

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์การแข่งขันที่ส่งผลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้า ใน
จังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัย : กนกวรรณ นราแหวน ฤกษ์ชัย ทักษุณา กัญญารัตน์ พงษ์สมุทร อาลี เส็มเภา

ปีการศึกษา : 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากลยุทธ์ด้านการตลาดส่งผลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม และ (2) ศึกษากลยุทธ์ด้านการแข่งขันส่งผลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ใช้บริการจกยานไฟฟ้าจังหวัดนครปฐม จำนวน 793,538 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการ พนักงาน ผู้บริหาร ธุรกิจจกยานไฟฟ้าจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน พิจารณาจากการคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลยุทธ์ด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม (0.10) แสดงให้เห็นว่าปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม ทางตรง และมีค่าเชิงบวก (0.10) เกิดขึ้นได้จากตัวแปรสังเกตได้ 7 ตัวชี้วัด ได้แก่ สินค้า ราคา ช่องทางจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการ และ หลักฐานทางกายภาพ และ(2) กลยุทธ์ด้านการแข่งขันมีอิทธิพลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม (0.42) จากการสรุปในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยกลยุทธ์ด้านการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจกยานไฟฟ้าในจังหวัดนครปฐม ทางตรง และมีค่าเชิงบวก (0.42) เกิดขึ้นได้จากตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวชี้วัด ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ด้านการเรียนรู้และการเติบโตและด้านกระบวนการภายใน ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล ผลการวิเคราะห์มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) มีค่าทดสอบคือ Chi-square (χ^2) = 108.00, df = 71, p-value = 0.00258, χ^2/df = 1.52, RMSEA = 0.037, RMR = 0.036, SRMR = 0.036, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.90, CN = 354.12

คำสำคัญ: กลยุทธ์ด้านการตลาด, กลยุทธ์ด้านการแข่งขัน, การเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจ,
จกยานไฟฟ้า

Title : Competition strategies that affect the growth of electric bicycle operators in Nakhon Pathom province.

Researcher : Kanokwan Narawaew, Krit Thapchula, Ganyarat Fongsamut, Ali Sempher

Academic Year : 2025

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study on Marketing Strategies for Electric Bicycle Business Operators in Nakhon Pathom Province; and (2) to study on Competitive Strategies for Electric Bicycle Business Operators in Nakhon Pathom Province.

The research methodology was a quantitative research. The population were people who live in Nakhon Pathom Province 793,538 users, employees, management, electric bicycle business of 400 people in Nakhon Pathom province, based on Taro Yamane's simple sampling method. Data collection tools are questionnaires. The analysis statistics include frequency, percentage, average, standard deviation and structural equation model analysis.

The research findings were found that: (1) the marketing strategies have influenced the growth of electric bicycle operators in Nakhon Pathom Province (0.10), indicating that marketing strategies have influenced the growth of electric bicycle operators in Nakhon Pathom Province directly and positively (0.0. 10) It can be attributed to seven indicators: goods, prices, distribution channels, personnel sales promotion, process and physical evidence; and (2) the competitive strategies influencing the growth of electric bicycle operators in Nakhon Pathom Province. 42) This conclusion shows that competitive factors directly influence the growth of electric bicycle operators in Nakhon Pathom province and have a positive value (0.0. 42) It can occur from four observable variables: customer finance, learning and growth, and internal process. The model consistency index is consistent with empirical data. The test result is Chi-square (χ^2) = 108.00, df = 71, p-value = 0.00258, χ^2/df = 1.52, RMSEA = 0.037, RMR = 0.036, SRMR = 0.036, CFI = 0.99, GFI = 0.97, AGFI = 0.90, CN = 354.12

Keywords: Marketing Strategies, Competitive Strategies, Business Operators' Growth, Electric Bicycles

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันที่ส่งผลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการธุรกิจจักยานไฟฟ้า ในจังหวัดนครปฐม

ในครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถาม เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์สนับสนุนทุนการวิจัยและอำนวยความสะดวกเรื่อง อุปกรณ์ อาคาร สถานที่ ตลอดจนระยะเวลาดำเนินการวิจัย