศจิกายน 2560

เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 09.10 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 19.25 น.

นางวินิตย์ จิรวรรณสกุล ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการกลยุทธ์ของผู้ประกอบการชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา สรุปได้ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ ในปัจจุบัน คือ ปัจจุบันค่าเงินมาเลเซียตกต่ำลงทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่ลดลง ผู้บริโภคต้องการอาหารที่สดสะอาดใหม่ทุกวันเพื่อให้อาหารทางร้านเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้าทางร้านจึงต้องใส่ใจในวัตถุดิบ ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ไม่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธุรกิจ เพราะต่างคนต่างทำมาค้าขายของตนเอง การบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยทางร้านจะบริหารกันเหมือนคนในครอบครัว พูดคุยกับลูกค้าด้วยความเป็นกันเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความ

ประทับใจ การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และมีการประเมินผลเป็นรายเดือนทำให้ทราบจำนวนเงินรายได้ที่ใช้ภายในร้าน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยการ คัดเลือกวัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาด ตลอดเวลา ดูความต้องการของลูกค้าว่าต้องการแบบไหน แล้วนำวัตถุดิบที่ลูกค้าชื่นชอบมาเป็นเมนูของทางร้าน ซึ่งวัตถุดิบทั้งหมดล้วนเป็นวัตถุดิบที่มีคุณภาพ การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ นายจ้างและพนักงานเปรียบเสมือนครอบครัวเดียวกัน หากพนักงานทำผิดก็จะว่ากล่าวตักเตือน ให้ความเสมอภาคและความเท่าเทียมกัน การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้คือ เจ้าของกิจการจะออกไปจ่ายตลาดเอง เพื่อเลือกสิ่งที่มีคุณภาพและดีที่สุดในร้าน การบริหารจัดการด้านข่าวสารเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการบอกปากต่อปากจากลูกค้าประจำ และจะมีลูกค้าวิ่งพามาที่ร้านเป็นประจำ

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลานั้น นางวิมลจิตต์ จิรวรรณสกุล ได้มีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จะส่งผลต่อธุรกิจ คือ ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น ค่าขนส่งแพงขึ้น และปัจจุบันค่าเงินมาเลเซียตกทำให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียลดลง แต่ก็จะมีนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่เข้ามาอุดหนุน ความคาดหวังอย่างไรต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คือ ต้องการให้มีการลงทุนขยายพื้นที่ เพื่อลดความแออัดของจำนวนร้านค้า และเพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

## 5. ร้าน Pink Scooter

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวกันทิรา ยานะธรรม ถนนไปรษณีย์ ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 90320 วันที่สัมภาษณ์ 31 ตุลาคม 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 14.00 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 14.15 น.

คุณกันทิรา ยานะธรรม เจ้าของร้าน Pink cooter ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน คือ ในปัจจุบันประชาชนในพื้นที่จะมาซื้อสินค้าที่ร้านของตนน้อย ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติ ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ คือแต่ละร้านจะมีเสื้อผ้าที่เหมือนกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น ร้านจะดูแลลูกค้าประจำที่มีอยู่ให้ดีที่สุด รักษาคุณภาพและมาตรฐานของร้าน ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นนั้น ทางร้านจะใช้วิธีการสั่งสินค้าน้อยลง เป็น 1 เดือน สั่ง 2 รอบ จากเดิม 1 อาทิตย์สั่งสินค้า 2 ครั้ง ด้านการบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยให้พนักงานมีวันหยุดอาทิตย์ละ 1 วัน มีการจ่ายโบนัสให้กับพนักงาน และจ่ายค่าแรงขั้นต่ำ คือ 300 บาท มีค่าอาหารให้พนักงานได้รับประทานฟรี ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการขายหน้าร้าน อาศัยลูกค้าขาประจำ การรักษามาตรฐานของร้าน และการบอกต่อปากต่อปาก

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลานั้น คุณกันทิรา ยานะธรรม เจ้าของร้าน Pink cooter ได้มีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา จะส่งผลต่อธุรกิจของตนเอง คือ ต้นทุนสินค้าจะสูงขึ้น จำนวน



นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากปัจจุบันค่าเงินมาเลเซียถูกลดราคาค่าขนส่งสินค้าสูงขึ้น และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา คือ ต้องการให้หน้าด่าน (ด่านศุลกากร) มีการจัดระเบียบใหม่ให้สะดวกรวดเร็วกว่าเดิม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจากเดิม

## 6. ร้านอาหารลมโซย

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวสลิณ ธกิกรแสวงศรม ถนนกาญจนวนิช ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา 90320 วันที่สัมภาษณ์ 31 ตุลาคม 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 12.40 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 12.55 น.

คุณสลิณ ธกิกรแสวงศรม เจ้าของร้านอาหารลมโซย ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน คือ ลูกค้าส่วนมากเป็นลูกค้าประจำ และแต่ละร้านจะมีลูกค้าของตนเอง ดังนั้นจึงไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารของตนเอง ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่จะไม่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของธุรกิจของตนเองมากนัก เนื่องจากร้านเปิดมานานจะมีลูกค้าประจำ ร้านที่เปิดใหม่ส่วนมากอยู่ได้ไม่นาน เนื่องจากค่าเช่าที่และค่าครองชีพสูง ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ นั่นคือ ผู้ประกอบการจะต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและพนักงานภายในร้าน จ่ายค่าแรงงานขั้นต่ำให้กับพนักงาน และมีค่าอาหารกลางวันสำหรับพนักงาน การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการมีการทำรายรับ-รายจ่าย ปกติวันต่อวัน แต่ในปัจจุบันค่าเงินถูกลดนักท่องเที่ยวก็จ่ายน้อยลงทำให้ต้องควบคุมการเงินให้ดำเนินธุรกิจได้ ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ ทางร้านจะไม่กักตุนวัตถุดิบ เน้นซื้อวันต่อวัน เน้นความสะดวกสบาย และมีคุณภาพ การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยทางร้านจะมีที่พัก อาหาร และพนักงานสามารถหยุดได้ไม่มีกำหนดอยู่เหมือนครอบครัว การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ การค้าขายปกติโดยกำหนดราคาอาหารไม่สูงเกินไปให้เหมาะกับต้นทุน เน้นสะดวกสบาย มีคุณภาพ และจะทำให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุนอีก โดยการบอกปากต่อปาก

สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา นั้น คุณสลิณ ธกิกรแสวงศรม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของตนเอง คือ จะทำให้ต้นทุนสินค้าสูงขึ้น และปัจจุบันเศรษฐกิจซบเซา ทำให้ยอดขายลดลงนักท่องเที่ยวลดลง การตรวจสอบเอกสารของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้เวลาค่อนข้างนาน คนในพื้นที่ไม่ค่อยมาจับจ่ายใช้สอย ส่วนใหญ่เป็นคนต่างชาติ ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจึงมีผลต่อรายได้ของธุรกิจ และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา คือ อยากให้จัดระเบียบ และอำนวยความสะดวกของการตรวจสอบเอกสารของนักท่องเที่ยวที่ผ่านด่านเข้ามาให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีผลต่อรายได้ของธุรกิจ

## 7. ร้านขายรองเท้า

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวธรรณีกร ขำพลับ ที่อยู่ 7 หมู่ที่ 9 ถนนกาญจนวนิช ตำบลสำนักขาม  
อำเภอสะเตกา จังหวัดสงขลา 90320 วันที่สัมภาษณ์ 30 ตุลาคม 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 14.20 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 14.28 น.

คุณธรรณีกร ขำพลับ เจ้าของร้านขายรองเท้า ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันทั้งนี้เพราะโดยปกติสินค้าของร้านส่วนใหญ่เป็นรองเท้าแฟชั่น ซึ่งตรงต่อความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มวัยรุ่น ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ไม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ เพราะทางร้านอาจจะมีสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า จึง ต้องยอมรับและเคารพการตัดสินใจของลูกค้า ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้นทางร้านมีการบริหารโดยอยู่ร่วมกันแบบครอบครัว การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยมีการทำรายรับ-รายจ่าย เปรียบเทียบยอดขาย-ต้นทุน ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ด้วยการเลือกสินค้าที่เป็นแฟชั่น เป็นที่นิยมของปัจจุบันเป็นสินค้าที่ทันสมัย การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงานนั้น ทางร้านจะมีวิธีการโดยการจ่ายค่าแรงเพิ่มขึ้นตามอายุการทำงาน ลูกน้องสามารถหยุดงานได้ตามความจำเป็น เทศกาลตรุษจีนจะมีโบนัสให้ อยู่กันแบบคนในครอบครัวการบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น ทางร้านใช้กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก

คุณธรรณีกร ขำพลับ มีคิดเกี่ยวกับการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเตกา จังหวัดสงขลาจะส่งผลต่อธุรกิจ คือ ค่าครองชีพและค่าขนส่งสินค้าจะเพิ่มมากขึ้น นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากปัจจุบันค่าเงินถูกลง นักท่องเที่ยวจึงไม่ค่อยจับจ่ายใช้สอย ส่งผลให้รายได้ลดลง สำหรับความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเตกา จังหวัดสงขลา ต้องการให้มีการตรวจสอบเอกสารนักท่องเที่ยวผ่านด่านศุลกากรมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น จะส่งผลดีต่อนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

## 8. ร้านขายเสื้อผ้า

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวเกศราพร หทัยเรมอยู่ ที่อยู่ 11 หมู่ที่ 7 ถนนไปรษณีย์ ตำบลสำนักขาม  
อำเภอสะเตกา จังหวัดสงขลา 90320  
วันที่สัมภาษณ์ 30 ตุลาคม 2560  
เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 13.50 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 14.18 น.

คุณเกศราพร หทัยเรม เจ้าของร้านขายเสื้อผ้า ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะปัจจุบันนักท่องเที่ยวลดลง เพราะเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้ความต้องการที่จะซื้อสินค้าลดลง รายได้ลดลง ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ นั่นคือ ร้านส่วนใหญ่ก็จะเจอปัญหาเหมือนกัน ค่าขายไม่ดีเหมือนเมื่อก่อน ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ นั้นทางร้านใช้กลยุทธ์การอยู่ร่วมกับอย่างครอบครัว การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยมีการทำรายรับ-รายจ่าย

เปรียบเทียบยอดขายกับต้นทุน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการสั่งซื้อผ้าตามความนิยมของลูกค้า วัตถุดิบมีความทันสมัยเป็นเสื้อผ้าที่ใหม่ การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน โดยไม่ได้กำหนดวันหยุด สร้างความไว้วางใจระหว่างกันให้ลูกน้องดูแลตัวเอง การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้โดยการอาศัยจากลูกค้าขาประจำ บอกปากต่อปากเป็นทอดๆ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาจะส่งผลต่อธุรกิจ คือ ค่าเช่าที่สูง ถ้ากิจการที่แย่มากๆ ก็จะปิดกิจการไปเลย ค่าวัตถุดิบสูง ยอดขายลดลง นักท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากค่าเงินถูกลง สำหรับความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คือ อยากให้เพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ เพิ่มสวัสดิการของลูกจ้างต่างๆไป

## 9. ร้านอาหารโรธาน่า

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ นางสาวตอหน๊ะ โต๊ะยี่หละ ที่อยู่ 16/331 ตำบลสำนักขาม อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา 90320

วันที่สัมภาษณ์ 30 ตุลาคม 2560

เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 12.59 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 13.10 น.

คุณตอหน๊ะ โต๊ะยี่หละ เจ้าของร้านอาหาร ได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน คือ ลูกค้าที่เข้ามาเป็นคนจีนมากกว่ามุสลิม ทำให้เกิดความเสียเปรียบกันตรงนี้ ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจบ้าง แต่ทางร้านจะมีลูกค้าประจำอยู่แล้ว และลูกค้าส่วนใหญ่จะปั่นทัวร์จีนมากกว่ามุสลิม ก็เลยจะทำให้ร้านมีลูกค้าน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอาหารจีน ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยนายจ้างและลูกจ้างช่วยๆ กันดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน ด้านการบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยมีการทำบัญชีแบบแกติ รายรับ - รายจ่าย ภายในร้าน แต่ในปัจจุบันค่าเงินมาเลตก ทำให้ค่าขายไม่ค่อยดีเหมือนเมื่อก่อน ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ การใช้วัตถุดิบที่ตีๆมาประกอบอาหาร วัตถุดิบต้องสดสะอาด รักษามาตรฐานด้านรสชาติ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาอุดหนุนอีก ด้านการบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงานด้วยการ พูดคุยกับพนักงานอย่างสม่ำเสมอ มีการสอบถามความเป็นอยู่ จ่ายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท มีที่พักและค่าอาหาร 3 มื้อ อยู่กันแบบคนในครอบครัว ด้านบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ เป็นการบอกปากต่อปาก ลูกค้าจะเป็นคนบอกต่อกัน

สำหรับความคิดเห็นของคุณตอหน๊ะ โต๊ะยี่หละ ต่อการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลาจะส่งผลต่อธุรกิจ คือ ค่าครองชีพ และต้นทุนวัตถุดิบสูงขึ้น เนื่องจากต้องการเกร็งกำไร ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีน้อยลง เนื่องจากเศรษฐกิจซบเซา และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา คือ การจัดระเบียบของด้านศุลกากร ให้มีความสะดวกรวดเร็วแก้ปัญหาโรคติด

## 10. ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์หอมมวลชน

ถนนกาญจนาภิเษก ตำบลสะเตกา อำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา 90120

วันที่สัมภาษณ์ 14 พฤศจิกายน 2560

เวลาเริ่มสัมภาษณ์ 18.05 น. เวลาเสร็จสิ้นการสัมภาษณ์ 18 .35 น.

เจ้าของธุรกิจศูนย์บริการผลิตภัณฑ์หอมมวลชนได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการจัดการจัดการกลยุทธ์ธุรกิจของตนเอง ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบัน คือ ธุรกิจทางด้านความงามมีการแข่งขันสูง ทั้งนี้มันขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์บวกกับคุณภาพจึงจะดึงดูดใจลูกค้าอยู่ได้ ร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่ส่งผลต่อการแข่งขันของธุรกิจ คือ เนื่องจากธุรกิจนี้มีการแข่งขันกันสูง เรื่องจากบุคคลากรทางการแพทย์หันมาเอาดีทางด้านความงาม มีผลิตภัณฑ์เน้นเวชสำอางและความปลอดภัย แต่ในกรณีของศูนย์บริการหอมมวลชนที่เราตั้งลูกค้าผู้บริโภคอยู่ได้นั้นคือ งานบริการเป็นหลัก และชื่อเสียงที่มีมายาวนานกว่า 30 ปี ด้านการบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการพัฒนาศักยภาพทางด้านต่างๆ ไม่ว่าจะทางด้านวิชาการ (มีการประชุมสัมมนาทุกปี) พัฒนาการด้านความรู้ด้านบริการ ด้านการบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ด้วยการคิดกำไร ขาดทุน ดูว่าจุดไหนทำให้ขาดทุนพร้อมแก้ไข ดูว่าจุดไหนมีกำไร ก็จะพัฒนาให้ดีกว่าเดิม ด้านการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการเลือกใช้วัตถุดิบและโรงงานได้มาตรฐาน มีแพทย์เป็นผู้ดูแล ด้านการบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้ ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละวันทุกๆเดือน ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ หาแนวทางในการโฆษณาสินค้าใหม่ๆ เพื่อไม่ให้ซ้ำแบบเดิมๆ ด้านการบริหารจัดการด้านข่าวสารเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ โดยการสร้างเพจส่วนตัวของร้าน เพื่อโปรโมท ให้ข้อมูลทุกอย่างผ่านทางเพจ เพื่อให้เข้าถึงตัวผู้บริโภค

สำหรับความคิดเห็นต่อการจัดตั้งพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา จะส่งผลต่อธุรกิจ คือ อนาคตข้างหน้าธุรกิจทางด้านเสริมความงาม คาดหวังว่าจะโตขึ้นเรื่อยๆ เพราะเท่าที่ดูผู้บริโภคเดี๋ยวนี้หันมาดูแลตัวเองกันเยอะไม่ว่าด้านสุขภาพและผิวพรรณ และความคาดหวังต่อการดำเนินนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทยมาเลเซีย อำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา คือ คาดหวังเรื่องยอดขายและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆให้เยอะขึ้น

### การวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ

คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา ซึ่งผลการสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยได้นำเรียบเรียง และสรุปผลได้ดังนี้

#### จุดแข็ง

ธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสเตกา จังหวัดสงขลา มีจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. ธุรกิจสามารถผลิตสินค้า/ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี
2. สินค้ามีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐานตามมาตรฐานสากล

3. สินค้ามีจำนวนมาก และมีความหลากหลายของสินค้า
4. พนักงานชายสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี และมีการบริการหลังการขาย
5. มีทำเลที่ตั้งที่ดี ติดเขตด่านชายแดนประเทศมาเลเซีย ทำให้มีลูกค้าจากประเทศมาเลเซียมาใช้บริการจำนวนมาก
6. สินค้ามีราคาต่ำ
7. ผู้บริหารมีประสบการณ์ในการบริหารกิจการ
8. สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ
9. พนักงานมีประสบการณ์สูง/มีฝีมือในการทำงาน
10. การส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศมาเลเซียทำได้สะดวก

### จุดอ่อน

ธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา มีจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการมีจำนวนน้อย
2. ต้นทุนการผลิตสูง
3. เจ้าของกิจการมีทักษะด้านภาษาอังกฤษต่ำทำให้การสื่อสารกับชาวต่างประเทศไม่สะดวก
4. พนักงานไม่มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ

### โอกาส

ธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา มีโอกาสในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. ช่วงเทศกาลต่าง ๆ จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซียจะเดินทางมาจำนวนมาก ทำให้ขายสินค้าได้จำนวนมาก
2. มีลูกค้าชาวต่างชาติที่เป็นลูกค้าประจำจะเดินทางมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง
3. การประกาศเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้ได้รับการสนับสนุนในการทำธุรกิจจากรัฐบาล
4. การเปิดเสรีทางการค้าทำให้การค้าขายระหว่างประเทศทำได้สะดวกขึ้น
5. เส้นทางคมนาคมขนส่งมีความสะดวก สบาย
6. ธนาคาร เปิดโอกาสให้ธุรกิจกู้เงินมาลงทุนและขยายกิจการมากขึ้น

### อุปสรรค

ธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา มีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ คือ

1. คู่แข่งขันมีจำนวนมาก ทำให้เกิดการลดราคาสินค้า
2. ค่าเงินบาท และเงินริงกิต ต่างกันค่อนข้างมาก มีผลต่อการซื้อขายของร้านค้า
3. เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้คนออกมาใช้จ่ายน้อยลง
4. อัตราเงินของมาเลเซียอ่อนค่า ทำให้นักท่องเที่ยวของมาเลเซีย ท่องเที่ยวน้อยลง
5. เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้ผู้คนออกมาใช้จ่ายน้อยลง
6. ภัยคุกคาม ด้านโจร ฆโมย การก่อการร้าย

### วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อ่าเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย - มาเลเซีย อ.สะเดา จ.สงขลาและการวิเคราะห์ SWOT การค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อ.สะเดา จ.สงขลา คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาทำการกำหนดแนวทางการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย - มาเลเซีย อ.สะเดา จ.สงขลา ดังนี้

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (7s) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1 กลยุทธ์ (Strategy) ธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีการวางแผนเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ควรมีการพิจารณา จุดแข็งจุดอ่อนของกิจการนั้น ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการมองว่าการค้าชายแดน มีความเข้มแข็งด้านทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ติดบริเวณชายแดนของ 2 ประเทศ คือ ไทย และมาเลเซีย มีร้านค้า และสถานบริการมีจำนวนมาก และหลากหลายประเภท มีศักยภาพในการแข่งขันก็มีมาก ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะมีการตื่นตัวต่อการวางแผน เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เป็นผลจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เนื่องจากผู้ประกอบการมีความมั่นใจใน ความเข้มแข็ง และการได้เปรียบทางการค้า

2 โครงสร้าง (Structure) ผู้ประกอบการในบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย นั้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เข้ามาเช่าห้องแถวค้าขาย โดยเป็นผู้ค้ารายย่อย และมีลักษณะการค้าเป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ซึ่งเจ้าของกิจการมาดำเนินการค้าขายเอง หากจะจ้างลูกจ้างก็จ้างเพียงหนึ่งถึงสองคน จึงทำให้เรื่องโครงสร้างการแบ่งงานในหน้าที่ตามผลิตภัณฑ์นั้น จึงอยู่ในความควบคุมและตัดสินใจของเจ้าของกิจการแต่เพียงผู้เดียว จึงทำให้มีโครงสร้างจากบนลงล่าง การตัดสินใจ การบริหารทุกอย่างขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการ ดังนั้นเจ้าของกิจการควรที่จะมีการจัดโครงสร้างองค์การ และมีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายกิจการ และให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งจะทำให้กิจการมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

3 ระบบ (System) ธุรกิจการค้าชายแดน ไทย-มาเลเซีย ควรมีการปฏิบัติงานประสานกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสะเดา, เทศบาลเมืองสะเดา) และหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งแต่ละภาคส่วนได้ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนของตนเอง หากมีการประสานงาน และความร่วมมือกันเพื่อช่วยเหลือ มีความสามัคคี ก็จะทำให้การค้าชายแดนไทย-มาเลเซียไม่มีปัญหา และไม่มี ความขัดแย้ง อันจะทำให้การค้าชายแดนเป็นไปอย่างราบรื่น และมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

4 รูปแบบ (Style) รูปแบบในการดำเนินกิจการของธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย นั้น มีการจัดการที่มีรูปแบบวิธีที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น เนื่องจากเป็นบริเวณชายแดนซึ่งเป็นเขตเศรษฐกิจมีการค้าขายซึ่งรูปแบบการดำเนินงานจะไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ และการปรับตัวของพ่อค้าแม่ค้า ดังนั้นควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินกิจการให้มีความชัดเจน และเป็นไปตามกลไกตลาดของการแข่งขันโดยสมบูรณ์

5 บุคลากร (Staff) ธุรกิจการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน เนื่องจากในปัจจุบันการพัฒนาบุคลากรในส่วนของธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย มีลักษณะของธุรกิจเจ้าของคนเดียว การคัดเลือกบุคลากรจึงเป็นในลักษณะของธุรกิจครอบครัว

คือ ให้ญาติหรือเพื่อนฝูงแนะนำเข้ามาทำงาน ซึ่งหากมีการคัดเลือกพนักงานให้เป็นระบบมากขึ้นจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

6 ทักษะ (Skill) เนื่องจากการค้าขายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษมีลักษณะการค้าที่มีสินค้าที่มีความหลากหลาย และมีผู้ประกอบการที่ขายสินค้า ประเภทเดียวกันเยอะ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องหาเทคนิค หรือกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายวิธีทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างในทักษะการตลาด เช่น การลดราคาสินค้าและบริการ การใช้วิธีการ ขายส่ง เข้ามาช่วย เป็นต้น

7 ค่านิยมร่วม (Shared value) เรื่องของค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย นั้น เนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นจะเป็นการอยู่ร่วมกันของคน 3 เชื้อชาติ คือ ไทย พุทธ ไทยมุสลิม และไทย แต่ในขณะเดียวกันทุกคนทั้งประชาชน และผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวต่างมีค่านิยมเดียวกัน นั่นคือ การรักความสงบ และมีน้ำใจต่อกัน ซึ่งเป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าว

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (PEST) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors ) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมายไม่ได้มีผลกระทบต่อการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซียมากนัก แต่ปัญหาที่พบ นั่นคือ ระเบียบพิธีทางศุลกากรที่มีระเบียบขั้นตอนมาก และสลับซับซ้อน ทำให้การค้าเกิดการล่าช้า เกิดความล่าช้า ดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีการยกเว้นค่าภาษีศุลกากร เพื่อจูงใจนักลงทุนให้มาลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเพิ่มมากขึ้น และควรมีการลดขั้นตอนในการดำเนินการศุลกากรให้มีความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียน ส่งผลด้านบวก การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจะทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น มีคู่ค้ามากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มยอดขายทางการค้าได้ ด้านอัตราภาษี อัตราดอกเบี้ย มีผลกับการค้าบ้างแต่ไม่มาก เนื่องจากการค้าขายเป็นไปตามกลไกของตลาด ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวในเรื่องเศรษฐกิจเพื่อความอยู่รอด

3) ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio- Cultural Factors) ทางด้านสภาพสังคมของประชาคมอาเซียน ประเทศอื่นๆ ในอาเซียนจะได้เปรียบกว่าประเทศไทยในเรื่องของภาษา ส่วนเรื่องค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละประเทศในกลุ่มประชาคม อาเซียนนั้นผู้ประกอบการจะต้องปรับตัว และเรียนรู้วัฒนธรรม ของแต่ละชาติให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์ทางการค้า

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors) สภาพเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันส่งผลให้ประชาชน และผู้ประกอบการของกลุ่มประเทศในอาเซียนสามารถ ติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น ถือเป็น การเพิ่มศักยภาพทางการค้า และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น เช่น การซื้อ-ขายกันทางอินเทอร์เน็ต การเปิดร้านค้าทางเฟสบุ๊ค เป็นต้น

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (5 Forces Model) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1) ปัจจัยกำหนดการแข่งขัน (Competition) สภาพการแข่งขัน หากมีคู่แข่งจำนวนมาก และมีการแข่งขันรุนแรง จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน แต่ผู้ประกอบการบริเวณตลาดชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีความคิดว่า การมีคู่แข่งทางธุรกิจที่มากขึ้น จะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้มากกว่าเดิม สามารถเปิดตลาดได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม

2) ปัจจัยการเข้าสู่ธุรกิจ หรือผู้มาใหม่ (New Entrances) ในด้านของปัจจัยการเข้าสู่ธุรกิจนั้น เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น การเข้าสู่ธุรกิจก็จะสะดวกมากขึ้น

เนื่องจากการเข้าสู่ธุรกิจในปัจจุบัน ได้มีหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อโดยตรง การค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3) ปัจจัยกำหนดสินค้าทดแทน (Substitution) เมื่อเปิดประชาคมอาเซียนขึ้น ทำให้มีแนวโน้มที่สินค้าเข้ามาทดแทนได้ง่ายขึ้น ลูกค้าก็มีโอกาสเปลี่ยนไปใช้สินค้าดังกล่าว ทำให้ความสามารถทำกำไรของธุรกิจลดต่ำลง หากผู้ประกอบการธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซียไม่ได้กังวลในเรื่องนี้ เนื่องจากสินค้าที่ขายอยู่ในปัจจุบันมีความหลากหลาย และผู้ประกอบการเองก็ได้มีการสั่งซื้อสินค้าประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน เช่น สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เข้ามาจำหน่ายทำให้มีสินค้าทดแทนกัน ผู้ประกอบการจึงไม่ต้องกังวลในเรื่องสินค้าทดแทน

4) ปัจจัยกำหนดอำนาจการซื้อ (Buyers) การกำหนดอำนาจการซื้อของผู้ซื้อนั้น ขึ้นอยู่กับการตั้งราคาของผู้ขายและอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ซึ่งในปัจจุบันราคาสินค้าที่จำหน่ายนั้น ผู้ซื้อความสามารถที่จะซื้อได้ซึ่งราคาในการซื้อขายจะมีราคาไม่แพงและเป็นไปตามกลไกของตลาด

5) ปัจจัยกำหนดอำนาจของผู้ขายปัจจัย (Suppliers) อำนาจของผู้ขายในปัจจุบันของตลาดชายแดนไทย-มาเลเซียขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าที่จัดหามาได้ง่ายหรือไม่ และยังขึ้นอยู่กับอำนาจต่อรองของผู้ขาย ซึ่งผู้ขายควรมีการดำเนินการจัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองของตนเอง





## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน มีข้อสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา**

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ข้อมูลสภาพทั่วไปของการค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบกิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 80.5 ที่ตั้งของธุรกิจย่านตัวเมือง คิดเป็นร้อยละ 72 รายได้น้อยกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 61 ระยะเวลาของกิจการมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.5 คู่แข่งทางธุรกิจมากมาย คิดเป็นร้อยละ 82.3 เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจน้อยกว่า 1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 67.5

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ Five Force Model ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ภาพรวมโดยกลยุทธ์ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภคภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.01) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือลูกค้ามีการซื้อสินค้าจำนวนมาก จะมีผลต่อการต่อรองราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.46) กลยุทธ์ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ ธุรกิจ SMEs มีการรวมกลุ่มในธุรกิจประเภทเดียวกันเพื่อกำหนดราคาสินค้าอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.50) กลยุทธ์ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ คู่แข่งมีผลต่อกระทบต่อรายได้ที่อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.84) กลยุทธ์ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือสินค้าทดแทนในปัจจุบันมีจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.62) กลยุทธ์ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งชั้นที่มีอยู่ ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ ธุรกิจมีการพัฒนาและการดำเนินงานให้กิจการมีความเจริญเติบโตก้าวหน้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.66)

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ Modern Trade ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยกลยุทธ์ด้าน Modern Trade ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด คือ สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.22)

ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์การบริหาร 8 M's ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยกลยุทธ์ด้านบุคลากร (Man) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ การจัดตั้งธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแรงงานที่มีฝีมือหรือแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.79) กลยุทธ์ด้านเงิน (Money)

ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.90) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงราคาซื้อสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.09) กลยุทธ์ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ มีการเลือกซื้อวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.97) กลยุทธ์ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ อุปกรณ์ เครื่องจักร มีความปลอดภัยในการทำงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.85) กลยุทธ์ด้านการบริหาร (Management) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ มีการบริหารงานโดยใช้ประสบการณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 4.30) กลยุทธ์ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ มีการเอาใจใส่ดูแลความเป็นอยู่ ทุกข์สุข ในการทำงานของคุณภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.97) กลยุทธ์ด้านการตลาด (Market) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ ธุรกิจมีการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดลูกค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.54) กลยุทธ์ ด้านข่าวสาร (Message) ภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 2.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดคือ มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ SMEs ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  = 3.23)

ผลการวิเคราะห์ สมมติฐานที่ 1 สภาพทั่วไปของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการด้าน Five Force Model แตกต่างกัน โดยทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยภาพรวมของผลการวิเคราะห์ พบว่า

1. ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน
2. ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน
3. รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน โดยมีด้านที่แตกต่างกัน คือ ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ และด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน
5. เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน
6. คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่ไม่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีกลยุทธ์การบริหารจัดการ Five Force Model ที่แตกต่างกัน



## สรุปวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์การค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์การค้าในเขตพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา สรุปได้ดังนี้ ความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ไม่มีผลกระทบต่อการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษมากนัก เพราะในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองสะเดา ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทย การเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการธุรกิจมากขึ้น ทั้งนี้เพราะจะเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซีย สำหรับร้านค้าที่เกิดขึ้นมาใหม่จะไม่ส่งผลกระทบต่อแข่งขันต่อธุรกิจเขตชายแดนไทย-มาเลเซีย เพราะผู้ประกอบการแต่ละคนต่างก็ทำธุรกิจของตนเองไม่ได้มีการแข่งขันกันเท่าที่ควร การบริหารจัดการด้านบุคคลเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น ผู้ประกอบการชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่จะใช้การบริหารแบบครอบครัว นั่นคือ นายจ้างและลูกจ้างอยู่ร่วมกันแบบครอบครัวหรือเปรียบเสมือนญาติพี่น้อง การบริหารจัดการด้านการเงินเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ นั้นจะใช้วิธีการจ้างพนักงานบัญชีจากภายนอกเพื่อทำการตรวจสอบบัญชี มีการหมุนเวียนรายได้ – ค่าใช้จ่าย แบบวันต่อวัน การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นนั้น จะใช้วิธีการคัดเลือกสินค้าหรือวัตถุดิบที่มีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ การบริหารจัดการด้านขวัญและกำลังใจเพื่อให้พนักงาน มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน คือ การพาพนักงานเดินทางไปท่องเที่ยวตามเทศกาลต่าง ๆ ให้พนักงานหยุดงานได้ตามความเหมาะสม (ไม่จำกัดวัน) จ่ายค่าแรงตามความสามารถ การบริหารจัดการด้านการตลาดเพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ คือ ใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปาก สำหรับการบริหารจัดการด้านข่าวสาร อย่างไร เพื่อให้ธุรกิจมีความมั่นคงและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้นั้น ได้มีการบริการจัดการโดยผ่านทางช่องทางไลน์ Line กับเพื่อนๆ เจ้าของร้าน และมีการออกสื่อในรายการโทรทัศน์ ช่อง 8 ทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น

## สรุปวัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนไทย-มาเลเซีย อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (7s) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1 กลยุทธ์ (Strategy) ควรมีการวางแผนเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ควรมีการพิจารณา จุดแข็งจุดอ่อนของกิจการนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะมีการตั้งตัวต่อการวางแผน เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เป็นผลจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เนื่องจากผู้ประกอบการมีความมั่นใจใน ความเข้มแข็ง และการได้เปรียบทางการค้า

2 โครงสร้าง (Structure) ผู้ประกอบการควรที่จะมีการจัดโครงสร้างองค์การ และมีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายกิจการ และให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งจะทำให้กิจการมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

3 ระบบ (System) ธุรกิจการค้าชายแดน ไทย-มาเลเซีย ควรมีการปฏิบัติงานประสานกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสะเดา, เทศบาลเมืองสะเดา) อันจะทำให้การค้าดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่น และมีความได้เปรียบในการแข่งขัน

4 รูปแบบ (Style) รูปแบบในการดำเนินกิจการของธุรกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย นั้น มีการจัดการที่มีรูปแบบวิธีที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น การปรับตัวของพ่อค้าแม่ค้า ดังนั้นควรมีการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานกิจการให้มีความชัดเจน และเป็นไปตามกลไกตลาดของการแข่งขันโดยสมบูรณ์

5 บุคลากร (Staff) ควรมีการคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน ซึ่งหากมีการคัดเลือกพนักงานให้เป็นระบบมากขึ้นจะทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

6 ทักษะ (Skill) ผู้ประกอบการจะต้องหาเทคนิค หรือกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าที่มาซื้อสินค้าที่มีความหลากหลายวิธีทั้งนี้เพื่อสร้างความแตกต่างในทักษะการตลาด เช่น การลดราคาสินค้าและบริการ การใช้วิธีการ ขยายส่ง เข้ามาช่วย เป็นต้น

7 ค่านิยมร่วม (Shared value) เรื่องของค่านิยมร่วมกันระหว่างคนในบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย นั้น เนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้นจะเป็นการอยู่ร่วมกันของคน 3 เชื้อชาติ คือ ไทย พุทฺธ ไทยมุสลิม และไทย แต่ในขณะเดียวกันทุกคนทั้งประชาชน และผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวต่างมีค่านิยมเดียวกัน นั่นคือ การรักความสงบ และมีน้ำใจต่อกัน ซึ่งเป็นจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจในพื้นที่ดังกล่าว

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (PEST) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors ) การดำเนินธุรกิจการค้าบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีการยกเว้นค่าภาษีศุลกากร เพื่อจูงใจนักลงทุนให้มาลงทุนในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษเพิ่มมากขึ้น และควรมีการลดขั้นตอนในการดำเนินการศุลกากรให้มีความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนส่งผลด้านบวก การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจะทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น มีคู่แข่งมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มยอดขายทางการค้าได้

3) ปัจจัยด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio- Cultural Factors) ด้านสภาพสังคมของประชาคมอาเซียนประเทศอื่นๆ ในอาเซียนจะได้เปรียบกว่าประเทศไทยในเรื่องของภาษา ส่วนเรื่องค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนนั้น ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัว และเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละชาติให้มากขึ้นเพื่อประโยชน์ทางการค้า

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors) สภาพเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันส่งผลให้ประชาชน และผู้ประกอบการของกลุ่มประเทศในอาเซียนสามารถ ติดต่อสื่อสารกันง่ายขึ้น ถือเป็น การเพิ่มศักยภาพทางการค้า และ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น เช่น การซื้อ-ขายกันทางอินเทอร์เน็ต การเปิดร้านค้าทางเฟสบุ๊ค เป็นต้น

การใช้หลักเกณฑ์สภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน (5 Forces Model) ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการการค้าได้ดังนี้

1) ปัจจัยกำหนดการแข่งขัน (Competition) ผู้ประกอบการบริเวณชายแดนไทย-มาเลเซีย ควรมีแนวความคิดที่ว่า การมีคู่แข่งทางธุรกิจที่มากขึ้น จะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ได้มากขึ้นกว่าเดิม สามารถเปิดตลาดได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม

2) ปัจจัยการเข้าสู่ธุรกิจ หรือผู้มาใหม่ (New Entrances) ในด้านของปัจจัยการเข้าสู่ธุรกิจนั้น เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดมีขนาดใหญ่ขึ้น การเข้าสู่ธุรกิจก็จะสะดวกมากขึ้น เนื่องจากการเข้าสู่ธุรกิจในปัจจุบัน ได้มีหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อโดยตรง การค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3) ปัจจัยกำหนดสินค้าทดแทน (Substitution) เมื่อเปิดประชาคมอาเซียนขึ้น ทำให้มีแนวโน้มที่สินค้าเข้ามาทดแทนได้ง่ายขึ้น ผู้ประกอบการเองก็ได้มีการสั่งซื้อสินค้าประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียน เช่น

สิงคโปร์ อินโดนีเซีย เข้ามาจำหน่ายทำให้มีสินค้าทดแทนกัน ผู้ประกอบการจึงไม่ต้องกังวลในเรื่องสินค้าทดแทน

4) ปัจจัยกำหนดอำนาจการซื้อ (Buyers) การกำหนดอำนาจการซื้อของผู้ซื้อนั้น ขึ้นอยู่กับการตั้งราคาของผู้ขายและอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ซึ่งในปัจจุบันราคาสินค้าที่จำหน่ายนั้น ผู้ซื้อความสามารถที่จะซื้อได้ซึ่งราคาในการซื้อขายจะมีราคาไม่แพงและเป็นไปตามกลไกของตลาด

5) ปัจจัยกำหนดอำนาจของผู้ขายปัจจัย (Suppliers) อำนาจของผู้ขายในปัจจุบันของตลาดชายแดนไทย-มาเลเซียขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าที่จัดหามาได้ง่ายหรือไม่ และยังขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ซึ่งผู้ขายควรมีการดำเนินการจัดหาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองของตนเอง

### อภิปรายผลการวิจัย

ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับสำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า (2014) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “ทฤษฎี Modern Trade ” พบว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน ประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไม่สอดคล้องกับ Autchariyaporn Kingkan (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ทฤษฎีการบริหารจัดการ 8 M’s ” พบว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากธุรกิจ SMEs ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ประเภทต่าง ๆ ให้ความสำคัญในด้านข้อมูลข่าวสารน้อย ไม่คำนึงถึงการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจ เป็นที่รู้จักและหันมาสนใจในตัวสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้ที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จุติมา สุขประสงค์ (2555) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “การเลือกทำเลที่ตั้งของสาขาธุรกิจร้านค้า กว๊านเตี้ยวก๊อ ด้วยกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น” พบว่า ปัจจัยทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ จุติมา สุขประสงค์ (2555) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “การเลือกทำเลที่ตั้งของสาขาธุรกิจร้านค้า กว๊านเตี้ยวก๊อ ด้วยกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น” พบว่า ปัจจัยทำเลที่ตั้งที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่แตกต่างกันสอดคล้องกับ ณัชชา ไชยา (2556) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์และผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านค้าของชำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา” พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อปีที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกันสอดคล้องกับ อิงค์คิวิตี (2015) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “ทฤษฎี Five Force Model” พบว่า ระยะเวลาของกิจการที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ กานต์ชนก บัวทอง (2556) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการบริหารร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก” ผลจากการศึกษาพบว่า คู่แข่งทางธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการใช้ประโยชน์จากการรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และประสิทธิผลของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลจากการศึกษาพบว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังพบว่าเงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับ เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2554) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของการใช้ประโยชน์จาก

การรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และประสิทธิภาพของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลจากการศึกษาพบว่า เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารจัดการกลยุทธ์ที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก จึงไม่คำนึงถึงการ จัดหางบประมาณในการลงทุน และการบริหารจัดการกิจการเท่าที่ควร และร้านค้ามีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมากในการจัดจำหน่าย จึงมีการลงทุนกิจการ เท่าที่พอเลี้ยงชีพได้

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การวิจัย และพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในประชาคมอาเซียน คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ดังนี้

1. รัฐบาลควรมีการเสนอนโยบายไปยังรัฐบาลเพื่อกำหนดให้ชายแดนไทย-มาเลเซีย เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ปลอดภาษี หากมีการกำหนดพื้นที่บริเวณนี้ให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เป็นเขตปลอดภาษี จะทำให้เพิ่มมูลค่าการค้า และดึงดูดนักลงทุนชาวไทยเข้ามาค้าขายอีกเป็นจำนวนมาก

2. รัฐบาลควรมีการปรับปรุงเรื่องระบบภาษี และขั้นตอน การนำสินค้าเข้า-ออกประเทศให้มีความสะดวก รวดเร็ว ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการมักจะประสบปัญหาในเรื่องของระยะเวลาในการนำสินค้าเข้า-ออก บริเวณด่านศุลกากร ของทั้งฝั่งประเทศไทยและประเทศมาเลเซียซึ่งใช้ระยะเวลานานมากทั้ง 2 ฝั่ง มีการตรวจสินค้าซ้ำซ้อนทำให้เกิดความล่าช้า และบางครั้งสินค้าเกิดความเสียหาย

3. รัฐบาลควรมีการจัดโครงสร้างหรือวางผังเมืองของพื้นที่การค้าชายแดนไทย-มาเลเซียให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม กิจการจัดแผนผังของตลาดมตริภาพชายแดนไทย-กัมพูชา และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สถานที่จอดรถ ห้องสุขา ศูนย์อาหาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวให้มีจำนวนมากขึ้น

4. ควรมีการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกด้านข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ และนักท่องเที่ยว

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการแก้ไขของธุรกิจการค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดนไทย-มาเลเซีย เพื่อเป็นข้อมูลในการแก้ไขปัญหาต่อไป

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบสภาพเศรษฐกิจการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย เปรียบเทียบกับจังหวัดนราธิวาส เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลร่วมกันเพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนาการค้าชายแดนไทยให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กานต์ชนก บัวทอง. (2556). กลยุทธ์การจัดการบริหารร้านค้าวัสดุก่อสร้างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนเรศวร
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2556). รายงานผลการสำรวจข้อคิดเห็น เกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องอาเซียน. สืบค้นจาก [www.moac.go.th](http://www.moac.go.th).
- ณัชชา ไชยา. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์และผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจร้านขายของชำในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยะลา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- ณรินทร์ยุติบรรณ. (2012). ความสำคัญของ SMEs ต่อระบบเศรษฐกิจ: ออนไลน์ อ้างถึงจาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/faiyutiban/2013/02/17/entry-1>
- เต็มธรรม สิทธิเลิศ. (2015). เขตเศรษฐกิจพิเศษไทย 5 จังหวัด 6 พื้นที่ เพื่อรองรับ AEC: ออนไลน์ อ้างถึงจาก [http://thailand.prd.go.th/1700/ewt/asean thai/ewt\\_news.php?nid=4393&filename=index](http://thailand.prd.go.th/1700/ewt/asean thai/ewt_news.php?nid=4393&filename=index)
- ธนยศ ดอกดวง. (2556). รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการตลาดศรีเมือง ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ธนวุฒิ พิมพ์กี. (2558). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม(Small Business Management)(พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ. โอ.เอส. พรีเมียมแฮนด์
- น้ำผึ้งสีชมพู. (2012). ความสำคัญของการค้าระหว่างประเทศต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ: ออนไลน์ อ้างถึงจาก <https://www.gotoknow.org/posts/65422.gsappid>
- ปิยะณัฐ เอกชัยศิริ. (2555). การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการเงินและการจัดของบริษัทมหาชนกลุ่มพัฒนาอสังหาริมทรัพย์. วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- ภักวิวัฒน์ อินทรวงษ์โชติ. (2555). การศึกษากลยุทธ์อุตสาหกรรม โลจิสติกส์ประเทศไทยกับลาว. บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- มธุรดา สมัยกุล. (2014). แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาตลาดมิตรภาพชายแดนไทย-กัมพูชา, Academic Services Journal, Prince of Songkhla University Vol. 25 No. 1, Jan-Apr 2014
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2558). การจัดการ: ออนไลน์ อ้างถึงจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3>
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (มปป). แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ: ออนไลน์ อ้างถึงจาก <http://www.wiruch.com/articles%20for%20article/article%20concept%20and%20meaning%20of%20admin%20and%20mgt%20admin.htm>
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (มปป).การบริหารจัดการที่ดี: ออนไลน์ อ้างถึงจาก [http://www.km.nida.ac.th/home/index.php?option=com\\_content&view=article&id](http://www.km.nida.ac.th/home/index.php?option=com_content&view=article&id)



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2013). **นิยาม SMEs: ออนไลน์** อ้างถึงจาก <http://www.ismed.or.th/%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%B2%E0%B8%A1-smes/>
- สำนักงานดัชนีเศรษฐกิจการค้า. (2014). **คำจำกัดความ หรือ ความหมาย ของโมเดิร์นเทรด: ออนไลน์** อ้างถึงจาก <http://www.price.moc.go.th/discussion/viewAnswer.aspx?id=393>
- สร้งพงค์ สิทธิชัย. (2558). **เขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา: ผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคใต้.** ออนไลน์ อ้างถึงจาก [https://www.bot.or.th/Thai/.../Special\\_Economic\\_Zone\\_in\\_Sadao.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/.../Special_Economic_Zone_in_Sadao.pdf)
- สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2554). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 1).** กรุงเทพฯ. บริษัท ซีวีแอลการพิมพ์ จำกัด
- สุนทรตรา จันทบุรี. (2016). **เขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา-ปาดังเบซาร์: ออนไลน์** อ้างถึงจาก [http://www.aseanai.net/ewt\\_news.php?nid=5832&filename=index](http://www.aseanai.net/ewt_news.php?nid=5832&filename=index)
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. (2554). **การใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า** : ออนไลน์ อ้างถึงจาก <http://www.kroobannok.com/blog/43535>
- สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย. (2015). เขตเศรษฐกิจพิเศษในประเทศไทยสร้างฐานการผลิตเพื่อเชื่อมโยงอาเซียน: ออนไลน์** อ้างถึงจาก <http://federationthaisme.org/detail-knowledge.php?id=29>
- สร้งพงค์ สิทธิชัย. (2558). **เขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา: ผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาคใต้.** สืบค้นจาก [https://www.bot.or.th/Thai/.../Special\\_Economic\\_Zone\\_in\\_Sadao.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/.../Special_Economic_Zone_in_Sadao.pdf)
- สำนักกฎหมาย สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2558). **พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ** สืบค้นจาก [http://thainews.prd.go.th/centerweb/news/NewsDetail?NT01\\_NewsID=TNRP5803180010005](http://thainews.prd.go.th/centerweb/news/NewsDetail?NT01_NewsID=TNRP5803180010005)
- โพสต์ทูเดย์. (2555). **จุดเด่นและข้อได้เปรียบ ของประเทศไทย ที่ดีกว่าประเทศอื่นในอาเซียน** สืบค้นจาก <http://www.thai-aec.com/134#ixzz3ew0Nh5c2>
- อิงค์ควิต์. (2015). **5 Forces Model เครื่องมือวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด: ออนไลน์** อ้างถึงจาก <http://incquity.com/articles/5-forces-model>
- AEC ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2556). **ความได้ เปรียบเสียเปรียบไทยใน AEC.** สืบค้นจาก <http://www.thai.aec.com/catagory/thai-advantage-adverse-aec/>
- IM2, 2015, Strategic Mangement: Process of Management, Retrieve from <http://www.im2market.com/2015/08/04/1614> .
- IMT-GT, 2014, Scoping Study for the Special Border Economic Zone (SBEZ) in the Indonesia-MalaysiaThailand Growth Triangle (IMT\_GT, Retrieve from <https://www.adb.org/sites/default/files/related/41573/scoping-study-sbez-imt-gt.pdf>.
- Rapidbi, 2012, Porter's Five Forces for competitor analysis & advantage, Retrieve form <https://rapidbi.com/porterfiveforces/>.
- The Government Public Relation Thailand, 2015, A Special Economic Zone in the Deep South of Thailand, Retrieve from [http://thailand.prd.go.th/ewt\\_](http://thailand.prd.go.th/ewt_).

## บรรณานุกรม (ต่อ)

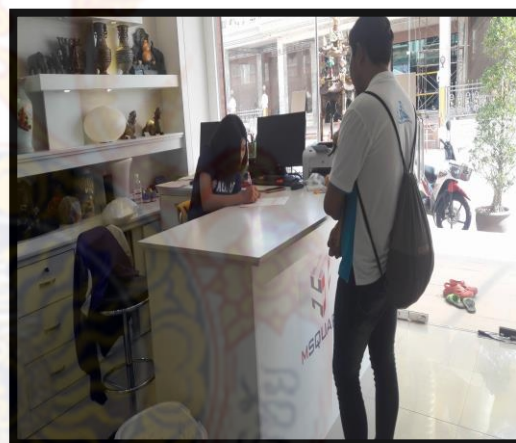
- The Government Public Relation Thailand, 2015, Songkhla Special Economic Zone to Boost Thai-Malaysian Trade, Retrieve from <http://thailand.prd.go.th>.
- Thomson Reuters, 2016, Thailand Introduces Special Economic Zones. Retrieve from <https://tax.thomsonreuters.com/blog/onesource/thailand-introduces-special-economic-zones/>.
- Thomas Wheelen & David Hunger, 2006, Strategic Mangement and Business Policy, Tenth<sup>ed</sup>, United States of America, Pearson International Edition.

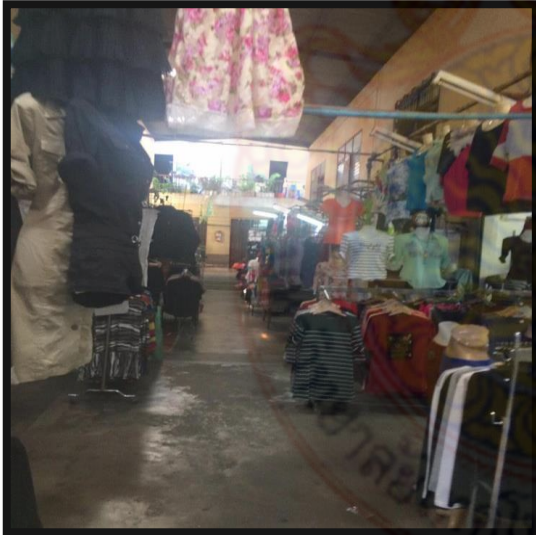


# ภาคผนวก ก

(ภาพกิจกรรม)











# ภาคผนวก ข

(แบบสอบถาม)







## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลดีต่อผู้ประกอบการ ตลอดจนเกิดผลสัมฤทธิ์ในนโยบายการบริหารธุรกิจ

### แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม ดังนี้

1. แบบสอบถามนี้เป็นแบบสำรวจ กลยุทธ์การค้าของธุรกิจในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียดของคำถามต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ

ตอนที่ 2 - 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้าของธุรกิจ ในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

2. โปรดตอบคำถามทุกข้อตามความเป็นจริงเพราะคำตอบที่เป็นจริงและสมบูรณ์เท่านั้นจะช่วยให้การวิจัยครั้งนี้เกิดผลประโยชน์มากยิ่งขึ้น

3. คำตอบของท่าน จะเก็บเป็นความลับและจะประมวลผลเป็นรายงานในภาพรวมเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงองค์กรให้มีคุณภาพต่อไป

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ชื่อกิจการ

สถานที่ตั้ง

2. ประเภทของกิจการ

เจ้าของกิจการคนเดียว

บริษัท จำกัด

ห้างหุ้นส่วนจำกัด

อื่น ๆ .....

3. ทำเลที่ตั้ง

ย่านตัวเมือง

อื่น ๆ .....

ย่านชนบท

4. รายได้เฉลี่ยต่อปี

น้อยกว่า 500,000

1,000,000 – 5,000,000

500,000 – 1,000,000

มากกว่า 5,000,000

5. ระยะเวลาของกิจการ

น้อยกว่า 1 ปี

มากกว่า 5 ปี

1 – 5 ปี

## 6. คู่แข่งขันทางธุรกิจ

 มากมาย น้อยราย

## 7. เงินลงทุนเริ่มก่อตั้งธุรกิจ

 น้อยกว่า 1,000,000 1,000,000 – 5,000,000 5,000,000 – 10,000,000 มากกว่า 10,000,000

### ตอนที่ 2 – 4 การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง ในส่วนนี้เป็นแบบสอบถามเรื่อง การตัดสินใจ เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อลักษณะต่าง ๆ ของธุรกิจที่ท่านกำลังทำอยู่ แต่ละข้อมีระดับความคิดเห็นให้ท่านเลือกตอบ 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึงมีระดับตัดสินใจมากที่สุด  
 4 หมายถึงมีระดับตัดสินใจมาก  
 3 หมายถึงมีระดับตัดสินใจปานกลาง  
 2 หมายถึงมีระดับตัดสินใจน้อย  
 1 หมายถึงมีระดับตัดสินใจน้อยที่สุด

ให้ท่านใส่เครื่องหมาย(✓) ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด เพียง คำตอบเดียวและกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ

#### ตอนที่ 2 Five Force Model

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านอำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค</b>					
1. ลูกค้ามีการซื้อสินค้าจำนวนมาก จะมีผลต่อการต่อรองราคา					
2. ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน รวมกลุ่มกันเพื่อกำหนดฐานราคาที่ต่ำที่สุดให้กับลูกค้า					
<b>ด้านอำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์</b>					
1. ธุรกิจมีการรวมกลุ่มในธุรกิจประเภทเดียวกันเพื่อกำหนดราคาสินค้า					
2. การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ เพื่อต่อรองราคาและสั่งซื้อวัตถุดิบ					
<b>ด้านการคุกคามของผู้ประกอบการใหม่</b>					
1. คู่แข่งมีผลต่อกระทบต่อรายได้					

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการคุกคามของสินค้าทดแทน</b>					
1. ลูกค้าสามารถหาสินค้าทดแทนในราคาที่ถูกลงกว่า					
2. ลูกค้าสามารถหาสินค้าทดแทนที่มีคุณภาพดีกว่า					
3. สินค้าทดแทนในปัจจุบันมีจำนวนมาก					
<b>ด้านการแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่</b>					
1. ธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมรับมือที่จะเข้าสู่ตลาดแข่งขันทางธุรกิจ					
2. ธุรกิจมีการพัฒนาและการดำเนินงานให้กิจการมีความเจริญเติบโตก้าวหน้า					

### ตอนที่ 3 Modern Trade

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้าน Modern Trade</b>					
1. มีสินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า					
2. มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า					
3. สามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้					
4. มีการจัดรูปแบบตกแต่งร้านค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า					
5. มีการจัดรูปแบบตกแต่งร้านค้าให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงาน					

### ตอนที่ 4 การบริหาร 8 M's

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านบุคลากร (Man)</b>					
1. การจัดตั้งธุรกิจจะต้องคำนึงถึงแรงงานที่มีฝีมือหรือแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ					
2. การจัดตั้งธุรกิจจะต้องคำนึงถึงแรงงานไร้ฝีมือหรือแรงงานทั่วไป					
3. การจัดตั้งธุรกิจจะต้องคำนึงถึงแหล่งแรงงานที่จัดหาได้ง่าย					
<b>ด้านเงิน (Money)</b>					
1. ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงราคาที่ดินและราคาในการจัดตั้งร้านค้า					
2. ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงราคาในการซื้อสินค้า					

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงค่าธรรมเนียมนิยมและภาษี					
5. ธุรกิจจะต้องคำนึงถึงผลกำไรที่สูงที่สุด					

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านสินค้าหรือวัสดุ (Material)</b>					
1. ธุรกิจ SMEs จะต้องคำนึงถึงแหล่งวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิต					
2. มีการควบคุมวัตถุดิบในคลังสินค้า					
3. มีการเลือกซื้อวัตถุดิบในราคาที่เหมาะสม					
<b>ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร (Machine)</b>					
1. มีอุปกรณ์ เครื่องจักร เทคโนโลยี ที่ทันสมัย เหมาะสมกับการทำงาน					
2. อุปกรณ์ เครื่องจักรมีความปลอดภัยในการทำงาน					
3. กิจการมีการตรวจสอบสภาพ และบำรุงรักษาเครื่องมือทุกชิ้น ให้คงสภาพที่ใช้งานได้					
<b>ด้านการบริหาร (Management)</b>					
1. มีการบริหารงานโดยใช้ประสบการณ์					
2. มีการบริหารงานโดยใช้หลักทฤษฎี					
3. มีการจำแนกงานให้เหมาะสมกับบุคคล					
<b>ด้านขวัญและกำลังใจ (Morale)</b>					
1. มีการเอาใจใส่ดูแลความเป็นอยู่ ทุกข์สุข ในการทำงานของบุคลากร					
2. มีการให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจ ในการทำงานของบุคลากร					
3. ให้ค่าตอบแทนและโบนัสที่เหมาะสมในการทำงานแก่พนักงาน					
<b>ด้านการตลาด (Market)</b>					
1. มีการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อดึงดูดลูกค้า					
2. มีการกำหนดเจาะจง เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน					
<b>ด้านข่าวสาร (Message)</b>					
1. มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line, Instagram					

การตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การค้า	ระดับการตัดสินใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านข่าวสาร (Message)					
2. มีการประชาสัมพันธ์โดยป้ายโฆษณาและโบรชัวร์					
3. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุ					

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

