

โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน
ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน
Structural Equation Model of The Success of Exporting the Fresh Durian
Business of Thailand to China Under the Creative Economy Strategy
and Competitive Advantage

ไพโรจน์ พิภพเอกสิทธิ์,¹ บุปผา ภิกพ และ ³ธนัทเมศร์ วัชรานิบุลวงศ์

¹Phairhoote Phiphopaekasit, ²Buppha Piphop, and ³Thanatmet Wacharapibulwong

¹คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

¹Faculty of Business Administration and Service Industry,

King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Thailand

²คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี

²Faculty of Social Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-ok, Chanthaburi Campus, Thailand

³คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

³Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University, Thailand

E-mail: ¹phairhoote.p@bsa.kmutnb.ac.th, ²buppha_p@rmutto.ac.th, ³krichana.won@mail.pbru.ac.th

Received September 1, 2025; Revised October 30, 2025; Accepted November 11, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบ โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจ สร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด จำนวน 320 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสำเร็จของ การส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด 2) โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสด ไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีความสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าสถิติ ไค-สแควร์ = 73.931, P-value = .480, GFI = .973, AGFI = 951, CFI = 1.000 และ RMSEA = .000 และเส้นอิทธิพลของความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน

ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน มากที่สุด เท่ากับ .467 ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสดมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสดในประเทศไทยจึงควรพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: ความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสด; กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์; ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Abstract

This article aimed to (1) study the level of success in exporting the fresh durian business of Thailand to China under the creative economy strategy and competitive advantage and (2) develop and validate the structural equation model of the success of exporting the fresh durian business of Thailand to China under the creative economy strategy and competitive advantage. The sample group was fresh durian export entrepreneurs, 320 people, and the instrument for collecting data used in this research was a questionnaire. The data were analyzed using mean, percentage, standard deviation, and structural equation model analysis. The research results were as follows: (1) The levels of success of exporting the fresh durian business of Thailand to China under the creative economy strategy and competitive advantage in overall were at the highest level, and (2) the structural equation model of the success of exporting the fresh durian business of Thailand to China under the creative economy strategy and competitive advantage was consistent with the empirical data: Chi-square (χ^2) = 73.931, P-value = .480, GFI = .973, AGFI = .951, CFI = 1.000, and RMSEA = 0.000. The influence of factors affecting the success of exporting the fresh durian business of Thailand to China under the creative economy strategy and competitive advantage found that the competitive advantage (CA) has the most positive direct influence on the success in exporting fresh durian businesses (SB), equal to .467. The findings of this research indicated that competitive advantage had the strongest positive direct influence on success in exporting fresh durian businesses. Therefore, the fresh durian export entrepreneurs in Thailand should continuously develop their competitive advantage.

Keywords: Success of exporting the fresh durian; Creative economy strategy; Competitive advantages

บทนำ

ประเทศไทย มีความโดดเด่นในฐานะผู้ส่งออกทุเรียนสดรายใหญ่ที่สุดไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยข้อมูลระหว่างเดือนมกราคมถึงเมษายน 2567 แสดงปริมาณการส่งออกรวมกว่า 225,204 ตัน ซึ่งสะท้อนมูลค่าการค้าที่สูงและมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง ปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญมาจากอุปสงค์ของผู้บริโภคชาวจีนที่เพิ่มขึ้น และการดำเนินนโยบายเชิงรุกของภาครัฐ ทำให้ประเทศไทยสามารถ รักษาตำแหน่งผู้นำการส่งออกอันดับหนึ่งได้อย่างมั่นคง (The Government Public Relation Department, 2024)

อย่างไรก็ตาม ภาคการส่งออกยังคงเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างและเชิงกลยุทธ์ ซึ่งกระทบต่อความยั่งยืนของรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน ได้แก่ การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงจากประเทศคู่แข่ง (เช่น เวียดนาม) และความท้าทายด้าน มาตรฐานสินค้า คุณภาพ ราคา รวมถึงการขยายตลาดใหม่ในจีน นอกจากนี้ ปัญหาหลักยังครอบคลุมถึงมาตรการตรวจสอบสารตกค้างที่เข้มงวด การจัดการ และควบคุมคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ตั้งแต่การเก็บเกี่ยวจนถึงการขนส่งข้ามพรมแดน) ตลอดจน การสร้าง ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง (Prachachat, 2027)

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกทุเรียน เช่น Phrueksakan and Kaewkhiew (2023) กล่าวว่า **กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อมภายนอก** ล้วนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จการส่งออกทุเรียน ทั้งด้านผลประกอบการ ลูกค้า การดำเนินการ และการเติบโต อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาที่ต้องแก้ไข เช่น บรรทัดฐานที่อาจส่งผลต่อคุณภาพสินค้า การแข่งขันที่รุนแรง การขาดการใช้เทคโนโลยีตรวจสอบคุณภาพ และการวางแผนการลงทุนและการตลาด ทำให้มีความจำเป็นต้องศึกษากลยุทธ์และแนวทางใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและรักษาความสำเร็จของธุรกิจส่งออกทุเรียนอย่างยั่งยืน และ Tongmark and Wararatchai (2023) กล่าวว่าปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการส่งออกทุเรียนในประเทศไทย ได้แก่ ด้านความสำเร็จขององค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการส่งออกทุเรียนในประเทศไทย ทั้งนี้ยังไม่พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน จึงเป็นช่องว่างของการวิจัย (Research Gap) เนื่องจากงานวิจัยในอดีตยังขาดการศึกษาที่ครอบคลุมโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ซับซ้อนและบูรณาการระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนอย่างยั่งยืน

บทความวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อนำเสนอผลการศึกษาโดยภาพรวมต่อผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งนักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน
2. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

การทบทวนวรรณกรรม

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Phiphopaekasit (2023) ศึกษาเรื่องสมการโครงสร้างของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และ Phrueksakan and Kaewkhiew (2023) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการตรวจสอบคุณภาพ ความกล้าเสี่ยงในการลงทุนเพื่อขยายตลาด และการทำงานเชิงรุกด้วยกลยุทธ์เฉพาะทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเข้าถึงและขยายฐานลูกค้าการส่งออกทุเรียนไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Phrueksakan and Kaewkhiew (2023) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการสร้างความแตกต่างและการเป็นพันธมิตร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ครอบคลุม ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อการยอมรับของลูกค้าจีน การสร้างพันธมิตรทางการค้าทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาพนักงาน ผ่านการฝึกอบรมด้านการคัดเลือกคุณภาพ และการใช้กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการส่งออกทุเรียนไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Phiphopaekasit (2023) ศึกษาเรื่องสมการโครงสร้างของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน และ Chuasuwan et al. (2023) ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความได้เปรียบในการส่งออกทุเรียนไปประเทศจีนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า ไทยมีความได้เปรียบชัดเจน เนื่องจากมีประสบการณ์ส่งออกยาวนานกว่า 10 ปี ทำให้แรงงานมีความเชี่ยวชาญ มีพื้นที่เพาะปลูกมากกว่าเวียดนาม และมีสภาพภูมิอากาศเหมาะสมตลอดทั้งปี อีกทั้งยังมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น **smart sensors** และ **IoT** ในการผลิต ขณะที่เวียดนามเพิ่งเริ่มส่งออกเพียง 1 ปี พื้นที่ปลูกและประสบการณ์แรงงานยังจำกัด รวมถึงการใช้เทคโนโลยีการผลิตยังไม่ก้าวหน้า ส่งผลให้ไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันสูงกว่าเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญ ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญสำหรับการส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ครอบคลุมถึงนวัตกรรมการผลิต ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ ความไว้วางใจในคุณภาพและความแตกต่างของสินค้า ความได้เปรียบด้านต้นทุน และการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อคำสั่งซื้อของลูกค้าชาวจีน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการส่งออกทุเรียนไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีน

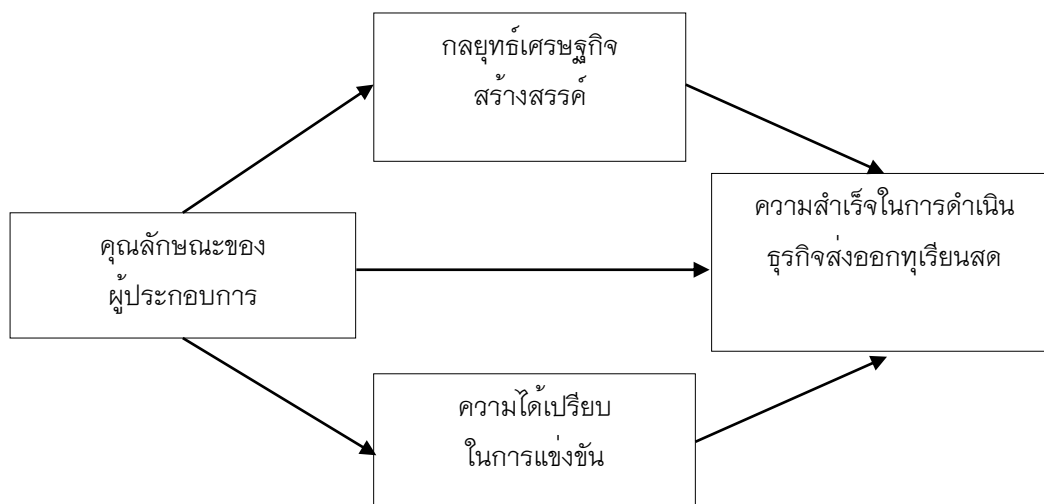
ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสด

Phiphopaekasit (2023) ศึกษาเรื่องสมการโครงสร้างของความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าความสำเร็จในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก และ Wongsirichat, Thammaphithak and Luengalongkot (2022) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพในการส่งออกทุเรียนไทย ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพการส่งออกขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการผลิต อุปสงค์ อุตสาหกรรมสนับสนุน บริบทการแข่งขัน นโยบายภาครัฐ และโอกาสทางการตลาด โดยเฉพาะมาตรฐาน GAP และ GMP การปลูกทุเรียนตามมาตรฐานและความต้องการของตลาด รวมถึงการมีโรงคัดบรรจุและโรงงานแปรรูปที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะให้ภาครัฐจัดทำยุทธศาสตร์ผลไม้เศรษฐกิจ เช่น ทุเรียน วางเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าส่งออกทุเรียน และเร่งดำเนินการด้านพิธีสารการขนส่งและมาตรฐานสินค้าเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก ในงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาความสำเร็จในการส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย การบรรลุเป้าหมายด้านผลกำไร และความพึงพอใจของลูกค้า ควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานสินค้าเกษตรที่ได้รับการรับรอง (เช่น มกษ. 3-2566, มกษ. 9035-2563, มกษ. 9047-2560) และการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมทั้งภายในและภายนอกสถานประกอบการ

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม ผู้เขียนนำเอาทฤษฎี/แนวคิดที่ทบทวนมาใช้ในการวิจัยประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสด

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดของ Kungkan and Nagamatsu (2022), Wongsirichat, Thammaphithak and Luengalongkot (2022), Phiphopaekasit (2023) Phruksakan and Kaewkhiew (2023), and Chuasuwan et al. (2023) ประกอบด้วย คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสด โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด จำนวน 1,133 คน (Department of Agriculture, 2024) และกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (probability sampling) และการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (simple random sampling) ในงานวิจัยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) เท่ากับ 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกต (ตัวแปรสังเกต 16 ข้อ x 20 เท่า = 320 คน) (Hair et al., 2010)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 1 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ส่งออกทุเรียนสด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ สถานที่ตั้ง สัดส่วนสัญชาติผู้ถือหุ้น รายได้ส่งออกทุเรียนสดรวมเฉลี่ยต่อปี มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดชนิดเลือกคำตอบเดียว (multiple choice) ส่วนที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน 3 ข้อ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 4 ข้อ ความได้เปรียบในการแข่งขัน จำนวน 5 ข้อ และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน จำนวน 4 ข้อ รวมทั้งสิ้น 16 ข้อ โดยสร้างข้อคำถามจากแนวคิดของ Kungkan and Nagamatsu (2022), Wongsirichat et al. (2022), Phiphopaekasit (2023), Phrueksakan and Kaewkhiew (2023), Chuasuwan et al. (2023) มีลักษณะเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale, 5 Level) ตามแนวทางของ Likert (1932)

3. เกณฑ์คะแนนความคิดเห็น และเกณฑ์แปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ย

เกณฑ์คะแนนความคิดเห็น คะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด คะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก คะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง คะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด และเกณฑ์แปลความหมายระดับคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็น คะแนน 4.21–5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด คะแนน 3.41–4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก คะแนน 2.61–3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง คะแนน 1.81–2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย และคะแนน 1.00–1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

4. การหาคุณภาพการของแบบสอบถาม

โดยการประเมินข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 และการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1951) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .866

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การหาค่าการแจกแจงแบบปกติ โดยใช้ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) กำหนดให้ไม่เกิน ± 1.96 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552) การตรวจสอบความสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดค่าความสัมพันธ์ (Sample Correlations) ระหว่างตัวแปรต้องไม่เกิน 0.80 (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554) และสถิติเชิงที่ใช้สำหรับตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามแนวทางของ Diamantopoulos and Siguaw (2000) ได้แก่ ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ, ค่า GFI มากกว่า .95 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี, ค่า AGFI มากกว่า .95 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี, CFI มากกว่า .95 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี และ RMSEA น้อยกว่า .05 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสดของประเทศไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนให้ประสบความสำเร็จภายใต้แนวคิดกลยุทธ์เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน” ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เครือข่าย มหาวิทยาลัยนเรศวร หมายเลขการรับรอง NREC No. 0054/2567

ผลการวิจัย

ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสด พบว่า 1) เพศชาย มากที่สุด จำนวน 213 คน ร้อยละ 66.56 2) อายุ 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 153 คน ร้อยละ 47.81 3) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 215 คน ร้อยละ 67.19 4) ตำแหน่งงาน ผู้บริหารระดับกลาง มากที่สุด จำนวน 134 คน ร้อยละ 41.87 5) จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 50 คน มากที่สุด จำนวน 210 คน ร้อยละ 65.62 7) ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ มากกว่า 10 ปี มากที่สุด จำนวน 158 คน ร้อยละ 49.37 8) สถานที่ตั้งภาคตะวันออก มากที่สุด จำนวน 116 คน ร้อยละ 36.25 9) ลัทธิส่วนลัทธิชาตินิยมผู้ถือหุ้น ชาวไทยและชาวต่างชาติ มากที่สุด จำนวน 160 คน ร้อยละ 50 และ 10) รายได้ส่งออกทุเรียนสดรวมเฉลี่ย/ต่อปี มากกว่า 10 บาท มากที่สุด จำนวน 159 คน ร้อยละ 46.69

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตารางที่ 1 ความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ความเบ้	ความโด่ง	ระดับความคิดเห็น
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC)					
ท่านใช้เครื่องมือที่เป็นนวัตกรรมและเทคโนโลยี					
ที่ท่านสมัยในการตรวจสอบทุเรียนส่งออกไปสาธารณรัฐประชาชนจีน (EC1)					
ที่ท่านมีความกล้าเสี่ยงในการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจส่งออกทุเรียนไปสู่กลุ่มลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีนในทุกภูมิภาค (EC2)					
ที่ท่านมีการทำงานเชิงรุกโดยใช้กลยุทธ์และวิธีการเฉพาะที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (EC3)					
รวม (เฉลี่ย)	4.45	.536	-.975	.401	มากที่สุด
กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS)					
ท่านใช้และพัฒนากลยุทธ์การสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ทุเรียนเพื่อให้ออกสู่กลุ่มลูกค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนยอมรับ (CS1)					
	4.42	.712	-.810	-.630	มากที่สุด

ตารางที่ 1 (ต่อ)

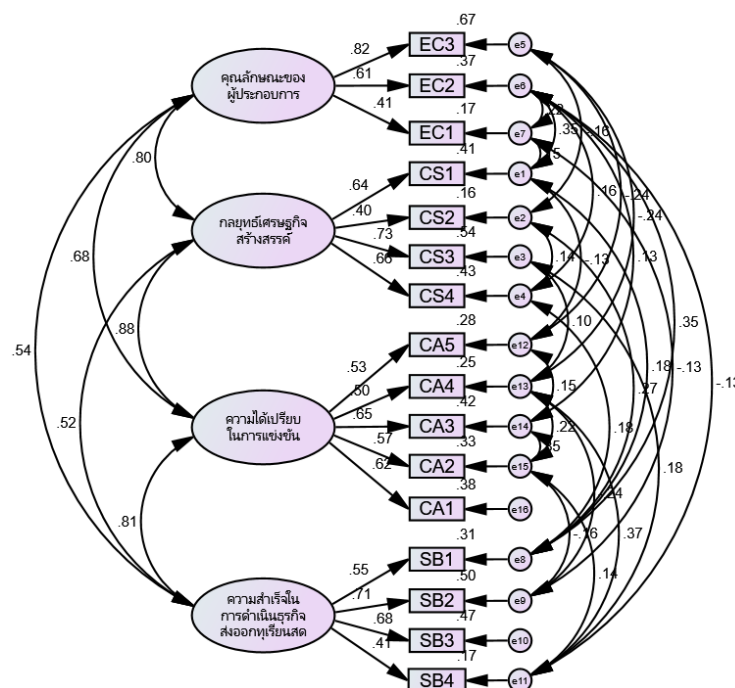
ข้อคำถาม	$\bar{X}$	S.D.	ความเบ้	ความโด่ง	ระดับความคิดเห็น
กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS)					
ท่านใช้กลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางการค้ากับ ผู้ประกอบการภายในประเทศและผู้ประกอบการ ในสาธารณรัฐประชาชนจีน (CS2)	4.48	.672	-.942	-.296	มากที่สุด
ท่านใช้กลยุทธ์ด้านพนักงานในการจัดการฝึกอบรมเพื่อ เสริมสร้างความรู้และทักษะในคัดเลือกทุเรียน เพื่อส่งออกไปสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างต่อเนื่อง (CS3)	4.37	.727	-.694	-.817	มากที่สุด
ท่านเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดเฉพาะทางสำหรับ การส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชนจีน (CS4)	4.35	.732	-.661	-.871	มากที่สุด
รวม (เฉลี่ย)	4.41	.523	-.591	-.503	มากที่สุด
ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA)					
ท่านมีนวัตกรรมการผลิตทุเรียนที่ถือเป็นความได้เปรียบใน การแข่งขันเพื่อการส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐประชาชน จีน (CA1)	4.49	.686	-.982	-.284	มากที่สุด
ท่านได้รับความน่าเชื่อถือในการส่งมอบทุเรียนจากกลุ่ม ลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีน (CA2)	4.42	.648	-.669	-.564	มากที่สุด
ท่านได้รับความไว้วางใจด้านคุณภาพและความแตกต่าง ของทุเรียนส่งออกจากกลุ่มลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีน (CA3)	4.44	.710	-.882	-.528	มากที่สุด
ท่านมีความได้เปรียบในการแข่งขันด้านต้นทุนการส่งออก ทุเรียน (CA4)	4.41	.661	-.679	-.592	มากที่สุด
ท่านมีการตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับคำสั่งซื้อ ทุเรียนกลุ่มลูกค้าสาธารณรัฐประชาชนจีน (CA5)	4.47	.690	-.937	-.370	มากที่สุด
รวม (เฉลี่ย)	4.45	.483	-.871	.343	มากที่สุด
ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียนสด (SB)					
ท่านได้รับกำไรทุกครั้งที่ส่งออกทุเรียนไปสาธารณรัฐ ประชาชนจีน (SB1)	4.42	.680	-.742	-.591	มากที่สุด
ท่านได้รับความพึงพอใจจากกลุ่มลูกค้าสาธารณรัฐ ประชาชนจีนทุกครั้งที่ส่งออกทุเรียน (SB2)	4.49	.681	-.984	-.264	มากที่สุด
ท่านได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 3-2566, มกษ. 9035-2563, มกษ. 9047-2560 อย่างใดอย่างหนึ่งทุกครั้งที่ส่งออกทุเรียน (SB3)	4.50	.677	-.997	-.226	มากที่สุด
ท่านจัดการการฝึกอบรมพนักงานภายในสถานประกอบ และส่งพนักงานไปอบรมภายนอกสถานประกอบการ อย่างสม่ำเสมอ (SB4)	4.43	.687	-.792	-.555	มากที่สุด
รวม (เฉลี่ย)	4.46	.482	-.676	-.291	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (CS) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.45 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .536 กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .523 ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.45 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .483 และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.46 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .482 และค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ไม่เกิน ± 1.96 แสดงว่าตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงแบบปกติ

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

1) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .358 – .592 ซึ่งไม่เกิน 0.80 (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน



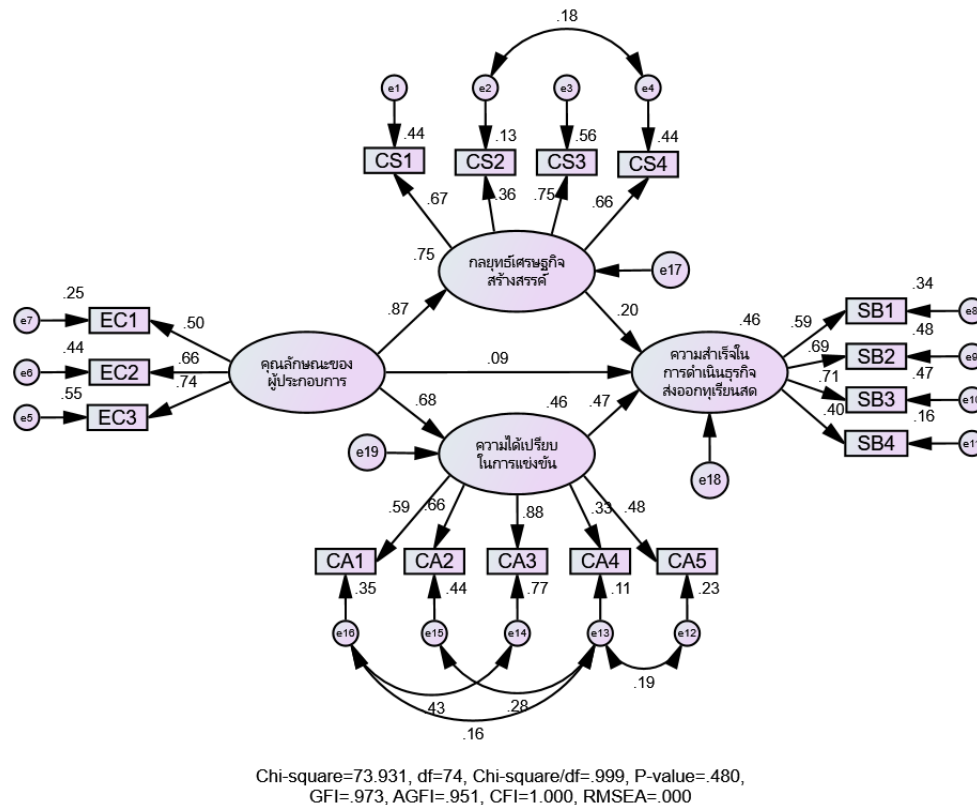
Chi-square=74.259, df=73, Chi-square/df=1.017, P-value=.437, GFI=.972, AGFI=.948, CFI=.999, RMSEA=.007

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

หลังการปรับปรุง ในโหมด Model Fit

จากภาพที่ 1 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ P-value = .437, ค่า GFI = .972 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี, ค่า AGFI = .948 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้, CFI = .999 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี และ RMSEA = .007 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) สามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต่อไปได้

3) ผลการพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน



ภาพที่ 2 ผลการพัฒนาและตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

หลังการปรับปรุง ในโหมด Model Fit

จากภาพที่ 2 พบว่า มีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ P-value = .480, ค่า GFI = .973 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี, ค่า AGFI = .951 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนพอใช้ได้, CFI = 1.000 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี และ RMSEA = .000 หมายถึงสอดคล้องกลมกลืนดี (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

4) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักอิทธิพล (Standard Regression Weight) ของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักอิทธิพล (Standard Regression Weight) ของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปร เหตุ	ส่งผลต่อ	ตัวแปรผล	Regression Weight	Standard Regression Weight	Standard Error (S.E.)	Critical Ratio (C.R.)	P
EC	--- >	CS	.782	.867	.083	9.381	***
EC	--- >	CA	.518	.678	.074	6.995	***
EC	--- >	SB	.077	.087	.141	.548	.583
CA	--- >	SB	.544	.467	.129	4.213	***
CS	--- >	SB	.198	.201	.144	1.376	.169

***นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .001

จากตารางที่ 2 พบว่า 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC) มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS) เท่ากับ .867 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC) มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงต่อ ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) เท่ากับ .678 3) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC) มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .087 4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .467 และ 5) กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS) มีค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .201

5) ผลวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (Construct Reliability: CR) หรือค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง ควรมีค่าตั้งแต่ .60 ขึ้นไป และการคำนวณหาค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่าตั้งแต่ .50 ขึ้นไป (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)

ตารางที่ 3 ความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (CR) และความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝง (AVE)

ตัวแปร สังเกต	ส่งผล ต่อ	ตัวแปร แฝง	Standard Regression Weight	S.E.	C.R.	P	Square Multiple Correlation	AVE	CR
CS1	<---	CS	.666				.444		
CS2	<---	CS	.357	.088	5.670	***	.127	.50	.61
CS3	<---	CS	.747	.104	10.976	***	.559		
CS4	<---	CS	.660	.104	9.824	***	.436		
EC3	<---	EC	.740				.548		
EC2	<---	EC	.664	.082	10.689	***	.441	.50	.61
EC1	<---	EC	.496	.074	7.881	***	.246		
SB1	<---	SB	.586	.098	8.706	***	.343		
SB2	<---	SB	.690				.476	.51	.62
SB3	<---	SB	.711	.110	9.408	***	.474		
SB4	<---	SB	.400	.096	6.116	***	.160		
CA5	<---	CA	.484	.128	6.466	***	.234		
CA4	<---	CA	.334	.104	5.203	***	.112		
CA3	<---	CA	.877	.187	8.275	***	.769	.50	.61
CA2	<---	CA	.661	.141	7.489	***	.437		
CA1	<---	CA	.587				.345		

***นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .001

จากตารางที่ 3 พบว่า 1) กลุ่มยุทธศาสตร์กิจสร้างสรรค์ (CS) มีค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (CR) เท่ากับ .61 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ .50 2) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC) มีค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (CR) เท่ากับ .61 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ .50 3) ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) มีค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (CR) เท่ากับ .62 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ .51 และ 4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) มีค่าความเที่ยงตรงขององค์ประกอบ (CR) เท่ากับ .61 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรแฝงที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ .50

6) ผลการตรวจสอบเส้นอิทธิพลของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์สร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตารางที่ 4 เส้นอิทธิพลของโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน ภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปรผล	เส้นอิทธิพล	ตัวแปรเหตุ			R ²
		EC	CS	CA	
CS	อิทธิพลทางตรง (DE)	.867***	–	–	.75
	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	–	–	–	
	อิทธิพลรวม (TE)	.867	–	–	
CA	อิทธิพลทางตรง (DE)	.678***	–	–	.46
	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	–	–	–	
	อิทธิพลรวม (TE)	.678	–	–	
SB	อิทธิพลทางตรง (DE)	.087	.201	.467***	.46
	อิทธิพลทางอ้อม (IE)	.491	–	–	
	อิทธิพลรวม (TE)	.578	.201	.467	

***นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .001

จากตารางที่ 4 พบว่า 1) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .467 รองลงมา ได้แก่ 2) กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .201 และ 3) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน (SB) เท่ากับ .087 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

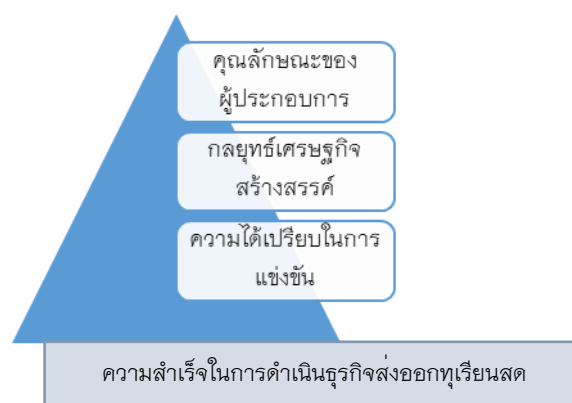
1. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการไทยมีประสบการณ์ยาวนานในการส่งออกทุเรียน มีการพัฒนานวัตกรรมและคุณภาพตามมาตรฐานสากล ควบคู่กับต้นทุนแข่งขันได้และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลให้สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phrueksakan and Kaewkhiew (2023) พบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร ในภาพรวม อยู่ระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kungkan and Nagamatsu (2022) ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก

2. ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า มีค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) ไม่มีนัยสำคัญ P-value = .480, ค่า GFI = .973, ค่า AGFI = .951, CFI = 1.000 และ RMSEA = .000 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีโครงสร้างและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่สอดคล้องกับทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

ตัวชี้วัดสามารถอธิบายตัวแปรแฝงได้อย่างถูกต้อง ส่งผลให้โมเดลมีความเที่ยงตรงและความสอดคล้องสูง สามารถใช้อธิบายและทำนายความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปยังตลาดจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phiphopaekasit (2023) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Phrueksakan and Kaewkhiew (2023) พบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงกับการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร และคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงกับการส่งออกทุเรียนในจังหวัดชุมพร และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักอิทธิพล พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน มากที่สุด เท่ากับ .467 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ ผู้ประกอบการไทยสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าควบคุมต้นทุนการผลิตให้แข่งขันได้ และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตลาดจีน ส่งผลให้ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้บริโภคและนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phiphopaekasit (2023) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้คือ การยืนยันว่าเป็นครั้งแรกที่ใช้ โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ศึกษาความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีน ภายใต้ปัจจัยทั้ง 3 ได้แก่ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้สามารถนำไปใช้กำหนดนโยบายภาครัฐ และเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ให้ผู้ประกอบการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันได้จริง และนำไปต่อยอดงานวิจัยสำหรับการศึกษาสินค้าเกษตรไทยอื่น ๆ ที่ส่งออกไปตลาดจีนหรือประเทศอื่น ๆ ต่อไป



สรุป

สรุปในภาพรวมของบทความ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการส่งออกทุเรียนสดของไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากที่สุด โดยพิจารณาจากโมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้ประกอบการและหน่วยงานภาครัฐควรใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพการส่งออกทุเรียนสดอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ระดับความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ควรเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ควบคู่กับการพัฒนาผู้ประกอบการและการใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านนวัตกรรม เทคโนโลยี มาตรฐานคุณภาพ และความร่วมมือทางการค้า เพื่อรักษาความเชื่อมั่นผู้บริโภคจีนและยกระดับศักยภาพการส่งออกทุเรียนไทยอย่างยั่งยืน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ ควรใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์และนโยบาย เพื่อยกระดับความสามารถแข่งขัน พัฒนานวัตกรรม มาตรฐานคุณภาพ และความร่วมมือทางการค้า เพื่อเสริมความสำเร็จและความยั่งยืนของการส่งออกทุเรียนสดไทยสู่ตลาดจีน และความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจส่งออกทุเรียน มากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้ควรเน้นการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยการยกระดับมาตรฐาน ลดต้นทุน พัฒนานวัตกรรมและบรรจุภัณฑ์ เสริมสร้างแบรนด์ การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และความร่วมมือทางการค้ากับจีน เพื่อความสำเร็จและความยั่งยืนของการส่งออกทุเรียนไทย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญ คือ โมเดลสมการโครงสร้างความสำเร็จของการส่งออกทุเรียนสดไทยไปจีนภายใต้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์และนโยบายในการพัฒนาการส่งออกทุเรียนและสินค้าเกษตรอื่นของไทยในอนาคต ทั้งนี้ ควรมีการศึกษาต่อเกี่ยวกับนโยบายรัฐและความร่วมมือระหว่างประเทศที่ส่งผลต่อโอกาสการส่งออกทุเรียนไทยสู่ตลาดโลก

เอกสารอ้างอิง

- กริช แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2552). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 6).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Chuasuwat, A., Sornsuwit, P., Tappandee, N., Wattanathanitkul, C., Srimuntha, O., Raksapol, N.,
Boonchu, I., & Sueudom, A. (2023). Comparing the export opportunities of durian to China
between Thailand and Vietnam. *Journal of Management Science Review*, 25(3), 242–259.
Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/272490>
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3),
297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Department of Agriculture. (2024). *List of fresh durian exporters*. Retrieved from
https://www.doa.go.th/psco/?page_id=2892
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, A. D. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*.
London: Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*.
(7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kungkan, T., & Nagamatsu, M. (2022). Marketing mix factors affecting the competitive advantage
of durian business entrepreneurs at Chanthaburi for exports to China. *Journal of Legal
Entity Management and Local Innovation*, 8(4), 297–306. Retrieved from
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/253681>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140),
1–55.
- Phiphopaekasit, P. (2023). Structural equation model of the operational success of food industry
entrepreneurs, the Federation of Thai Industries. *Journal of Multidisciplinary in Humanities
and Social Science*, 6(6), 3346–3367. Retrieved from https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/267354
- Phrueksakan, J., & Kaewkhiew, K. (2023). Creative economy strategies, entrepreneur
characteristics and external environment affecting the success of durian exporting in
Chumphon Province. *Journal of KMITL Business School*, 13(2), 59–70. Retrieved from
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fam/article/view/263768>

Prachachat. (2027). *Thai durian enters China smoothly after a ban on neighboring durian found to contain cadmium*. Retrieved from <https://www.ditp.go.th/post/174365>

The Government Public Relations Department. (2024). *A government spokesman revealed that Thailand is the number one exporter of fresh durian to China in GTA. In 2024, China imported over 100,000 tons from Thailand, valued at \$717 million, and the trend is expected to continue increasing*. Retrieved from <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/292908>

Tongmark, T., & Wararatchai, P. (2023). The application of SCOR model to increase export performance of durian export in Thailand. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 18(1), 57–70. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RMUTT-Gber/article/view/263590>

Wongsirichat, N., Thammaphithak, S., & Luengalongkot, P. (2022). Policy development of increasing Thai durian export potential. *Journal of Wisdom Political Science and Multidisciplinary Sciences*, 5(1), 141–158. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/WPSMS/article/view/255818>