

รูปแบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจส่งออกของประเทศไทย

Management models to enhance the export business potential of Thailand

ชิดชนก พูลบัว^{1*}, สมทรง นาคศรีสังข์², ภูษิต สงคง³ และศศิมา วงศ์ชาลี⁴

Chidchanok Poolbua^{1*}, Somsomg Naksrisung², Pusit Songkong³ and Sasima Wongchalee⁴

¹สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹Bachelor of Business Administration Program Major: Commercial Innovation Management, Bangkokthonburi University

²⁻⁴สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

²⁻⁴Business Administration (Management), Bangkokthonburi University

*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: chidchanok8824@gmail.com

Received: May 31, 2025; Revised: June 29, 2025; Accepted: June 30, 2025

บทคัดย่อ

ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจส่งออกไทย มีวัตถุประสงค์สำคัญ ดังนี้ 1. เพื่อปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก มีตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พนักงานและลูกจ้าง การบริหารจัดการธุรกิจส่งออก ผลไม้ไทย ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพล ได้แก่ กำลังคน งบประมาณ การฝึกอบรมพนักงานบริการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ผลประกอบการของธุรกิจส่งออก เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองภาพรวม ดัชนีการเชื่อมโยงกันหลังจากผู้วิจัยปรับโมเดลพบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่าดัชนีความสามัคคีทั้ง 8 ที่ผ่านเกณฑ์ การยอมรับคือ $\chi^2=95.47$, df=86, สัมพัทธ์ $\chi^2=1.11$, $p=0.227$, CFI=1.00, GFI=0.98, AGFI=0.95, RMSEA=0.017, SRMR=0.027 และผลการวิจัยพบว่ากำลังคนและการฝึกอบรม พนักงานบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกไทย งบประมาณมีอิทธิพลเล็กน้อยทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกไทย

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงกลยุทธ์; ธุรกิจส่งออกไทย

ABSTRACT

The researcher aim to study on strategic factors influencing the operations of Thai fruit export businesses in the New Normal era in the post-COVID-19 world has the following key objectives 1. For strategic factors that influence the operations of Thai export businesses. 2. To study the influence of strategic factors affecting the operations of Thai export businesses. There are independent variables (Independent Variable), including general information, employees and employees. Management of Thai fruit export business. Strategic factors that influence are manpower, budget. Service staff training and Dependent Variable, namely the performance of the export business. Data collection by questionnaire the results of the analysis of the overall model coherence index after the researcher adjusted the model found that Models are consistent with empirical data.

All 8 harmonious indices that passed the acceptance criteria were $\chi^2=95.47$, $df=86$, relative $\chi^2=1.11$, $p=0.227$, $CFI=1.00$, $GFI=0.98$, $AGFI=0.95$, $RMSEA=0.017$, $SRMR=0.027$ and the research results showed that the manpower and training of service personnel. It has a statistically significant influence on the performance of Thai export businesses. Budget has a statistically insignificant influence on the performance of Thai export businesses.

Keywords: Strategic Factors; Export Business Operations

บทนำ

ธุรกิจส่งออกของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเนื่องจากรายได้จากการส่งออกเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทยและมีผลกระทบโดยตรงต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของ

ประเทศไทยหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน ลดความยากจน หรือเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง เช่น ผลไม้สดและแปรรูป ข้าว

อาหารทะเล รวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ซึ่งทำให้มีศักยภาพในการส่งออกสูง อย่างไรก็ตาม แม้จะมีศักยภาพทางการผลิตที่ดี แต่ประเทศไทยยังคงประสบปัญหาในการเพิ่มศักยภาพในการส่งออก เช่น การขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตและโลจิสติกส์ การขาดทักษะในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และการขาดการวิจัยตลาดที่เหมาะสม ซึ่งการศึกษาและการวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพธุรกิจส่งออกจึงมีความสำคัญในการค้นหาแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจส่งออกที่เหมาะสม เพื่อตอบโจทย์ในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจโลกเผชิญกับความท้าทายจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาวะทางการเมือง การค้าเสรี หรือการเปลี่ยนแปลงของพัฒนารัฐธรรมนูญ

ทฤษฎีที่สำคัญที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์และพัฒนาการลุยธ์ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของประเทศไทยดังนี้:

1. ทฤษฎีการจัดการทรัพยากรัฐมนุษย์ (Human Resource Management Theory) ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรัฐมนุษย์ในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เช่นทฤษฎี The Human Problems of an Industrial Civilization ของ Mayo, E. (1993)

ที่อธิบายถึงองค์ประกอบของความร่วมมือในทีม ว่าประกอบไปด้วย เอกลักษณ์ของทีม การสนับสนุนของทีมงาน และความเป็นหนึ่งใจเดียวกัน เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการมีความเข้าใจถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเกิดความร่วมมือในทีม และ เกิดพัฒนาระบบการทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสม ทั้งในส่วนของการทำงานร่วมกันภายใน หน่วยงาน หรือทุกหน่วยงาน องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการสร้าง

ความร่วมมือในทีม คือ 1) การสร้างความรู้สึกเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม คือการที่ทีมงานจะมี ลักษณะโดดเด่นโดยสมาชิกจะต้องมีความรู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมในความสำเร็จนั้น ด้วยการ จัดการด้วยตนเอง สมาชิกยอมรับบทบาทผู้อื่น และของตนในเวลาต่างๆ 2) การได้รับการสนับสนุน จากสังคม เป็นการให้ความปรึกษาแนะนำ แก้ไขปัญหาอุปสรรคร่วมกัน สมาชิกมีความอ่อนไหวต่อการช่วยเหลือกัน 3) ความเป็นหนึ่งใจเดียวกัน เป็นการที่ทุกๆ คนจะยึดกรอบในการทำงานเพื่อให้บรรลุ เป้าหมายร่วมกัน โดยในงานวิจัยนี้จะเน้นการพัฒนาทรัพยากรัฐมนุษย์ให้มีทักษะในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ และการส่งเสริมการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในองค์กรเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกของประเทศไทย

2. ทฤษฎีการพัฒนาองค์กร (Organizational Development Theory) ทฤษฎีการพัฒนาองค์กรเน้นการพัฒนาองค์กร

ให้มีความยั่งยืน โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง และการสร้างนวัตกรรมในกระบวนการทำการธุรกิจ ซึ่งทฤษฎีนี้สามารถใช้ในการพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจส่งออกของประเทศไทยให้มีความแข็งแกร่งขึ้นในตลาดโลก

3. ทฤษฎีการจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) การจัดการกลยุทธ์เป็นทฤษฎีที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทางขององค์กรในการแข่งขันในตลาด โดยในงานวิจัยนี้จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการกลยุทธ์การส่งออกของธุรกิจไทยในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง เช่น การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง การใช้กลยุทธ์ในการเจาะตลาดต่างประเทศ หรือการขยายธุรกิจออกไปยังตลาดใหม่ ๆ

4. ทฤษฎีการตลาดระหว่างประเทศ (International Marketing Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายถึงแนวทางการดำเนินการตลาดระหว่างประเทศ เช่น การทำการตลาดข้ามพรมแดน การเข้าใจความต้องการของตลาดต่างประเทศ และการปรับตัวของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละประเทศ ซึ่งทฤษฎีนี้เป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการส่งออกของประเทศไทยให้เติบโต

5. ทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management Theory) การจัดการโลจิสติกส์เป็นการวางแผนและการบริหารจัดการการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปยัง

ตลาดผู้บริโภค ซึ่งในการส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ การมีระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุนและเวลาในการจัดส่งสินค้า ทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกไทย

ความสำคัญของรูปแบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจส่งออกของประเทศไทย ประกอบด้วย

1. การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน การศึกษาและพัฒนาแนวทางการจัดการธุรกิจส่งออกที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทยในตลาดโลก การสร้างกลยุทธ์และรูปแบบการจัดการที่เหมาะสมจะช่วยให้ธุรกิจไทยสามารถยั่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งและขยายตลาดไปยังประเทศใหม่ ๆ ได้

2. การสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ การเพิ่มศักยภาพในการส่งออกจะช่วยเสริมสร้างรายได้จากการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยและเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย

3. การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การวิจัยในด้านการส่งออกยังสามารถช่วยให้ธุรกิจไทยพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต การขนส่ง การตลาด หรือการบริหารจัดการข้อมูล ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการธุรกิจระหว่างประเทศ

4. การส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ งานวิจัยนี้จะช่วยเน้นความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการเพิ่มทักษะการสื่อสาร การทำธุรกิจข้ามวัฒนธรรม และการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการส่งออก เพื่อให้บุคลากรสามารถขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในด้านโลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการส่งออก เช่น การพัฒนาท่าเรือ ระบบขนส่ง และเทคโนโลยีในการตรวจสอบและติดตามสินค้า ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจส่งออกของประเทศไทย มีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนากลยุทธ์และแนวทางการจัดการที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และการค้าในปัจจุบัน โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตและโลจิสติกส์ การสร้างกลยุทธ์การตลาดระหว่างประเทศ และการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมการเติบโตและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกไทยในตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพธุรกิจส่งออกของประเทศไทย มีการกำหนด วัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. เพื่อปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปพนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อ ได้แก่ ด้านกำลังคน งบประมาณ การฝึกอบรมพนักงานด้านการบริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ (Dependent Variable) ได้แก่ ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คืออิทธิพลของปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกของไทย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ พนักงานและผู้บริหาร ธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยจำนวน 400 คน

ในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการสำรวจความคิดเห็นโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 1 ชุด โดยแบบสอบถามเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ

ส่วนที่ 1 คือข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ว่าไปของพนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

ส่วนที่ 2 คือคำถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยจำนวน 400 คน โดยทราบจำนวนประชากรและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิเคราะห์สถิติพรรณนาขั้นพื้นฐาน (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ในการวัดคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ในส่วนสถิติพรรณนาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเที่ยงวิเคราะห์ค่าตัวนี้ความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่

ผู้วิจัยได้ปรับโมเดลพบว่า โมเดลสอดคล้องกับกลุ่มก้านกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 8 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับคือค่า $\chi^2=95.47$, df=86, relative $\chi^2=1.11$, $p=0.227$, CFI=1.00, GFI=0.98, AGFI=0.95, RMSEA = 0.017, SRMR = 0.027 ที่ผู้ดำเนินการวิจัยจัดทำขึ้น

ดังนั้น จำนวนของประชากร และกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ทั้งหมดแยกตามข้อมูลธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย คำนวณได้ดังนี้

หน่วยงาน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. ผู้บริหาร	7,983 คน	32 คน
ระดับสูง		
2. ผู้บริหาร	22,000 คน	88 คน
ระดับล่าง		
3. พนักงาน	70,017 คน	280 คน
ประจำ		
รวม	100,000 คน	400 คน
ที่มา:	ตามข้อมูล ธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย ปี 2023	

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่ง 1 ชุด เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานและผู้บริหาร ธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ

และวิเคราะห์เครื่องมือหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ทำการทดลอง (try-out) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด แล้วนำผลการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (alpha coefficient) ด้วยวิธีของครอนบัช (Cronbach's alpha: α) โดยค่า α ที่ได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 เครื่องมือนี้จึงสามารถนำไปใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูล (พวงรัตน์ ทรีรัตน์, 2543)

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามความมุ่งหมายของการวิจัย ครอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้นและนิยามภูมิปัญญาเพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการ โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับแบบสอบถาม ใช้สำหรับพนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คือข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลที่ว่าไปของพนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

ตอนที่ 2 คือคำถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

1. ปัจจัยด้านกำลังคน
2. ปัจจัยด้านงบประมาณ
3. ปัจจัยด้านการฝึกอบรม

พนักงานด้านการบริการสำหรับพนักงานและผู้บริหาร ธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้บริหารเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม จากผู้พนักงานและผู้บริหารธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

2. การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทางทฤษฎี แนวคิด จากผลงานวิจัย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสูงสุดอันแสดงให้เห็นถึงตัวแనวความคิด ทฤษฎี เพื่อการเลือกสรร ตัวแปรที่มีความสำคัญต่อปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมกับ ผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด และพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนหรือมีความสอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ +1 คะแนน

2. เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนหรือมีความสอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ 0 คะแนน

3. เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นไม่ตัวแทนหรือไม่มีความสอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ ให้ -1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-objective Congruency—IOC) โดยใช้สูตร

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

เมื่อ IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ปฏิบัติการ

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนข้อความดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ($IOC \geq 0.5$) ถือว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึงเกณฑ์ 0.5 แต่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อคำถามนั้นเพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการวัด จะนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงแก้ไขอีกรอบ ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ จะรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดนำมารองรับ ข้อมูล และป้อนรหัสข้อมูลทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรมวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อเข้าสู่กระบวนการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ในการบรรยายลักษณะโดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (percentage) ในการวัดคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในส่วนสถิติพรรณนาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเที่ยงวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล โดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับโมเดลพบว่า โมเดลสอดคล้องกับกลุมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 8 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ยอมรับคือ ค่า $\chi^2=95.47$, $df=86$, relative $\chi^2=1.11$, $p=0.227$, $CFI=1.00$, $GFI=0.98$, $AGFI=0.95$, $RMSEA=0.017$, $SRMR=0.027$ การแปลผลค่าเฉลี่ยของข้อมูลซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิคิร์ท (Likert scale) ในส่วนนี้ ได้แบ่ง

ช่วงของการแปลผลออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้ (Likert, 1932)

คะแนน	ความหมาย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2	ไม่เห็นด้วย
3	ค่อนข้างเห็นด้วย
4	เห็นด้วย
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. วัตถุประสงค์ในข้อ 1 และข้อ 2 ผู้วิจัยใช้เทคนิคศาสตร์แห่งการตีความ (Hermeneutics) เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และเทคนิคการวิเคราะห์เชิงอุปนัย (Inductive Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 18-25 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมาอายุ 26-35 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ลำดับที่สามต่อมาอายุ 36-45 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 ลำดับที่สี่มีอายุ 56-60 ปี ตามลำดับ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.55 และลำดับสุดท้ายอายุ 46-55 ปี จำนวน 5 คน

คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม โสด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาสถานะ สมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.17 และลำดับสุดท้ายหม้าย/อย่าร้าง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.08 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบร่วมส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.04 รองลงมา การจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 ลำดับที่สาม จบการศึกษาระดับ อนุปริญญา/ปวส จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 และลำดับสุดท้าย จบการศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาโท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบร่วมส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.03 รองลงมา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 15,001-20,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.58 รองลงมา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000-15,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 รองลงมา มีระดับรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 30,000 ชั้นไปและ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และ ลำดับสุดท้าย มีระดับรายได้เฉลี่ย 25,001-

30,000 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ตามลำดับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ ด้านกำลังคน อุปกรณ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D = 0.51)

แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบร่วมกัน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ วิเคราะห์ปริมาณงาน Work Load Analysis ($\bar{x} = 4.12$, S.D = 0.17) รองลงมา วิเคราะห์ปริมาณงานตามคุณสมบัติและคุณสมบัติพิเศษเฉพาะ Job Description ($\bar{x} = 3.76$, S.D = 0.55) ลำดับต่อมา แสดงข้อมูล ด้านการจัดทابุคคลากร ($\bar{x} = 3.73$, S.D = 0.52) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ด้านการคัดสรรรบุคคลากร ($\bar{x} = 3.70$, S.D = 0.53) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ เกี่ยวกับ ด้านงบประมาณ ระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D = 0.40) แต่เมื่อพิจารณาในรายด้าน พบร่วมกัน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ย จำกมากไปน้อยได้แก่ การคำนวณต้นทุน ($\bar{x} = 3.83$, S.D = 0.44) รองลงมา มีความคล่องตัว สูง ($\bar{x} = 3.78$, S.D = 0.56) ลำดับต่อมา การ จัดสรรงบประมาณและทรัพยากร ($\bar{x} = 3.76$, S.D = 0.55) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด การ จัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน ($\bar{x} = 3.65$, S.D = 0.50) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมี

ความพึงพอใจเกี่ยวกับการฝึกอบรมพนักงาน ด้านการบริการระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D = 0.40) แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบร่วมกัน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ บริการ ($\bar{x} = 3.83$, S.D = 0.44) รองลงมา มีการสร้างมาตรฐานบริการที่ มีคุณภาพ ($\bar{x} = 3.78$, S.D = 0.56) ลำดับต่อมา วิเคราะห์ ความจำเป็นในการฝึกอบรม ($\bar{x} = 3.76$, S.D = 0.55) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ระบบติดตามผลงานด้านบริการ ($\bar{x} = 3.65$, S.D = 0.50) ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การ จัดการกำลังคนและการฝึกอบรมพนักงาน บริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ผลประกอบการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทยของ โลก งบประมาณมีอิทธิพลเล็กน้อยทางสถิติ ต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย ของโลก

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มี อิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก ผลไม้ไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง 400 ราย พนักงานและผู้บริหารธุรกิจ ส่งออกผลไม้ไทย นำมารวบรวมเป็น 2 กลุ่มโดยใช้ สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Statistics) ซึ่งจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า แต่เมื่อ พิจารณาในรายด้านพบร่วมกัน อยู่ในระดับมากทุก

ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ วิเคราะห์ปริมาณงาน Work Load Analysis รองลงมา วิเคราะห์ปริมาณงานตามคุณสมบัติ และคุณสมบัติพิเศษเฉพาะ Job Description ลำดับต่อมา แสดงข้อมูลด้านการจัดทำบุคลากร ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ด้านการคัดสรรบุคลากร พบร่วมส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับ ด้านงบประมาณ ระดับมากแต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ การคำนวณต้นทุน รองลงมา มีความคล่องตัวสูง ลำดับต่อมา การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดการจัดทำงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงาน พบร่วมส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการฝึกอบรมพนักงานด้านการบริการระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริการ รองลงมา มีการสร้างมาตรฐานบริการที่มีคุณภาพ ลำดับต่อมา วิเคราะห์ความจำเป็นในการฝึกอบรม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด ระบบติดตามผลงานด้านบริการผลการวิจัยพบร่วมกับยุทธ์การจัดการกำลังคนและการฝึกอบรมพนักงานบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจ ส่งออกผลไม้ไทย งบประมาณมีอิทธิพล

เล็กน้อยทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจ ส่งออกผลไม้ไทย และจากการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย ของปองพล วงศ์วิศิษฐ์ และคณะ (2567) ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การจัดการ กำลังคนและการฝึกอบรมพนักงานบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย กำลังคนและการฝึกอบรมพนักงานบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย งบประมาณมีอิทธิพลเล็กน้อยทางสถิติต่อผลประกอบการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย และผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้ประดิษฐ์ในประเทศไทย ของสุรางค์รัตน์ วรรัตน์ และคณะ (2566) ผลการวิจัยพบว่า (1) เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปร คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ การจัดการลูกค้า สัมพันธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ ดอกไม้ประดิษฐ์ในประเทศไทย ตามปัจจัยที่ศึกษานั้น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.241 คุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรง เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.033 คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบ

ทางการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.772 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผ่านคุณภาพการบริการ มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.241 และค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.469 คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผ่านคุณภาพการบริการ มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.033 และค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.334 (2) รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ ดอกไม้ประดิษฐ์ ในประเทศไทยได้แก่ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ คุณภาพการบริการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ และ (3) ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ ดอกไม้ประดิษฐ์ ในประเทศไทย ค่าตัดชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความหมายมากกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ $\chi^2 = 234.613$, $df = 95$, $\chi^2 / df = 2.469$, $p\text{-value} = 0.0517$, $CFI = 0.980$, $TLI = 0.971$, $RMSEA = 0.065$ และ $SRMR = 0.022$ และความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้ประดิษฐ์ ในประเทศไทย มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน และผลการวิจัยเรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่

มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงเรม ของฟารีดา มะ (2564) ผลการศึกษาพบว่า การจัดการทรัพยากรของมนุษย์ และกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงเรมขนาดเล็ก องค์ประกอบการจัดการทรัพยากรของมนุษย์ ตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุด คือ กระบวนการให้รางวัล และน้อยที่สุดคือกระบวนการคัดเลือก และองค์ประกอบกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุด คือ การวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ และน้อยที่สุด ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ผลการค้นพบในการศึกษาครั้งนี้

1. กลยุทธ์การจัดการกำลังคนและการฝึกอบรมพนักงานบริการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย มีส่วนอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพด้านการส่งออกผลไม้ไทย จึงควรให้มีการสนับสนุน ส่งเสริมให้ธุรกิจจัดการฝึกอบรมพนักงานบริการเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในปัจจุบัน

2. กลยุทธ์ด้านการบริหารงานงบประมาณของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยสนับสนุนมีความคิดเห็นที่ยังส่งผลต่ออิทธิพลในธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ทำวิจัยครั้งต่อไป

ในศึกษาวิจัย ครั้งต่อไปครุภยุทธ์ การจัดการกำลังคนและการฝึกอบรมพนักงาน

บริการของธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย มีส่วนอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพด้านการส่งออกผลไม้ไทยด้านเดียว

เอกสารอ้างอิง

ปองพล วงศ์วิศิษฐ์, ชัชวาล วงศ์มະเชะ, ชลธรณ์ เยาวพันธุ์กุล, ฟารีดา มะ. (2567). กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจส่งออกผลไม้ไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 13(2), 48-63.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิธีการวิจัยทางพุตติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนาอุดมศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.

ฟารีดา มะ. (2564). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงเรม. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 10(2), 133-146.

สุรangs วรรัตน์, บุรพ กำบุญ, สุชาติ ปรักทยานนท์, ฐนันวริน โน้มิตรคณิน. (2566). รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจดอกไม้ประดิษฐ์ในประเทศไทย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, 12(1), 173-192.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.

Mayo, E. (1993). *The Human Problems of an Industrial Civilization*. New York: Macmillan.