

Received: 14-06-2020

Revised: 03-08-2020

Accepted: 17-08-2020

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
Factors Influencing Firm Performance of Mill Operators Who Purchase
Jasmine Rice in Thung Kula Ronghai

รุ่งทิพย์ ธรรมเสนา¹

Roongthip Thamsena

roongthip007@gmail.comมาเรียม นามิ²

Mariam Nami

mariamnami@gmail.comอัมพล ชูสนุก³

Ampon Shoosanuk

amponsh@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) อิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด และความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (2) อิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (3) อิทธิพลของความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และความได้เปรียบในการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (3) ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (4) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (5) ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (6) ความสามารถในการบริการด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัทและ (7) ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

คำสำคัญ: ความสามารถด้านการตลาด, ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์, ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์, ความได้เปรียบในการแข่งขัน, ผลการดำเนินงานของบริษัท

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Student in Master of Business Administration Program in Logistics and Supply Chain Management Ramkhamhaeng University

² วิศวกรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (สาขาบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Doctor of Philosophy Program in Social Sciences (Business Administration) Ramkhamhaeng University

³ นักวิชาการอิสระ

Independent Scholar

Abstract

This research examines (1) the influence of marketing capabilities and logistics flexibility on capabilities in the logistics services of mill operator companies purchasing jasmine rice in the Thung Kula Rong Hai area. The researcher also studies (2) the influence of marketing capabilities, logistics flexibility, and capabilities in logistics services on the competitive advantage of these mill operator companies. Finally, the researcher investigates (3) the influence of capabilities in logistics services and competitive advantage on the firm performance of the companies. The data were analyzed using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and path analysis.

Findings are as follows: (1) Marketing capabilities positively influenced capabilities in logistics services. (2) Logistics flexibility positively influenced capabilities in logistics services. (3) Marketing capabilities positively influenced competitive advantage. (4) Logistics flexibility positively influenced competitive advantage. (5) Capabilities in logistics services positively influenced competitive advantage. (6) Capabilities in logistics services positively influenced firm performance. (7) Competitive advantage positively influenced firm performance.

Keywords: marketing capabilities, logistics flexibility, capabilities in logistics services, competitive advantage, firm performance

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ข้าวไทยเป็นสินค้าอุตสาหกรรมทางการเกษตรที่มีมูลค่าสูงต่อการส่งออกเป็นอย่างมาก เนื่องจากประชากรโดยส่วนใหญ่ของประเทศ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และนอกจากข้าวเป็นอาหารหลักในการบริโภคของคนไทยแล้ว พื้นที่โดยส่วนใหญ่ของประเทศมีสภาพดินเป็นพื้นที่สำหรับปลูกข้าว โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ปลูกข้าวมากที่สุด นอกจากนั้นผลกระทบที่มีต่อการส่งออกข้าว อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ ขนาดของเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ในทางการเกษตรของประเทศ และเนื้อที่ที่ใช้ประโยชน์ทางการเกษตรเป็นรายภาคของประเทศ ส่วนผลกระทบที่อาจเกิดจากปัจจัยภายในที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ได้แก่ การบริหารจัดการภายในองค์กร สาเหตุจากการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การเคลื่อนย้ายสินค้า และการจัดทำแผนทางการตลาด เป็นต้น ล้วนเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกทั้งสิ้น (Office of Agricultural Economics, 2016)

ตลาดข้าวสารของแต่ละประเทศที่ผลิตข้าวส่งออก และเป็นคู่แข่งของไทย อันดับต้น ๆ ประกอบด้วย อินเดีย เวียดนาม ปากีสถาน และสหรัฐ ซึ่งคาดว่าจะมีปริมาณการส่งออกข้าวลดลงจากปี 2561 ดังนี้ ประเทศไทย -15.2 ล้านตัน ประเทศอินเดีย -26.0 ล้านตัน ประเทศเวียดนาม -31.6 ล้านตัน ปากีสถาน 7 ล้านตัน และสหรัฐ -100.0 ล้านตัน ส่งผลให้ไทยต้องหันมาเร่งพัฒนาคุณภาพการส่งออกของผลิตภัณฑ์ในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นผลมาจากปี พ.ศ. 2561 ภาคการเกษตรได้ประสบกับปัญหาจากภัยน้ำท่วม ทำให้ปริมาณผลผลิตข้าวใน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง ส่งผลกระทบต่อยอดการส่งออกของประเทศไทย ขณะเดียวกันในส่วนของภาครัฐบาลก็ไม่ได้ขาดการสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ให้นานาประเทศหันมาสนใจในเรื่องของคุณภาพการผลิตสินค้าข้าวหอมมะลิ และบริการที่สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้ รวมถึงภาคเอกชนก็ได้มีการแข่งขันในทางการตลาด การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการพัฒนาผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (สมาคมผู้ส่งออกข้าวจากไทย, 2561)

พื้นที่ในการทำเกษตรที่มีความเหมาะสมกว่าพื้นที่ของทุกภาค คือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากมีอาณาเขตที่มีขนาดใหญ่ และเพียงพอต่อการทำเกษตรกรรม และมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังมีสภาพ

ภูมิอากาศที่เหมาะสม ซึ่งข้าวเป็นพืชที่ทนต่อความแห้งแล้งได้ดีกว่าพืชทางการเกษตรที่ทำเป็นอุตสาหกรรมอื่นได้ดีกว่า ดังนั้นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการทำเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ นาข้าวโดยเฉพาะข้าวหอมมะลิเป็นพันธุ์ที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยในเรื่องของคุณภาพข้าว และเป็นสินค้าของภาคที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด และมีผู้ประกอบการโรงสีที่มีขนาดใหญ่จำนวนมากที่สามารถสร้างกำลังการผลิตสูงสุดในเขตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ พื้นที่ในเขต พังงูลำร้องไห้ นอกจากนั้นยังมีสมาคมโรงสีข้าวแห่งประเทศไทยเข้ามาควบคุมการดำเนินกิจการของภาคเอกชน กำหนดการขึ้นทะเบียนใหม่ทุก 2 ปี แม้จะผ่านการขึ้นทะเบียนแล้วก็ตามเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลโรงสี และกำหนดมาตรฐานในการประกอบกิจการรวมถึงการผลิต และแปรรูปเพื่อการส่งออก ให้มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกให้กับผู้ประกอบการโรงสี รวมถึงบริษัทที่ดำเนินการเกี่ยวกับการส่งออกข้าวขาวของไทย (สมาคมโรงสีข้าวไทย, 2562)

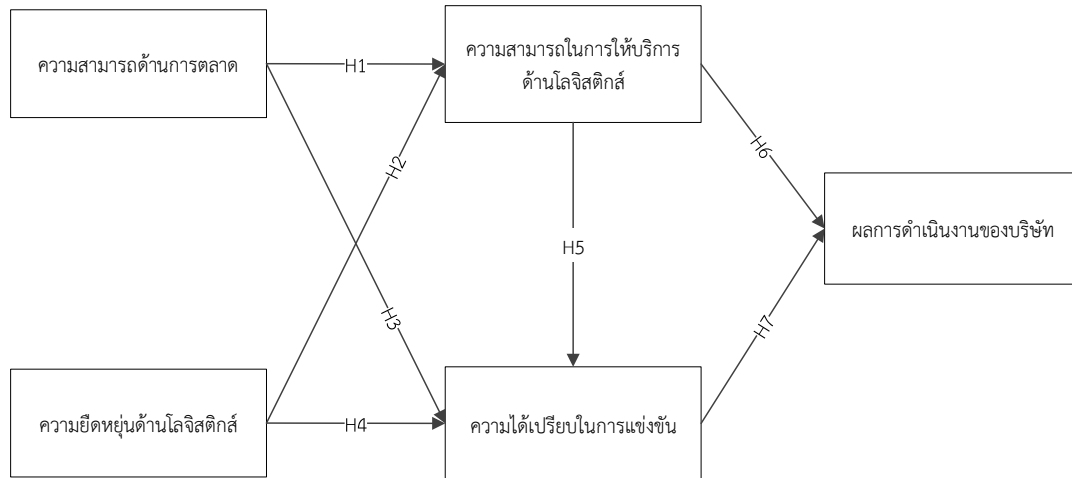
มีการศึกษาเกี่ยวกับข้าวหอมมะลิของไทย อาทิเช่น ขวัญทิพย์ วิหารรัตน์ (2560) ทำการศึกษาผลของบรรจุภัณฑ์และการหมักโอโซนต่อคุณภาพการเก็บรักษาของข้าวสารเจ้าผสมข้าวหอมมะลิ ขณะที่ ศิริเชษฐ์ สังขมาน (2559) ทำการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว: กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และวิลาวัลย์ สากล (2560) ทำการศึกษา การจัดการโลจิสติกส์ของโรงสีข้าว นำมาซึ่งความสนใจของผู้วิจัยให้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตพังงูลำร้องไห้

ผลการดำเนินงานของบริษัท หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการแข่งขัน ส่วนแบ่งตลาด กำไร ต้นทุนรายได้ และความพึงพอใจของลูกค้าของบริษัทในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ใหญ่ที่สุด (Hung, Yang, Lien, McLean, & Kuo, 2010, pp. 285-294) ผลการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท (Haseeb, Hussain, Kot, Androniceanu, & Jermisittiparsert, 2019) ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Kuo, Lin, & Lu, 2017) และยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท (Kirono, Armanu, Hadiwidjojo, & Solimun, 2019) อีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ส่งผลต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Hou, 2019) และส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Palandeng, Kindangen, Timbel, & Massie, 2018) และพบว่า ความสามารถด้านการตลาดส่งผลต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (Kamboj, Goyal, & Rahman, 2015) และส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (Kamboj & Rahman, 2017) ผู้วิจัยจึงนำเสนองานวิจัยนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มเติมผลงานด้านวิชาการ และเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตพังงูลำร้องไห้ในการพัฒนาผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด และความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตพังงูลำร้องไห้
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตพังงูลำร้องไห้
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และความได้เปรียบในการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตพังงูลำร้องไห้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
2. ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
3. ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
4. ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
5. ความสามารถในการบริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
6. ความสามารถในการบริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้
7. ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้

นิยามศัพท์

ความสามารถด้านการตลาด หมายถึง การที่องค์กรมีทรัพยากรเฉพาะ ที่เหนือกว่าหายากไม่สามารถถ่ายโอนได้ มีลักษณะเฉพาะ และมีความสำคัญต่อการวางแผนเชิงกลยุทธ์ด้วยความโดดเด่น เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการแสวงหา และธำรงรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วในด้านการจัดส่งการสนับสนุน และการบริการ โดยมุ่งเน้นด้านการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด

ความสามารถในการบริการด้านโลจิสติกส์ หมายถึง รายการเกี่ยวกับประสิทธิภาพในด้านความถูกต้องของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศ ความรวดเร็ว และทันเวลา การตอบสนองต่อปัญหา และความสามารถในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง สถานะขององค์กรที่สามารถรองรับพลวัตด้านสิ่งแวดล้อม และสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เป็นที่น่าพึงพอใจอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง

ผลการดำเนินงานของบริษัท หมายถึง การเปลี่ยนแปลงด้านความสามารถในการแข่งขัน ส่วนแบ่งตลาด กำไร ต้นทุน รายได้ และความพึงพอใจของลูกค้าขององค์กร ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับคู่แข่งที่ใหญ่ที่สุด

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

เพื่อเป็นเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ในการมุ่งเน้นเพื่อปรับใช้ความสามารถด้านการตลาด และความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และความได้เปรียบในการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การพัฒนาเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานของบริษัทในที่สุด

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่รับซื้อข้าวเปลือก ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ประชากรผู้ประกอบการโรงสีข้าวในเขตทุ่งกุลาร้องไห้

จังหวัด	ทุกขนาด	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
1. ร้อยเอ็ด	105	23	28	52
2. สุรินทร์	55	27	18	10
3. ศรีสะเกษ	29	9	7	15
4. มหาสารคาม	14	5	7	9
5. บุรีรัมย์	36	13	4	15
6. ยโสธร	22	5	6	8
รวม	261	82	70	109

ที่มา/ว. จาก “ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศค้าข้าว,” โดย กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์, 2561, <https://ricetrade.dit.go.th>

ขนาดตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวเปลือกในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณตามสมการของ Yamané (1973) ดังนี้

$$n = N/(1+Ne^2)$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (0.05)

$$n = 261/(1+261 \times 0.05^2)$$

$$n = 157.94 \approx 158 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละขนาดโรงสีที่รับซื้อข้าวเปลือกในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือดังตาราง 2

ตาราง 2 ตัวอย่างแบ่งตามขนาดโรงสี

จังหวัด	ทุกขนาด	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ขนาดเล็ก
1. ร้อยเอ็ด	64	14	17	32
2. สุรินทร์	33	16	11	6
3. ศรีสะเกษ	18	6	4	9
4. มหาสารคาม	8	3	4	5
5. บุรีรัมย์	22	8	2	9
6. ยโสธร	13	3	4	5
รวม	158	50	42	66

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย มีขั้นตอนในการสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง อายุงานในโรงสี อายุงานในตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาดำเนินกิจการ และขนาดของโรงสี ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านความสามารถด้านการตลาด แบบสอบถามมีจำนวน 5 ข้อ ปรับใช้เครื่องมือจาก (Kim, Shin, & Min, 2016) โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านความยั่งยืนด้านโลจิสติกส์ แบบสอบถามมีจำนวน 6 ข้อปรับใช้เครื่องมือจาก (Kim et al., 2016) โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ แบบสอบถามมีจำนวน 7 ข้อ ปรับใช้เครื่องมือจาก (Kim et al., 2016) โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ เหตุผลที่ผู้วิจัยปรับใช้เครื่องมือวิจัยของ Kim et al. (2016) ถึง 3 ตัวแปรเนื่องจากเครื่องมือนี้มีนักวิจัยนำไปปรับใช้จำนวนมาก อีกทั้งผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์สูงมาก นอกจากนี้เครื่องมือเหล่านี้ ยังสามารถสะท้อนภาพของการวัดตัวแปรได้ตรงกับความต้องการ และเป้าประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้อีกด้วย ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน แบบสอบถามมีจำนวน 7 ข้อ ปรับใช้เครื่องมือจาก (Li & Liu, 2014, p. 2795) โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ และส่วนที่ 6 แบบสอบถามด้านผลการดำเนินงานของโรงสี แบบสอบถามมีจำนวน 6 ข้อ ปรับใช้เครื่องมือจาก Hung et al., (2010) โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงเป็นเครื่องมือที่ใช้ประเมินความสอดคล้องภายในของข้อคำถาม วิธีการตรวจสอบความเที่ยงที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Zikmund, Babain, Carr, & Griffin, 2016) ด้วยวิธีแบ่งครึ่งข้อคำถาม (split-half) จากนั้นทำการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ของครึ่งข้อคำถามทั้งสอง (Ekolu & Quainoo, 2019) เกณฑ์มาตรฐานของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Zhang et al., 2019) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อแต่ละข้อของคำถาม (corrected item-total correlation) ควรมีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (Sankar, Kutty, & Anand, 2019) ในการตรวจสอบความเที่ยงผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงทั้งข้อมูลทดลองใช้ ($n = 50$) และข้อมูลที่เก็บจริงของผู้ประกอบการโรงสีในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ($n = 189$)

ผลการตรวจสอบความเที่ยงของข้อมูลทดลองใช้ (pre-test) จำนวน 50 ชุด ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของแต่ละตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง .866 ถึง .908 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (corrected item-total correlation) มีค่าอยู่ระหว่าง .527 ถึง .860 ส่วนข้อมูลจริงจำนวน 189 ชุด พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง .851 ถึง .911 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อมีค่าอยู่ระหว่าง .622 ถึง .792

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง

ตัวแปร	ตัวชี้วัด	Cronbach's alpha coefficient	
		n=50	n=189
ความสามารถด้านการตลาด (LOC)	5	.866	.851
ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ (LOF)	6	.888	.876
ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ (LOS)	7	.935	.903
ความได้เปรียบในการแข่งขัน (COA)	7	.897	.873
ผลการดำเนินงานของบริษัท (COF)	6	.908	.911

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ

ข้อมูลด้านตัวแปร สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

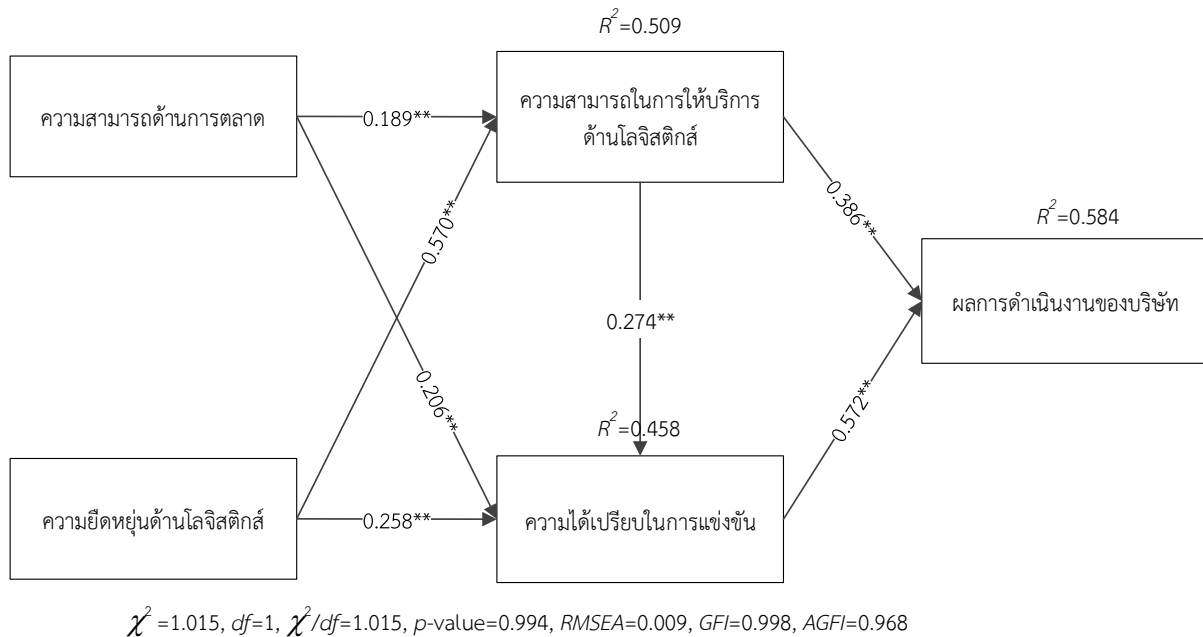
การทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) ก่อนการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแทนที่ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41–50 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานเป็นผู้จัดการโรงสี มีอายุงานในโรงสีอยู่ระหว่าง 11–20 ปี มีอายุงานในตำแหน่งปัจจุบันอยู่ระหว่าง 5–10 ปี เป็นโรงสีที่ดำเนินการมาแล้วอยู่ระหว่าง 41–50 ปี และเป็นโรงสีขนาดย่อม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถด้านการตลาดอยู่ในระดับสูง ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์อยู่ในระดับสูง ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ อยู่ในระดับสูง ความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับสูง และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสี อยู่ในระดับสูง

การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) เกณฑ์ในการวัดว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุหรือไม่ ให้ดูที่ค่า tolerance ควรมีค่ามากกว่า 0.1 ค่า VIF ควรมีค่าน้อยกว่า 10 ผลการภาวะร่วมเส้นตรงพหุพบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดโดยค่า tolerance มีค่าระหว่าง .397 ถึง .645 ส่วนค่า VIF มีค่า 1.551 ถึง 2.520



ภาพ 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

Path Diagram			Path Coefficients	Standard Errors	t-values
BETA					
LOS	→	COA	0.274**	0.073	3.555
LOS	→	FIP	0.386**	0.098	4.477
COA	→	FIP	0.572**	0.073	9.419
GAMMA					
LOC	→	LOS	0.189**	0.072	2.808
LOC	→	COA	0.206**	0.077	2.711
LOF	→	LOS	0.570**	0.069	8.324
LOF	→	COA	0.288**	0.083	3.339

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยเรียงตามลำดับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด และความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการ โรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.189 และ (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.570

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถด้านการตลาด ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ และความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้

ร้องให้ ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.206 (2) ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.258 และ (3) ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.274

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ และความได้เปรียบในการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า (1) ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.386 และ (2) ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.572

ผลการวิจัยแสดงว่า โมเดลเส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าสถิติ ไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 1.015 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 1 ค่า p -value มีค่าเท่ากับ 0.314 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.015 ค่าความสอดคล้องจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (goodness of fit index : GFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 ค่าที่ปรับแก้ (adjusted goodness of fit index : AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.968 และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (root mean square error of approximation : RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.009

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลที่ได้จากการวิจัย เพื่ออภิปรายผล และสรุปความสอดคล้องระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสมมติฐานการวิจัย พบว่า มีทฤษฎีที่สนับสนุน และเกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.189 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kamboj et al. (2015) ที่ศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ทั้งนี้ หากโรงสีมีทักษะในการวางแผนด้านการตลาดที่ดีแล้วจะสามารถให้บริการลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา ในขณะเดียวกันหากโรงสีมีทักษะในเรื่องส่วนแบ่งส่วนทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาที่ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมุ่งเน้นความสามารถด้านการตลาดที่มากขึ้นแล้วก็จะทำให้มีความสามารถในการบริการด้านโลจิสติกส์ที่มากขึ้นตามไปด้วย

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.570 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hou (2019) ที่ศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไต้หวัน ผลการวิจัยพบว่า ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ทั้งนี้ หากโรงสีสามารถบรรลุผลการปฏิบัติการด้านโลจิสติกส์ตามความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่าคู่แข่งแล้วจะส่งผลให้สามารถปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าได้ ขณะเดียวกันหากโรงสีสามารถให้บริการโลจิสติกส์ที่แตกต่างจากคู่แข่งโดยผ่านนวัตกรรม และการปรับปรุงอย่าง

ต่อเนื่องแล้วก็จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันท่วงที จึงสามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมีความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ที่สูงขึ้นแล้วจะส่งผลทำให้เกิดความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่มากขึ้นตามไปด้วย

ความสามารถด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.206 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kamboj and Rahman (2017) ที่ศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมทางการเงินในประเทศอินเดีย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ หากโรงสีมีทักษะในการวางแผนด้านการตลาดที่ดีแล้วจะส่งผลให้มีส่วนแบ่งการตลาดสูงมากขึ้น ขณะเดียวกันหากโรงสีสามารถกระจายทรัพยากรทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้มีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำลง จึงสามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมีความสามารถในการตลาดสูงขึ้นแล้วจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.258 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Palandeng et al. (2018) ที่ศึกษาบริษัทอุตสาหกรรมการแปรรูปปลาในประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่า ความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ หากโรงสีสามารถบรรลุผลการปฏิบัติการด้านโลจิสติกส์ตามความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่าคู่แข่งแล้วจะส่งผลทำให้มีการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าคู่แข่ง ขณะเดียวกัน หากโรงสีสามารถตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของลูกค้ารายสำคัญได้แล้วก็จะสามารถทำให้มีอัตราการเติบโตของรายได้สูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถสรุปได้ว่าหากโรงสีมีความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ที่สูงขึ้นแล้วจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.274 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kuo et al. (2017) ที่ศึกษาบริษัทหิปปิงในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ หากโรงสีให้บริการลูกค้าได้ตามกำหนดเวลาอย่างสม่ำเสมอแล้วจะส่งผลให้มีคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และบริการดีกว่าคู่แข่ง ขณะเดียวกันถ้าโรงสีสามารถปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มสูงขึ้นกว่าคู่แข่ง จึงสามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมีความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่สูงขึ้นแล้วจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.386 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kirono et al. (2019) ที่ศึกษาบริษัทเฟรด พอร์เวอร์เดอร์ในประเทศอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ หากโรงสีสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันท่วงทีแล้วจะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ขณะเดียวกัน หากโรงสีสามารถจัดส่งข้อมูลให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้องแล้ว จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมีความสามารถในการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่สูงขึ้นแล้วจะส่งผลให้เกิดผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิ ในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.572 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Haseeb et al. (2019) ที่ศึกษาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ หากโรงสีมีอัตราการเติบโตของรายได้ที่สูงกว่าคู่แข่งแล้วจะส่งผลให้ผลกำไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ขณะเดียวกัน หากโรงสีมีผลกำไรจากลูกค้าใหม่มากกว่าคู่แข่ง

แข่งขันแล้วจะส่งผลให้รายได้จากการขายเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดเพิ่มขึ้น จึงสามารถสรุปได้ว่า หากโรงสีมีความได้เปรียบในการแข่งขันที่สูงขึ้นแล้วจะส่งผลทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ควรพัฒนาความสามารถด้านการตลาด โดยมุ่งเน้นที่ทักษะในการวางแผนด้านการตลาด ดังนี้ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ด้านการตลาดที่ชัดเจน อาทิ โรงสีในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ มีความได้เปรียบในเรื่องของการผลิตข้าวหอมมะลิ ซึ่งเป็นข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษสูงแล้วทานอร่อย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และนอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญยังเป็นข้าวที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงกว่าข้าวสารเจ้าประเภทอื่น ๆ ในแต่ละภาคของประเทศไทยด้วย จึงควรทำการรับซื้อเพื่อทำการผลิตและแปรรูปไว้จำหน่ายเป็นสินค้าหลักของโรงสีให้ได้มากที่สุดในฤดูกาลผลิต และทำการส่งออกเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้ได้มากยิ่งขึ้น 2) กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างสรรค์ อาทิ ทางโรงสีควรร่วมมือกับกรมการเกษตรของจังหวัดเพื่อส่งเสริมการปลูกข้าวแบบไร้สารเคมี และควรรณรงค์กำจัดวัชพืชในนาข้าวด้วยสารเคมี ซึ่งจะปลอดภัยต่อผู้ปลูกข้าวและผู้บริโภคข้าวสารอีกด้วย 3) พัฒนาทักษะในเรื่องส่วนแบ่งส่วนทางการตลาด อาทิ ผู้จัดการโรงสีโดยส่วนใหญ่เป็นโรงสีที่ก่อตั้งมาไม่ต่ำกว่า 30 ปี ขึ้นไปบุคลากรของโรงสีย่อมเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญในเรื่องของการตรวจสอบคุณภาพของข้าวเปลือกเป็นอย่างดี ทำให้โรงสีที่มีบุคลากรในท้องที่ และมีประสบการณ์ยาวนานมาบริหารจัดการในการรับซื้อข้าวเปลือก ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบในความสามารถวิเคราะห์คุณภาพข้าวได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวหอมมะลิต่อสู้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 4) ทำการกระจายทรัพยากรทางการตลาดให้มีประสิทธิผล อาทิ ระยะเวลาการจัดจำหน่ายให้ได้มูลค่าและความพิเศษของข้าวหอมมะลิคือ ระยะเวลาการปลูกที่ยาวนานถึง 6 เดือน ต่อ 1 ปี ทำให้โรงสีต้องทำการกระจายทรัพยากรออกไปให้ได้อย่างที่สุด โดยไม่มีข้าวสารค้างปี ซึ่งจะให้เป็นข้าวเก่า และไม่มีกลิ่นหอมเวลาหุง และนอกจากนั้นยังไม่นุ่มเหมือนข้าวปีต่อปี ทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุเพื่อจำหน่ายต่ำลง โรงสีจึงต้องมุ่งเน้นการจัดจำหน่ายให้ได้สูงที่สุดทั้งภายในประเทศ และทั้งการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

2. ควรพัฒนาความยืดหยุ่นด้านโลจิสติกส์ โดยมุ่งเน้นให้สามารถบรรลุผลการปฏิบัติการด้านโลจิสติกส์ตามความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่าคู่แข่ง ดังนี้ 1) จัดทำแผนโลจิสติกส์เฉพาะตามคำสั่งพิเศษของลูกค้า อาทิ โรงสีควรมีการจัดส่งให้กับลูกค้าเก่าที่มีการซื้อเป็นประจำในปริมาณมากเป็นจำนวน 20 ตัน ขึ้นไปต่อการสั่งในหนึ่งครั้ง ซึ่งสามารถจัดส่งให้รอบรอบ และจัดส่งในปริมาณที่ไม่เติมน้ำหนักการบรรทุกของเที่ยวหนึ่ง โดยลดมาเป็นการขนส่งด้วยรถขนาดเล็ก แต่การบริการมากน้อยจะคิดค่าจัดส่งเป็นจำนวนต่อเที่ยวในราคาตามจริงที่สั่งซื้อในกรณีพิเศษเท่านั้นโดยไม่รวมกับค่าสินค้าที่จัดส่ง 2) ปรับกระบวนการโลจิสติกส์ได้อย่างถูกต้องตามคำแนะนำของลูกค้า อาทิ รอบการจัดส่งต้องตรงต่อเวลา และจำนวนสินค้าที่สั่งจะต้องครบถ้วน 3) ตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของลูกค้ารายสำคัญ อาทิ ผู้จัดการโรงสีสามารถกำหนดรอบการเพิ่มรอบการจัดส่งให้กับลูกค้ารายสำคัญที่ซื้อในปริมาณมาก ๆ จากรอบ 7 วันต่อการส่งสินค้า 1 ครั้ง มาเป็นรอบ 3-4 วัน ต่อการสั่งซื้อสินค้าต่อครั้งเพื่อเพิ่มยอดการจัดจำหน่ายและระบายข้าวให้ได้มากกว่าคู่แข่งในทางอ้อม 4) ปรับปรุงความสามารถด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการประสานงานในโซ่อุปทาน และให้บริการโลจิสติกส์ที่แตกต่างจากคู่แข่งโดยผ่านนวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่างเช่น โรงสีควรมีการเข้ากลุ่มหรือรวมกลุ่มกันในกลุ่มผู้ค้าข้าว และเข้ากลุ่มกับสมาคมค้าข้าวของโรงสีในเขตทุ่งกุลาร้องไห้หรือจังหวัดใกล้เคียงที่มีโรงสีขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก ทำให้โรงสีสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารได้ทันทั่วทั้งในการนำมาบริหารจัดการไม่ว่าจะเป็น การทราบความต้องการของตลาด การลดลงและเพิ่มขึ้นของตลาดแรงงาน ส่งผลต่อการบริหารทรัพยากรบุคคล การรับข้าวสารราคาข้าวในตลาดหุ้น และตลาดโลกที่ส่งผลต่อการกักตุนข้าวไว้ในโกดังในปริมาณที่เหมาะสม ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดความสามารถในด้านบริการด้านโลจิสติกส์ เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีทั้งสิ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยเสนอแนะให้ใช้กรอบแนวคิดในแนวเดียวกัน ในการทำวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจลักษณะเดียวกันกับผู้ประกอบการโรงสีที่รับซื้อข้าวหอมมะลิในการ ให้บริการเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ เช่น ธุรกิจให้รับซื้อพืชผลทางการเกษตร ได้แก่ มันสำปะหลัง ข้าวโพด ข้าวฟ่าง เพื่อยืนยันผลการวิจัย
2. จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขันมีค่า R^2 เท่ากับ 0.458 ซึ่งค่อนข้างต่ำ จึงเสนอแนะให้ศึกษาตัวแปรต้นเพิ่มเติม ในกรอบเดียวกันนี้ เช่น การมุ่งเน้นลูกค้า และการใช้เทคโนโลยี เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์. (2561). *ระบบฐานข้อมูลสารสนเทศค้าข้าว*. สืบค้นจาก <https://ricetrade.dit.go.th>
- กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *การใช้ที่ดินของประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.ddd.go.th/www/lek_web/web.jsp?id=18671
- ขวัญทิพย์ วิฑิตรัตน์ (2560). *ผลของบรรจุภัณฑ์ และการรวมโอโซนต่อคุณภาพการเก็บรักษาของข้าวสารเจ้าผสมข้าวหอมมะลิ* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. นครสวรรค์.
- วิโรจน์ เจริญลักษณ์ และวิลาวัลย์ สากลาง. (2560). การจัดการโลจิสติกส์ของ โรงสีข้าวกรณีศึกษา บริษัทโรงสีรุ่งอรุณ จำกัด อำเภอบึงสามพัน จังหวัดขอนแก่น. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 10(3), 2472-2491.
- ศิริเชษฐ์ สังขะมาน. (2559). *การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว: กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย (2561). *สถิติส่งออกข้าว*. สืบค้นจาก http://www.thairiceexporters.or.th/default_th.htm
- สมาคมโรงสีข้าวไทย (2562). *สถานการณ์ข้าว*. สืบค้นจาก www.thairicemillers.org.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2562). *สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2562*. สืบค้นจาก <http://www.oae.go.th>
- Ekolu, S. O., & Quainoo, H. (2019). Reliability of Assessments in Engineering Education using Cronbach's alpha, KR and split-half methods. *Global Journal of Engineering Education*, 21(1).
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., Androniceanu, A., & Jermisittiparsert, K. (2019). Role of Social and Technological Challenges in Achieving a Sustainable Competitive Advantage and Sustainable Business Performance. *Sustainability*, 11(14), 1-23.
- Hou, C.-K. (2019). The Effects of IT Infrastructure Integration and Flexibility on Supply Chain Capabilities and Organizational Performance: An Empirical Study of The Electronics Industry in Taiwan. *Information Development*, 36(4), 576-602.
- Hung, R. Y. Y., Yang, B., Lien, B. Y.-H., McLean, G. N., & Kuo, Y.-M. (2010). Dynamic capability: Impact of Process Alignment and Organizational Learning Culture on Performance. *Journal of World Business*, 45(3), 285-294.
- Kamboj, S., Goyal, P., & Rahman, Z. (2015). A Resource-based View on Marketing Capability, Operations Capability and Financial Performance: An Empirical Examination of Mediating Role. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 189(2015), 406-415.

- Kamboj, S., & Rahman, Z. (2017). Market Orientation, Marketing Capabilities and Sustainable Innovation: The Mediating Role of Sustainable Consumption and Competitive Advantage. *Management Research Review*, 40(6), 698-724.
- Kim, N., Shin, S., & Min, S. (2016). Strategic Marketing Capability: Mobilizing Technological Resources for New Product Advantage. *Journal of Business Research*, 69(12), 5644-5652.
- Kirono, I., Armanu, A., Hadiwidjojo, D., & Solimun, S. (2019). Logistics Performance Collaboration Strategy and Information Sharing with Logistics Capability as Mediator Variable (study in Gafeksi East Java Indonesia). *International Journal of Quality & Reliability Management*, 36(8), 1301-1317.
- Kuo, S.-Y., Lin, P.-C., & Lu, C.-S. (2017). The Effects of Dynamic Capabilities, Service Capabilities, Competitive Advantage, and Organizational Performance in Container Shipping. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 95, 356-371.
- Li, D.-y., & Liu, J. (2014). Dynamic Capabilities, Environmental Dynamism, and Competitive Advantage: Evidence from China. *Journal of Business Research*, 67(1), 2793-2799.
- Palandeng, D., Kindangen, P., Timbel, A., & Massie, J. (2018). Influence Analysis of Supply Chain Management and Supply Chain Flexibility to Competitive Advantage and Impact on Company Performance of Fish Processing in Bitung City. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 10(1), 1783-1802.
- Sankar, U. V., Kutty, V. R., & Anand, T. (2019). Measuring Childhood Socioeconomic Position in Health Research: Development and Validation of Childhood Socioeconomic Position Questionnaire using Mixed Method Approach. *Health promotion perspectives*, 9(1), 40-49.
- Yamané, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Zhang, Y. P., Liu, W. H., Yan, Y. T., Zhang, Y., Wei, H. H., & Porr, C. (2019). Developing Student Evidence-based Practice Questionnaire (S-EBPQ) for Undergraduate Nursing Students: Reliability and Validity of a Chinese Adaptation. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 25(4), 536-542.
- Zikmund, W. G., Babain, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2016). *Business Research Methods* (10 ed.). Singapore: Cengage Learning.