

กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก*

STRATEGY DEVELOPMENT OF ORCHID OPERATORS FOR THE EXPORT

อนุกุล โกมลอุปถัมภ์

Anukoon Gomonpupatam

ปาริชาติ ธีระวิทย์

Parichart Theerawit

ทวีศักดิ์ รูปสิงห์

Taweesak Roopsing

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

E-mail: g.a_gmm@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการดำเนินการ ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก 2) องค์ประกอบและพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก การวิจัยเป็นแบบผสมผสานประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้จำนวน 5 ราย และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้จำนวน 350 ราย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สถิติเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการดำเนินการ ยอดขายและการส่งออกน้อยลง คงที่ และเพิ่มขึ้น คู่ค้าที่สำคัญส่วนใหญ่อยู่แถบเอเชียโดยเฉพาะญี่ปุ่นและจีน จุดแข็งคือ สายพันธุ์ที่ปลูกสามารถปลูกได้ในสภาพภูมิอากาศในประเทศไทย ปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ การขนส่ง การเจรจาต่อรอง ภาษา วัฒนธรรม เศรษฐกิจค่าเงินบาทที่แข็ง และขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ 2) ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการด้านความรู้ได้ร้อยละ 60.00 จำนวน 6 ปัจจัย ด้านทักษะได้ร้อยละ 37.00 จำนวน 3 ปัจจัย และด้านความสามารถอื่น ๆ ได้ร้อยละ 51.30 จำนวน 4 ปัจจัย และกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านความสามารถอื่น ๆ และ 13 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ จัดการความรู้ในองค์กร ประสพการณ์ สร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก สร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาและสถาบันการเงิน จัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร จัดการด้านการตลาด บริหาร

* Received 15 November 2020; Revised 19 January 2021; Accepted 19 January 2021



คุณภาพโดยรวม กำหนดเป้าหมายการบริหารธุรกิจ บริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม คัดค้นพันธุ์กล้วยไม้ชนิดใหม่ มีความซื่อสัตย์และคุณธรรม และจัดการบุคลากรในองค์กร

คำสำคัญ: กลยุทธ์, ธุรกิจผลิตกล้วยไม้, การส่งออก

Abstract

The objectives of this study were to 1) investigate the operations, problems and obstacles in orchid production business 2) to study the components and develop a strategic of a strategic plan for the export purposes. The research is mixed method. It consists of qualitative research. The samples are included 5 orchid producers and quantitative research. The samples which included 350 orchid producers, the tools in this study was questionnaires, the statistics used were percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient and stepwise multiple regression analysis. The results showed that 1) the sales and export of the products from various countries were flexible - decreased, stable and increased, most of the major trading partners are in Asia, especially Japan and China. The business strengths is the cultivated species could be grown in the climate in Thailand. The problem and obstacles include transportation, negotiation, language and culture, economic problems and lack of quality personnel 2) Factors that can predict the success of the development of knowledge entrepreneurs by 60.00 percent, 6 factors, skills in 37.00 percent, 3 factors and other abilities 51.30 percent, 4 factors. The development strategies was contained 3 main components: knowledge, skills and other abilities and 13 sub-components: knowledge management, experience, create strength point, build cooperation with educational institutions and financial institutions, innovation management, marketing management, overall quality management, set goals business, environmental management, inventing a new type of orchid, honest and virtue and manage personnel in the organization.

Keywords: Strategy, Orchid Production Business, Export

บทนำ

กล้วยไม้เป็นพืชเศรษฐกิจที่ได้รับความนิยมกัน ปัจจุบันคนไทยรู้จักกล้วยไม้แพร่หลาย ทั้งที่เห็นอยู่ตามท้องตลาดและร้านขายดอกไม้และปลูกเป็นไม้ประดับบ้านเรือน อาคาร ร้านค้า และสวนสาธารณะ นอกจากนี้ บางคนยังอาจเห็นกล้วยไม้ที่ขึ้นเองตามธรรมชาติในป่า หรือที่



นำมาปลูกเป็นการค้าในแปลงปลูก และปลูกในสถานที่ราชการ ซึ่งมีอยู่อย่างแพร่หลายในภาคกลางและภาคเหนือของประเทศไทยในขณะนี้ กล้วยไม้สามารถทำเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดใหญ่ หรือเพื่อเป็นการเสริมสร้างรายได้ในระดับครัวเรือนได้อีกด้วย (heysf@88, 2560) กล้วยไม้ถือว่าเป็นสินค้าส่งออกทางเกษตรที่มีความสำคัญ นำรายได้เข้าประเทศและสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย (พัชรารณ สีสโหมตสุข, 2558) เป็นอันดับหนึ่งในบรรดาไม้ดอกไม้ประดับทั้งหมดที่มีการส่งออก ในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีเนื้อที่เก็บเกี่ยวทั้งหมด 20,703 ไร่ และมีจำนวนผู้ปลูกและส่งออกกล้วยไม้ไทยจำนวน 1,352 ราย ด้วยผลผลิต 46,735 ต้น แบ่งเป็นกล้วยไม้ส่งออก 40% ส่วนอีก 60% เป็นการใช้ในประเทศ (สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร, 2561)

จากผลการสำรวจมูลค่าการส่งออกรวมทั้งหมด 15 ประเทศ ปี พ.ศ. 2557 - 2559 มูลค่าการส่งออกของกล้วยไม้ไทยมีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง เมื่อนำมูลค่าการส่งออกจากปี 2557 เป็นปีฐาน เปรียบเทียบกับปี 2558 จะพบว่ามีอัตราการลดลงคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.40 และ ปี 2559 มีอัตราการลดลงคิดเป็นอัตราร้อยละ 5.94 โดยปี 2557 มีมูลค่าการส่งออก 2,448.52 ล้านบาท ปี 2558 มีมูลค่าการส่งออก 2,438.86 ล้านบาท และปี 2559 มีมูลค่าการส่งออก 2,302.97 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมามีมูลค่าการส่งออกกล้วยไม้ของไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลจากการประสบปัญหาเรื่องการตลาดทั้งตลาดภายในและต่างประเทศที่มีอัตราการสั่งซื้อลดลง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ที่กำลังประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ ซึ่งมูลค่าการส่งออกสินค้ากล้วยไม้เดือน ม.ค. 60 - ม.ค. 61 ลดลง 2.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าการเกษตรและอุตสาหกรรม, 2561) ขณะเดียวกันราคาที่เกษตรกรขายได้ยังต่ำกว่าปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีปริมาณกล้วยไม้ออกสู่ตลาดมาก การขาดตลาดกลางการค้ากล้วยไม้ทำให้การกำหนดราคาไม่เป็นไปตามกลไกการตลาด และภาวะคุกคามต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการขนส่งที่สูง ปัญหาเรื่องการจัดทะเบียนสิทธิบัตรการพัฒนาสายพันธุ์ และลิขสิทธิ์พันธุ์พืช (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560)

ปัจจุบันการผลิตกล้วยไม้ของไทยยังมีจุดอ่อนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข โดยเฉพาะคุณภาพผลผลิตยังไม่สม่ำเสมอ และสินค้าที่ได้มาตรฐานค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลกรวมทั้งตลาดจีนได้ ผู้ส่งออกกล้วยไม้ไทยจึงควรยกระดับคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า โดยเฉพาะกล้วยไม้ที่มีอายุความสดใหม่สั้นและบอบช้ำง่าย จึงต้องให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ และวิธีการขนส่งที่มีมาตรฐานการส่งออก ดังนั้นประเทศไทยจึงอยู่ในภาวะที่ต้องเร่งปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงในอนาคต เพื่อรักษาส่วนแบ่งของตลาดและคู่ค้าเดิมเอาไว้ รวมไปถึงเร่งขยายตลาดใหม่เพื่อรักษาระดับการเป็นผู้นำในด้านการส่งออกกล้วยไม้ (บุชรินทร์ จินเกิดทรัพย์ และณัฐพันธ์ เผ่าพันธุ์, 2558) นอกจากนั้นแล้วผู้ประกอบการกล้วยไม้จำเป็นต้องหากลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ



ของผู้ประกอบการกล้วยไม้ให้สามารถแข่งขันกับผู้ส่งออกรายอื่น (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเพื่อหากลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้สามารถพัฒนาการผลิตเพื่อการส่งออกให้มีคุณภาพและมีมูลค่าการส่งเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการ ปัญหา และอุปสรรคในการประกอบธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบ และพัฒนากลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้ที่ดำเนินการมานานกว่า 10 ปี ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้ที่ดำเนินการมาไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 1,352 ราย (สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลิตผลทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร, 2561) โดยการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 ราย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้ 2) แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้สอบถามผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้โดยลักษณะของแบบสอบถามมีดังนี้ แบบตรวจสอบรายการ (Check - List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบบปลายเปิด (Open Ended Questions) จำนวน 370 ชุด



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์สรุปเป็นประเด็นเพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง ที่ผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขจนได้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับสมบูรณ์ หลังจากนั้นไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้ จำนวน 5 ราย ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้คือการวิจัยเชิงคุณภาพในเชิงความคิด เจตคติและความรู้ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสกัดเป็นข้อมูลการจัดการด้านต่าง ๆ

3.2 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสร้างแบบสอบถาม และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ความเที่ยงตรง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต่อวัตถุประสงค์และประเด็นวิจัย โดยใช้เทคนิค IOC (Item Objective Congruence) ได้ค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 นำแบบสอบถามทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด จากนั้นวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยเทคนิคสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้ค่าครอนบันซ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.974 เมื่อจำแนกรายด้าน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้านปัจจัยในการพัฒนาผู้ประกอบการ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.915 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาด้านความรู้ ด้านทักษะและด้านความสามารถอื่น ๆ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.964, 0.971 และ 0.951 ตามลำดับ

3.3 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก จำนวน 370 ชุด ใช้เวลารวบรวมแบบสอบถามในระยะเวลา 12 เดือน ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์คืนมาจำนวน 350 ชุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล มี 2 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์องค์ประกอบการจัดการด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ทางสถิติจากแบบสอบถามกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) สถิติเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตกล้วยไม้ที่ดำเนินการมานานกว่า 10 ปี รวมทั้งสิ้น 5 คนเพื่อวิเคราะห์สภาพการดำเนินการ ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก



1.1 สภาพการดำเนินธุรกิจกล้วยไม้ในปัจจุบัน

การส่งออกกล้วยไม้ของไทยนั้นส่งไปยังหลากหลายประเทศ มีทั้งประเทศที่มีการซื้อขาย น้อยลง คงที่ และเพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจยังดำเนินต่อไปได้ประเทศคู่ค้าที่สำคัญส่วนใหญ่ยังอยู่แถบเอเชีย ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน เป็นหลัก รองลงมาเป็น สหรัฐอเมริกาและประเทศทางยุโรป ด้านจุดแข็งของธุรกิจกล้วยไม้ไทยเกิดจาก สายพันธุ์ที่เลือกปลูกและส่งออกเป็นสายพันธุ์ที่สามารถปลูกได้ในสภาพภูมิอากาศประเทศไทย ทำให้ธุรกิจนี้ยังมีจุดแข็งที่สามารถต่อสู้กับประเทศคู่แข่งได้

1.2 ปัญหาในการบริหารธุรกิจ

การขนส่งที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของกล้วยไม้ ซึ่งต้องคำนึงถึงความสะดวกใหม่ ไม่ซ้ำ และราคาค่าขนส่งที่ต้องสามารถสู้กับคู่แข่งได้เช่นกัน การเจรจาต่อรองกับคู่ค้าหรือผู้บริโภคที่มีความหลากหลายในแต่ละวัฒนธรรม การแข็งตัวของค่าเงินบาทและขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ รวมถึงประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในสายงาน ในบางองค์กร

1.3 วิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

สร้างบรรทัดฐานที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทสายพันธุ์ของกล้วยไม้เพื่อรักษาคุณภาพเพื่อรองรับการขนส่งที่อาจจะไม่มีคุณภาพในบางครั้งและเพื่อให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างดี มีประสิทธิภาพพัฒนาในเรื่องของการทำความเข้าใจในวัฒนธรรมและภาษาของประเทศคู่ค้า และมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง จัดการบริหารต้นทุนให้เหมาะสมในทุกด้าน ทั้งในด้าน การขนส่ง แรงงาน การจัดการ และวัตถุดิบ และทำการหาสิ่งที่เหมาะสมเพื่อจูงใจให้บุคลากรรักในงานที่และอยู่กันอย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 รูปแบบการจัดการธุรกิจควรมีสมรรถนะด้านใด

ควรมีความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจที่ทำในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้ และธุรกิจส่งออกสามารถจัดการและแก้ไขปัญหา ทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยี การตลาด การเงิน และการนำเสนอที่ดี เข้าใจวัฒนธรรมและภาษาของลูกค้า ความซื่อสัตย์และความอดทนต่อปัญหาในการประกอบธุรกิจ

1.5 รูปแบบการจัดการธุรกิจควรมีคุณลักษณะอย่างไรสำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการต้องเข้าใจในประเภทธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก รวมถึงการบริหารคน ตลาดที่รองรับ การจัดการที่เป็นกระบวนการ ขั้นตอน แบบแผน เพื่อให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง และยาวนาน และนำข้อผิดพลาดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น พร้อมหาแนวทางใหม่ ๆ และหลากหลายในการแก้ไขปัญหา

1.6 ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์การแข่งขันและการสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นอย่างไร



สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การคงคุณภาพสินค้า รวมถึง การหานวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ไม่ใช่เฉพาะทางด้านธุรกิจเท่านั้น แต่รวมถึงการเอาใจใส่หลังการขายพัฒนาตนเอง มีการปรับปรุงให้เกิดสิ่งที่ดี ๆ อยู่เสมอ

1.7 ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์อย่างไร ที่เป็นปัจจัยทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุสู่ความสำเร็จได้

จัดการทุกอย่างให้อยู่ภายใต้สถานการณ์ที่สามารถควบคุมได้แสวงหาความรู้รอบด้าน และเพิ่มช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ อยู่เสมอ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยมีผลการศึกษาคำประกอบของกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. ประสบการณ์และอายุการประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้	3.80	0.84	มาก
2. การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจ	4.10	0.83	มาก
3. ความขยันอดทนในการทำงานของคนภายในองค์กร	4.27	0.71	มากที่สุด
4. ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ	4.02	0.86	มาก
5. กระบวนการวางแผนในการดำเนินธุรกิจส่งออก	4.15	0.73	มาก
6. การบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพในการจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (TQM) ที่เน้นการทำงานร่วมกันของทุกคนในองค์กร	4.03	0.91	มาก
7. การบริหารด้านการเงินที่เหมาะสม	4.24	0.77	มากที่สุด
8. การจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร	3.95	0.84	มาก
9. การจัดการด้านบุคลากรในองค์กร	3.97	0.79	มาก
10. การจัดการด้านการตลาด	4.05	0.74	มาก
11. การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ	3.95	0.84	มาก
12. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจเดียวกัน	4.10	0.77	มาก
13. การมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม	4.30	0.75	มากที่สุด
14. การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก	3.91	0.96	มาก
15. การคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไม้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.93	0.81	มาก
16. การจัดการความรู้ในองค์กร	4.00	0.84	มาก
17. การจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการส่งออก	3.89	0.89	มาก
18. การสร้างความร่วมมือกับสถาบันทางการเงิน	4.05	0.77	มาก
19. การสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ใหม่ ๆ	3.93	0.87	มาก
20. การจัดการด้านต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้	4.06	0.83	มาก



จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก มีค่าคะแนนเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 3.80 ถึง 4.30 โดยองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญสูงสุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ การมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม ($\bar{X} = 4.30$) ความขยันอดทนในการทำงานของคนภายในองค์กร ($\bar{X} = 4.27$) การบริหารด้านการเงินที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.24$) กระบวนการวางแผนในการดำเนินธุรกิจส่งออก ($\bar{X} = 4.15$) การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจเดียวกัน ($\bar{X} = 4.10$) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าระดับความสำคัญขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก

รายการประเมิน	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ด้านความรู้	3.89	0.68	มาก
2. ด้านทักษะ	4.04	0.61	มาก
3. ความสามารถด้านอื่น ๆ	4.10	0.59	มาก
รวม	4.01	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญขององค์ประกอบในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ โดยการรวมมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยสามารถเรียงลำดับตามค่าคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้ คือ 1) ความสามารถด้านอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.10$) 2) ด้านทักษะ ($\bar{X} = 4.04$) และ 3) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 3.89$)

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกกับองค์ประกอบในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์



ตารางที่ 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก กับ องค์ประกอบหลัก ด้านความรู้

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	totalB
A1	1	.502**	.433**	.109*	.337**	.201**	.504**	.451**	.331**	.308**	.415**	.423**	.408**	.324**	.100	.467**	.416**	.330**	.397**	.415**	.566**
A2		1	.461**	.342**	.637**	.353**	.507**	.578**	.457**	.517**	.433**	.369**	.472**	.379**	.408**	.608**	.516**	.455**	.655**	.635**	.409**
A3			1	.401**	.549**	.377**	.513**	.535**	.725**	.543**	.489**	.366**	.549**	.509**	.376**	.546**	.599**	.441**	.479**	.525**	.432**
A4				1	.474**	.777**	.444**	.452**	.483**	.472**	.526**	.409**	.617**	.519**	.359**	.559**	.459**	.568**	.331**	.455**	.358**
A5					1	.405**	.561**	.545**	.483**	.638**	.669**	.508**	.745**	.628**	.393**	.655**	.644**	.478**	.527**	.605**	.473**
A6						1	.459**	.623**	.525**	.595**	.688**	.603**	.612**	.605**	.307**	.688**	.436**	.601**	.408**	.659**	.451**
A7							1	.606**	.582**	.640**	.648**	.512**	.741**	.601**	.348**	.703**	.657**	.535**	.473**	.528**	.467**
A8								1	.647**	.780**	.709**	.625**	.543**	.712**	.478**	.677**	.736**	.617**	.610**	.763**	.630**
A9									1	.600**	.490**	.254**	.603**	.660**	.505**	.680**	.744**	.419**	.653**	.572**	.511**
A10										1	.778**	.656**	.562**	.781**	.543**	.767**	.767**	.656**	.510**	.771**	.572**
A11											1	.748**	.663**	.746**	.326**	.749**	.635**	.700**	.472**	.724**	.541**
A12												1	.469**	.688**	.414**	.623**	.566**	.747**	.496**	.661**	.462**
A13													1	.625**	.325**	.759**	.574**	.498**	.494**	.575**	.496**
A14														1	.511**	.717**	.813**	.678**	.565**	.698**	.615**
A15															1	.551**	.648**	.410**	.722**	.584**	.418**
A16																1	.773**	.698**	.685**	.717**	.658**
A17																	1	.667**	.766**	.686**	.657**
A18																		1	.564**	.621**	.600**
A19																			1	.752**	.600**
A20																				1	.639**
totalB																					1

**P < .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกกับองค์ประกอบหลักด้านความรู้ ที่มีค่าความสัมพันธ์ 5 อันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ตัวแปร A16; การจัดการความรู้ในองค์กร ($r_{xy} = .658$) ตัวแปร A17; การจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการส่งออก ($r_{xy} = .657$) ตัวแปร A20; การจัดการด้านต้นทุนการผลิตกล้วยไม้ ($r_{xy} = .639$) ตัวแปร A8; การจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร ($r_{xy} = .630$) และตัวแปร A14; การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก ($r_{xy} = .615$) ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อการส่งออก กับ องค์ประกอบหลัก ด้านทักษะ

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	totalC
A1	1	.502**	.433**	.109*	.337**	.201**	.504**	.451**	.331**	.308**	.415**	.423**	.408**	.324**	.100	.467**	.416**	.330**	.397**	.415**	.444**
A2		1	.461**	.342**	.637**	.353**	.507**	.578**	.457**	.517**	.433**	.369**	.472**	.379**	.408**	.608**	.516**	.455**	.655**	.635**	.412**
A3			1	.401**	.549**	.377**	.513**	.535**	.725**	.543**	.489**	.366**	.549**	.509**	.376**	.546**	.599**	.441**	.479**	.525**	.354**
A4				1	.474**	.777**	.444**	.452**	.483**	.472**	.526**	.409**	.617**	.519**	.359**	.559**	.459**	.568**	.331**	.455**	.374**
A5					1	.405**	.561**	.545**	.483**	.638**	.669**	.508**	.745**	.628**	.393**	.655**	.644**	.478**	.527**	.605**	.452**
A6						1	.459**	.623**	.525**	.595**	.688**	.603**	.612**	.605**	.307**	.688**	.436**	.601**	.408**	.659**	.456**
A7							1	.606**	.582**	.640**	.648**	.512**	.741**	.601**	.348**	.703**	.657**	.535**	.473**	.528**	.405**
A8								1	.647**	.780**	.709**	.625**	.543**	.712**	.478**	.677**	.736**	.617**	.610**	.763**	.599**
A9									1	.600**	.490**	.254**	.603**	.660**	.505**	.680**	.744**	.419**	.653**	.572**	.544**
A10										1	.778**	.656**	.562**	.781**	.543**	.767**	.767**	.656**	.510**	.771**	.579**
A11											1	.748**	.663**	.746**	.326**	.749**	.635**	.700**	.472**	.724**	.547**
A12												1	.469**	.688**	.414**	.623**	.566**	.747**	.496**	.661**	.448**
A13													1	.625**	.325**	.759**	.574**	.498**	.494**	.575**	.492**
A14														1	.511**	.717**	.813**	.678**	.565**	.698**	.656**
A15															1	.551**	.648**	.410**	.722**	.584**	.442**
A16																1	.773**	.698**	.685**	.717**	.655**
A17																	1	.667**	.766**	.686**	.666**
A18																		1	.564**	.621**	.618**
A19																			1	.752**	.666**
A20																				1	.631**
totalC																					1

**P < .01

จากตารางที่ 4 พบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตรถจักรยานยนต์เพื่อการส่งออกกับองค์ประกอบหลักด้านทักษะที่มีค่าความสัมพันธ์ 5 อันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ตัวแปร A17; การสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาพันธุ์จักรยานยนต์ใหม่ ๆ ($r_{xy} = .666$) ตัวแปร A19; การจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการส่งออก ($r_{xy} = .666$) ตัวแปร A14; การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก ($r_{xy} = .656$) ตัวแปร A16; การคิดค้นพันธุ์จักรยานยนต์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($r_{xy} = .655$) และ ตัวแปร A20; การจัดการด้านต้นทุนการผลิตจักรยานยนต์ ($r_{xy} = .631$) ตามลำดับ



ตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก กับ องค์ประกอบหลัก ด้านความสามารถอื่น ๆ

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	totalID
A1	1	.502**	.433**	.109*	.337**	.201**	.504**	.451**	.331**	.308**	.415**	.423**	.408**	.324**	.100	.467**	.416**	.330**	.397**	.415**	.438**
A2		1	.461**	.342**	.637**	.353**	.507**	.578**	.457**	.517**	.433**	.369**	.472**	.379**	.408**	.608**	.516**	.455**	.655**	.635**	.415**
A3			1	.401**	.549**	.377**	.513**	.535**	.725**	.543**	.489**	.366**	.549**	.509**	.376**	.546**	.599**	.441**	.479**	.525**	.366**
A4				1	.474**	.777**	.444**	.452**	.483**	.472**	.526**	.409**	.617**	.519**	.359**	.559**	.459**	.568**	.331**	.455**	.427**
A5					1	.405**	.561**	.545**	.483**	.638**	.669**	.508**	.745**	.628**	.393**	.655**	.644**	.478**	.527**	.605**	.562**
A6						1	.459**	.623**	.525**	.595**	.688**	.603**	.612**	.605**	.307**	.688**	.436**	.601**	.408**	.659**	.461**
A7							1	.606**	.582**	.640**	.648**	.512**	.741**	.601**	.348**	.703**	.657**	.535**	.473**	.528**	.488**
A8								1	.647**	.780**	.709**	.625**	.543**	.712**	.478**	.677**	.736**	.617**	.610**	.763**	.588**
A9									1	.600**	.490**	.254**	.603**	.660**	.505**	.680**	.744**	.419**	.653**	.572**	.529**
A10										1	.778**	.656**	.562**	.781**	.543**	.767**	.767**	.656**	.510**	.771**	.592**
A11											1	.748**	.663**	.746**	.326**	.749**	.635**	.700**	.472**	.724**	.632**
A12												1	.469**	.688**	.414**	.623**	.566**	.747**	.496**	.661**	.463**
A13													1	.625**	.325**	.759**	.574**	.498**	.494**	.575**	.566**
A14														1	.511**	.717**	.813**	.678**	.565**	.698**	.698**
A15															1	.551**	.648**	.410**	.722**	.584**	.475**
A16																1	.773**	.698**	.685**	.717**	.691**
A17																	1	.667**	.766**	.686**	.671**
A18																		1	.564**	.621**	.596**
A19																			1	.752**	.611**
A20																				1	.623**
totalID																					1

**P < .01

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออกกับองค์ประกอบหลักด้านความสามารถอื่น ๆ ที่มีค่าความสัมพันธ์ 5 อันดับแรก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ตัวแปร A14; การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก ($r_{xy} = .698$) ตัวแปร A16; การจัดการความรู้ในองค์กร ($r_{xy} = .691$) A17; การจัดการด้านเทคโนโลยีเพื่อการส่งออก ($r_{xy} = .671$) ตัวแปร A11; การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ ($r_{xy} = .632$) และ ตัวแปร A20; การจัดการด้านต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ ($r_{xy} = .623$) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์โดยใช้การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านความรู้

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error(b)	β	t	Sig
1	การจัดการความรู้ในองค์กร (X_{16})	.083	.049	.104	1.693	.001



ชั้น ที่	ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error(b)	β	t	Sig
2	ประสบการณ์และอายุการประกอบการเกี่ยวกับ ธุรกิจกล้วยไม้ (X_1)	.238	.032	.297	7.447	.000
3	การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก (X_{14})	.118	.040	.168	2.943	.003
4	การสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนา พันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ (X_{19})	.124	.038	.160	3.257	.001
5	การสร้างความร่วมมือกับสถาบันทางการเงิน (X_{18})	.136	.045	.156	3.010	.003
6	การจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร (X_8)	.091	.044	.113	2.056	.041

* $P < .05$, $a = .799$, $R = .775$, $R^2 = .600$, $SE_{est} = .431$, $Adjust R^2 = .593$

จากตารางที่ 6 พบว่าตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านความรู้ประกอบด้วย ปัจจัยย่อย ดังนี้ 1) การจัดการความรู้ในองค์กร 2) ประสบการณ์และอายุการประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ 3) การสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก 4) การสร้างความร่วมมือกับสถานศึกษาเพื่อพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ 5) การสร้างความร่วมมือกับสถาบันทางการเงิน และ 6) การจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยทั้ง 6 ตัวร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการพัฒนาของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ด้านความรู้ ได้ร้อยละ 60.0 ($R^2 = .600$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .431 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = 0.779 + 0.083X_{16} + 0.238X_1 + 0.118X_{14} + 0.124X_{19} + 0.136X_{18} + 0.091X_8$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{y1} = 0.104Z_{16} + 0.297Z_1 + 0.168Z_{14} + 0.160Z_{19} + 0.156Z_{18} + 0.113Z_8$$

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านทักษะ

ชั้น ที่	ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error(b)	β	t	Sig
1	การจัดการด้านการตลาด (X_{10})	.335	.048	.408	7.019	.000
2	การบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพในการ จัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (TQM) ที่เน้นการทำงานร่วมกันของทุกคนใน องค์กร (X_6)	.108	.035	.162	3.052	.002



ขั้น ที่	ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error(b)	β	t	Sig
3	การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจ (X ₂)	.104	.036	.143	2.865	.004

* $P < .05$, $a = 1.820$, $R = .608$, $R^2 = .370$, $SE_{est} = .483$, $Adjust R^2 = .364$

จากตารางที่ 7 พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านทักษะประกอบด้วย ปัจจัยย่อยดังนี้ คือ 1) การจัดการด้านการตลาด 2) การบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพในการจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (TQM) ที่เน้นการทำงานร่วมกันของทุกคนในองค์กร 3) การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยปัจจัยทั้ง 3 ตัวร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการพัฒนาของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ด้านทักษะ ได้ร้อยละ 37.0 ($R^2 = .370$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .483 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = 1.820 + 0.335X_{10} + 0.108X_6 + 0.104X_2$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{y1} = 0.408Z_{10} + 0.162Z_6 + 0.143Z_2$$

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านความสามารถอื่น ๆ

ขั้นที่	ตัวแปรพยากรณ์	b	Std. Error(b)	β	t	Sig
1	การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ X ₁₁	.278	.036	.392	7.681	.000
2	การคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ X ₁₅	.170	.032	.233	5.315	.000
3	การมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม X ₁₃	.123	.044	.155	2.790	.006
4	การจัดการด้านบุคลากรในองค์กร X ₉	.095	.039	.126	2.437	.015

* $P < .05$, $a = 1.428$, $R = .716$, $R^2 = .513$, $SE_{est} = .418$, $Adjust R^2 = .507$

จากตารางที่ 7 พบว่าตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก องค์ประกอบหลักด้านความสามารถอื่น ๆ ประกอบด้วยปัจจัยย่อยดังนี้ คือ 1) การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ



2) การคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ 3) การมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม 4) การจัดการด้านบุคลากรในองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรทั้ง 4 ตัวรวมกัน พยากรณ์ปัจจัยส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบของสมรรถนะของผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ ด้านความสามารถอื่น ๆ ได้ร้อยละ 51.3 ($R^2 = .513$) มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) .418 โดยสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

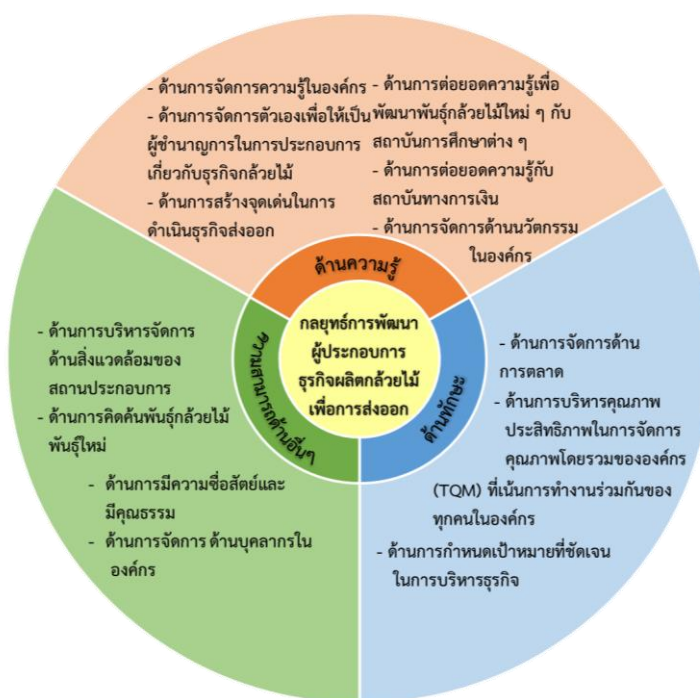
สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y}_1 = 1.428 + 0.278X_{11} + 0.170X_{15} + 0.123X_{13} + 0.095X_9$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z}_{y1} = 0.392Z_{11} + 0.233Z_{15} + 0.155Z_{13} + 0.126Z_9$$

จากผลการวิเคราะห์ตามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกทั้งหมด นำมาสู่กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออกได้ตามแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก



อภิปรายผล

จากผลการวิจัยกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก สามารถนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออก จากองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ทั้งหมดจำนวน 13 องค์ประกอบย่อย มาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. องค์ประกอบหลักด้านที่ 1 ด้านความรู้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่

- 1) ด้านการจัดการความรู้ในองค์กร ซึ่งผู้ประกอบการควรจะต้องจัดการตั้งแต่ระดับผู้บริหารลงไปถึงระดับพนักงาน โดยที่ในทุก ๆ ตำแหน่งควรมีความรู้ในงานโดยส่วนรวมในทุก ๆ ตำแหน่งขององค์กร และมีความรู้ในงานที่ตนเองต้องรับผิดชอบได้เป็นอย่างดี เป็นไปตามแนวคิดของ เดชา เดชะวัฒนไพศาล กล่าวว่า ในการทำงานหนึ่ง ๆ เราต้องรู้อะไร เมื่อมีความรู้หรือข้อมูลแล้วเราต้องรู้ว่าจะทำงานนั้น ๆ อย่างไร จึงจะทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรทราบว่า คุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่ดีในการทำงานของบุคลากรในองค์กร (Superior Performer) นั้นเป็นอย่างไร (เดชา เดชะวัฒนไพศาล, 2543)
- 2) ด้านการจัดการตัวเองเพื่อให้เป็นผู้ชำนาญในการประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ ซึ่งในปัจจุบันต้องยอมรับว่าในทุก ๆ องค์กรจะมีพนักงานที่เข้ามาใหม่ และพนักงานที่เปลี่ยนจำนวนตลอดเวลา มากกว่าในอดีต ทำให้ประสบการณ์และอายุในการทำงานน้อยลงไปด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะเนื้องานที่ออกมาดี มักจะเกิดจากการทำงานของผู้มีประสบการณ์และอายุในการทำงาน องค์กรต้องใส่ใจในเรื่องของการให้ความรู้และฝึกฝนทุกคนในองค์กร ให้มีประสบการณ์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้บุคคลสามารถกระทำการหรืองดเว้นการกระทำในกิจการใด ๆ ให้ประสบความสำเร็จและมีความผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ชนิตา พันธุ์ณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและการจัดจำหน่าย และปัจจัยส่งเสริมทางด้านสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยอันดับต้น ๆ ที่ควรคำนึงถึงในการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร (ชนิตา พันธุ์ณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว, 2558)
- 3) ด้านการสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก เนื่องจากประเทศไทย เป็นประเทศที่ปลูกกล้วยไม้ได้คุณภาพดี ทำให้คู่แข่งในประเทศเยอะตามไปด้วย รวมถึงคู่แข่งประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ต้องสร้างจุดเด่นเพื่อให้แตกต่างจากคู่แข่ง
- 4) ด้านการต่อยอดความรู้เพื่อพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ กับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ซึ่งต้องยอมรับว่าบุคลากรในสถานศึกษาในไทยที่เชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้มีอยู่พอสมควร การที่ผู้ประกอบการร่วมมือกับสถานศึกษาที่มีบุคลากรซึ่งเชี่ยวชาญด้านกล้วยไม้นั้นจะสามารถพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ และรักษาคุณภาพของกล้วยไม้ที่มีอยู่ได้ดียิ่งขึ้น
- 5) ด้านการต่อยอดความรู้กับสถาบันทางการเงิน โดยการที่ผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อสถาบันการเงินหรือมีความรู้ที่ดีในด้านการเงิน จะทำให้องค์กรควบคุมสถานภาพและความคล่องตัวทางการเงินในองค์กรให้สามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งสำคัญมากในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และ
- 6) ด้านการจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร ในด้านของ



นวัตกรรมต่าง ๆ ในโลกทุกวันนี้ต้องยอมรับว่ารวดเร็วไปมาก การที่องค์กรรู้จักนำมาปรับใช้ และลงทุนกับนวัตกรรมที่ดี จะทำให้ช่วยทุ่นแรงและการทำงานมีความผิดพลาดน้อยลง ใน หลาย ๆ ขั้นตอนของระบบการทำงานในองค์กร

2. องค์กรประกอบหลักด้านที่ 2 ด้านทักษะ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่

1) ด้านการจัดการด้านการตลาด ในการดำเนินกิจการต่าง ๆ องค์กรจำเป็นต้องมีทักษะในการวางแผนการด้านการตลาด การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย ตลอดจนการดำเนินกิจการทุกอย่างเพื่อสนองความต้องการ และบริการให้แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคพอใจทั้งในเรื่องราคาและบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่ และศานติ ดิฐสถาพรเจริญ ที่กล่าวว่าปัจจัยภายในกิจการด้านการตลาด ต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูง จึงจะสามารถแข่งขันได้ ต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้ (กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่ และศานติ ดิฐสถาพรเจริญ, 2563) 2) ด้านการบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพในการจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (TQM) ที่เน้นการทำงานร่วมกันของทุกคนในองค์กร มีผลอย่างมาก องค์กรควรมีกิจกรรมในการละลายพฤติกรรมของพนักงานเพื่อให้พนักงานทุกคนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สามัคคีกัน จะนำไปสู่งานที่ดีเพราะในองค์กรให้ความร่วมมือกันในการทำงาน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Gibson et al. ที่มีความเห็นว่าประสิทธิผลขององค์กร เกิดจากความสัมพันธ์ของประสิทธิผล 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร (Gibson Jame L. et al, 1982) 3) ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจ การกำหนดเป้าหมายหลักและเป้าหมายย่อยให้ชัดเจน จะทำให้องค์กรมีทิศทางในการบริหารและดำเนินการได้แม่นยำขึ้น ยิ่งเป้าหมายมีความละเอียดแค่ไหน ยิ่งทำให้องค์กรสามารถบริหารธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ยิ่งองค์กรกำหนดเป้าหมายได้ดีแค่ไหน ยิ่งทำให้มีความเชื่อมั่นมากขึ้นเท่านั้น เพราะจะช่วยในการวางแผนการทำงานของทุก ๆ ฝ่ายในองค์กรด้วย

3. องค์กรประกอบหลักด้านที่ 3 ด้านความสามารถอื่น ๆ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ ซึ่งการที่องค์กรมีสิ่งแวดล้อมที่ดีมีสถานประกอบการที่ได้มาตรฐานจะส่งผลไปถึงบรรยากาศที่ดีในการทำงานของคนทุกคนในองค์กรมีประสิทธิภาพ รวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีต่อลูกค้าและซัพพลายเออร์ที่เข้ามาติดต่อ 2) ด้านการคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้พันธุ์ใหม่ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการมีทักษะด้านนี้จะช่วยให้มีความแตกต่างของสินค้ามากกว่าคู่แข่งเพราะมีพันธุ์กล้วยไม้ที่แตกต่างจากที่อื่น แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นควรจะให้ความร่วมมือหรือมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อสถาบันการศึกษา ที่มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยตรง เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ที่ดี และเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม 3) ด้านการมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม เป็นไปตามคำนิยามของสมรรถนะไว้ว่า สมรรถนะคือคุณลักษณะของบุคคล ซึ่งได้แก่ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณสมบัติต่าง ๆ อันได้แก่ ค่านิยม จริยธรรม บุคลิกภาพ คุณลักษณะทางกายภาพ และอื่น ๆ (McClelland, D.C., 1975)



และ 4) ด้านการจัดการด้านบุคลากรในองค์กร ผู้ประกอบการต้องมีกลยุทธ์ ตลอดจนกระบวนการในการจัดการบุคลากรในองค์กร เช่น กลยุทธ์พัฒนาบุคลากร เพื่อความยั่งยืนทางธุรกิจและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีกระบวนการทัศน์แบบใหม่ คอยสนองตอบความต้องการของพนักงาน เพื่อช่วยให้พนักงานเหล่านั้นได้ปรับปรุงและมีความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เกิดปัญหาให้น้อยที่สุด และสร้างผลงานที่ดีให้เกิดกับองค์กรและหน่วยงานทั้งในปัจจุบันและอนาคตตามมิติต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพเพิ่มขึ้น เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อความสำเร็จขององค์กรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

สรุป/ข้อเสนอแนะ

กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ได้มีการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ และงานวิจัยด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการ และจากแบบสอบถามการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินการส่งออกกล้วยไม้ของไทยนั้นมีการส่งออกไปยังหลากหลายประเทศ การขนส่งที่ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ส่งผลต่อคุณภาพของกล้วยไม้ วิธีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นต้องสร้างบรรทัดฐานที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละประเภทสายพันธุ์ของกล้วยไม้เพื่อรักษาคุณภาพผู้ประกอบการควรมีความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจที่ทำในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องกับกล้วยไม้และธุรกิจส่งออก กลยุทธ์ในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านความรู้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ด้านการจัดการความรู้ในองค์กร 2) ด้านการจัดการตัวเองเพื่อให้เป็นผู้ชำนาญในการประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจกล้วยไม้ 3) ด้านการสร้างจุดเด่นในการดำเนินธุรกิจส่งออก 4) ด้านการต่อยอดความรู้เพื่อพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ใหม่ ๆ กับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ 5) ด้านการต่อยอดความรู้กับสถาบันทางการเงิน และ 6) ด้านการจัดการด้านนวัตกรรมในองค์กร องค์ประกอบที่ 2 ด้านทักษะ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ด้านการจัดการด้านการตลาด 2) ด้านการบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพในการจัดการคุณภาพโดยรวมขององค์กร (TQM) และระดับองค์กร 3) ด้านการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการบริหารธุรกิจ และ องค์ประกอบที่ 3 ด้านความสามารถอื่น ๆ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการ 2) ด้านการคิดค้นพันธุ์กล้วยไม้พันธุ์ใหม่ 3) ด้านการมีความซื่อสัตย์และมีคุณธรรม และ 4) ด้านการจัดการด้านบุคลากรในองค์กร ข้อเสนอแนะ จากการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายตัวที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก โดยเฉพาะการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้



ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการตนเอง รวมถึงการนำกลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจกล้วยไม้ไปปรับใช้นั้น ต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของบุคคล เพื่อให้สามารถนำรูปแบบกลยุทธ์ไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องจากพื้นฐานของแต่ละคนแตกต่างกันในเรื่องของความรู้ ทักษะ ความสามารถในการด้านต่าง ๆ และการบริหารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจกล้วยไม้เพื่อการส่งออก

เอกสารอ้างอิง

- กนกพัชร วงศ์อินทร์อยู่ และศานติ ดิฐสถาพรเจริญ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกกล้วยไม้ไทยไปจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น. เรียกใช้เมื่อ 28 กรกฎาคม 2563 จาก <http://dept.npru.ac.th/msc/data/files/research5508.pdf>
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). แผนการปฏิบัติงานด้านกล้วยไม้ พ.ศ. 2563-2565. เรียกใช้เมื่อ 30 กรกฎาคม 2563 จาก <http://www.agriman.doae.go.th>
- ชนิตา พันธุ์มณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ อาราบิก้าอินทรีย์ในภาพเหนือของประเทศไทย: การประยุกต์ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2543). Competency-Based Human Resources Management . กรุงเทพมหานคร: HR Magazine.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพมหานคร: วี.อินเตอร์พริ้นท์.
- บุษรินทร์ จินเกิดทรัพย์ และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ไทย. วารสารบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 5(1), 1-7.
- พัชราภรณ์ สี่โหมดสุข. (2558). ธุรกิจส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของผู้ส่งออกในจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร และนนทบุรี. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย, 3(3), 185-192.
- สถาบันค้นคว้าและพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร. (2561). การใช้ภูมิสารสนเทศเพื่อการสำรวจเส้นทางกล้วยไม้. เรียกใช้เมื่อ 15 ธันวาคม 2561 จาก http://www.orchid.kapi.ku.ac.th/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร กล้วยไม้. เรียกใช้เมื่อ 20 มีนาคม 2562 จาก <http://www.oae.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าการเกษตรและอุตสาหกรรม. (2561). กล้วยไม้ไทย. เรียกใช้เมื่อ 23 พฤษภาคม 2563 จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/216217/216217.pdf



- Gibson Jame L. et al. (1982). Organization : Behavior Structure, Process. (6th ed.). Texas: Business Publication.
- heysf@88. (2560). กล้วยไม้. เรียกใช้เมื่อ 20 มีนาคม 2562 จาก <http://heysf.org/กล้วยไม้>
- McClelland, D.C. (1975). A Competency model for human resource management specialists to be used in the delivery of the human resource management cycle. Boston: Mcber.