

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็ก
CAUSAL RELATIONSHIP OF FACTORS INFLUENCING THE PERFORMANCE OF STEEL
INDUSTRY

มนิดา จันทบูรณ์¹ , บุรพร กำบุญ²
MANIDA JANTHABOON¹ , BURAPORN KUMBOON²
ทำวิจัยเมื่อพ.ศ.2561

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ มุ่งหวังเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็ก ซึ่งเป็นที่มาของวัตถุประสงค์ว่า 1.เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย และ 2.เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐาน ของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย

ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามคำแนะนำของ SEM ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 260 บริษัท พบว่า ตัวแปรผลดำเนินการส่งออก (EPAM) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการมุ่งเน้นการตลาด (MKFC) ตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน (CPTC) และตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (FCEP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.33, 0.53 และ 0.05 ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (FCEP) โดยผ่านการมุ่งเน้นการตลาด (MKFC) และความสามารถทางการแข่งขัน (CPTC) ดังนั้นหมายความว่า ทั้งการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่างมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเพิ่มผลการดำเนินการส่งออกของอุตสาหกรรมเหล็ก

คำสำคัญ: 1. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ 2. การมุ่งเน้นตลาด 3. อุตสาหกรรมเหล็ก

Abstract

This research aimed for studying causal relationship of factors influencing to the steel industries' operations. Due to this study, the following objectives were set;

¹ นักศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

² อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

1 .To study factors influencing to the steel industries' operations internally and externally in Thailand. 2. To analyze Congruencies of Empirical data in term of Descriptive hypothesis particularly in the steel industries' operations. Mixed Method was used in this research. Meanwhile, the researcher used quantitative in order to gain fundamental data and to get qualitative data from narrative and descriptive information by using in-depth data collections from entrepreneurs in the steel industry.

The results of this studying from 260 companies where the researcher collected data (sample size was calculated by SEM Method) illustrated that 1. Achievement of Export Performance was affected directly. There were positive outcomes from the following key factors; Market Orientation, Competitiveness, and Entrepreneurial Orientation. In addition, size of these effects were 0.33, 0.53, and 0.05 in correspondence. What's more, the researcher found indirect effects from Entrepreneurial Orientation via Market Orientation and Competitiveness Hence, It implied that all factors including; Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Competitiveness had both directly and indirectly affected to the performance of the steel industry.

Keywords: 1. Causal Relationship 2. Market Orientation 3. The steel industry

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ข้อมูลของสมาคมเหล็กของโลก (WSA) พบว่า ปี 2017 ปริมาณการผลิตเหล็กทั่วโลกเพิ่มขึ้น 5.6% เป็น 1410 เมตริกตัน (Mt) เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา การผลิตเหล็กในเอเชียอยู่ที่ 975 ล้านตันในช่วง 10 เดือนซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 6.0% การผลิตเหล็กของอเมริกาเหนือเพิ่มขึ้น 4.1% เป็น 96.5 เมตริกตัน ขณะที่สหภาพยุโรปผลิตเหล็ก 140.8 ตันเพิ่มขึ้น 3.7% เมื่อเทียบเป็นรายปี การผลิตเหล็กใน เครือรัฐเอกราช (CIS) อยู่ที่ 85.2 ล้านตันเพิ่มขึ้น 0.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน ประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กที่ใหญ่ที่สุดในโลกซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณครึ่งหนึ่งของการผลิตทั่วโลก มียอดการผลิตเหล็กเพิ่มขึ้น 6.1% ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2017 จากการที่อุตสาหกรรมเหล็กของประเทศจีนได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมเหล็กทั่วโลกในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา

ด้วยความสามารถในการผลิตที่มากเกินไปและราคาเหล็กที่ลดลงทำให้กำไรของผู้ผลิตเหล็กของจีนลดลง (สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย, 2018) มีการพยายามลดกำลังการผลิต

ที่มากเกินไปและยกระดับการผลิตในอุตสาหกรรมเหล็กของจีน เพื่อบรรเทาผลกระทบ โดยรัฐบาลจีนได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจำนวนหนึ่ง สิ่งนี้นำไปสู่ความสำเร็จในระยะสั้นในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและตลาดที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมเหล็ก ความต้องการเหล็กของจีนขยายตัว 1.3% ในปี 2017 แต่ถึงแม้ว่าจีนจะพยายามดำเนินการในการลดอุปทานเหล็กส่วนเกินนี้ ปัจจุบันโลกก็ยังคงประสบกับปัญหาการผลิตของอุตสาหกรรมเหล็กที่มากเกินไป ที่เรียกว่าปัญหาอุปทานเหล็กล้นตลาด (วิจัยกรุงศรี, 2018) กำลังการผลิตเหล็กที่สูงเกินกว่าความต้องการใช้ในประเทศจีน ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเหล็กจากจีนขยายตัวและแตะระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์สืบเนื่องจากปริมาณความต้องการใช้เหล็กที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศจีน ทำให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมผลิตเหล็กเพิ่มขึ้นมากเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การชะลอตัวของเศรษฐกิจและแนวทางการปรับโครงสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจจีน ทำให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนมีแนวโน้มลดลงจากเฉลี่ย 11% มาอยู่ที่ราว 7% ส่งผลให้ความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์เหล็กในประเทศเริ่มลดลง ซึ่งสวนทางกับกำลังการผลิตที่ขยายตัวขึ้นมาก่อนหน้านี้ จึงนำไปสู่การหันไปหาตลาดส่งออกมากขึ้น โดยในปี 2017 จีนมีปริมาณการส่งออกเหล็กถึง 82 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 59% และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึงปีละ 23% นับตั้งแต่ปี 2010 โดยประเทศที่จีนส่งออกเหล็กไปค่อนข้างมากและมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ เวียดนาม ใต้หวัน ฟิlipปินส์ สหรัฐฯ และไทย โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีประมาณ 23%, 27%, 37%, 27%, และ 20% ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ ,2560) ด้วยเหล็กนำเข้าจากจีนมีราคาค่อนข้างถูกและมีความหลากหลาย สร้างแรงกดดันและส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตเหล็กในประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทยเป็นอย่างมาก จนนำไปสู่การใช้ anti-dumping duty เพิ่มขึ้น นอกจากราคาที่มีแนวโน้มลดต่ำลงแล้ว ราคาของเหล็กจากจีนนี้ยังมีความแตกต่างจากเหล็กชนิดเดียวกันจากประเทศอื่นอย่างมาก เช่น เหล็กเส้นเจืออัลลอยส่งออกจากจีนมีราคาต่ำกว่าเหล็กเส้นเจืออัลลอยส่งออกจากญี่ปุ่นถึง 61% (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ ,2560) จนกลายเป็นประเด็นที่นำไปสู่มาตรการตอบโต้ทางการค้าจากหลายประเทศ ทั้งนี้จากข้อมูลขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization), 2560 แสดงให้เห็นว่าสินค้าจากจีนมีอัตราเติบโตของจำนวนการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาดผ่านการใช้ anti-dumping duty (AD) เฉลี่ยต่อปีมากที่สุด คือ 12% ตั้งแต่ปี 2000 และมีสัดส่วนสูงสุดถึง 22% ของการใช้มาตรการ AD กับสินค้าทุกชนิด นอกจากนี้ มาตรการ AD บนเหล็กและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

กับเหล็กยังมีสัดส่วน 29% ของมาตรการ AD ทั้งหมดที่บังคับใช้อยู่และมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยมา (องค์การการค้าโลก (World Trade Organization), 2560) อีกทั้งมาตรการกีดกันทางการค้าล่าสุดที่สหรัฐฯ โดยประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา (Donald Trump) ได้ลงนามในประกาศโดยอาศัยความตามมาตรา 232 ของกฎหมาย Trade Expansion Act 1962 ซึ่งกำหนดจะใช้อัตราภาษีนำเข้าตามมูลค่าร้อยละ 25 กับสินค้าเหล็ก และร้อยละ 10 กับสินค้าอลูมิเนียม ตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคม 2561 เป็นต้นไป โดยจะเป็นการขึ้นภาษีกับทุกประเทศที่มีการนำเข้าสินค้านี้มายังประเทศสหรัฐฯ ยกเว้นประเทศแคนาดาและเม็กซิโก ซึ่งมาตรการดังกล่าวจะเป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในสหรัฐฯ และรักษาการจ้างงานในประเทศ แต่ในทางตรงกันข้าม นอกเหนือจากราคาสินค้าสำเร็จรูปภายในประเทศสหรัฐฯ จะมีราคาสูงขึ้น ทั้งสินค้ารถยนต์ บรรจุก๊าซ ยังจะส่งผลกระทบต่อที่สำคัญที่อาจจะเกิดสงครามทางการค้าระหว่างประเทศในระยะยาว (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2561) สอดคล้องกับข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561 มองว่า ส่งผลกระทบต่อไทย ในส่วนของกลุ่มวัสดุก่อสร้างและผลิตภัณฑ์เหล็กแปรรูปขั้นต้น เช่น ท่อเหล็ก แผ่นเหล็ก ลวดเหล็ก แผ่นอะลูมิเนียม ขณะที่ผลกระทบต่อทางอ้อม คือหากการนำเข้าของสหรัฐฯ ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้สินค้ากลุ่มดังกล่าวล้นตลาด ส่งผลต่อเนื่องมายังราคาสินค้าปรับตัวลดลง และอาจกลายเป็นคู่แข่งการส่งออกของไทยในตลาดโลก และผลิตภัณฑ์เหล็กจากประเทศต่างๆ ที่ไม่สามารถนำเข้าไปในสหรัฐฯ มีโอกาสที่จะถูกส่งออกมาทำตลาดในไทยอีกด้วย

2. โจทย์วิจัย

2.1 ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย

2.2 รูปแบบเชิงสมมติฐานของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย

3.2 เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐาน ของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย

4. สมมติฐานของการวิจัย

- 4.1 ปัจจัยดังต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย
- 4.2 รูปแบบโมเดลผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทยสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

- 5.1 ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม ต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย
- 5.2 ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบเชิงสมมติฐานของผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย

6. วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมและเก็บข้อมูลจากประชากร ได้แก่ โรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับการถลุง หลอม หล่อ รีด ดึง หรือผลิตเหล็ก หรือเหล็กกล้าในขั้นต้น (iron and steel basic industries) 437 บริษัท (กรมโรงงานอุตสาหกรรม ,2560) ผู้วิจัยหาขนาดตามคำแนะนำของ SEM ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 260 บริษัท

7. ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 52.69 และเพศหญิงจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 51-60ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 34.23 รองลงมา อายุ 41-50 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 19.62 อายุ 31-40ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 และอายุ 21-30 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตำแหน่งในกิจการเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 56.54 รองลงมา ทายาทกิจการ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.92 กรรมการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และผู้บริหาร จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 6.54 มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเหล็ก 6-10 ปี จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 40.38 รองลงมา ประสบการณ์ 11-15 ปีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 25.77 ประสบการณ์ มากกว่า 15 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 17.69 และประสบการณ์ 1-5 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.15

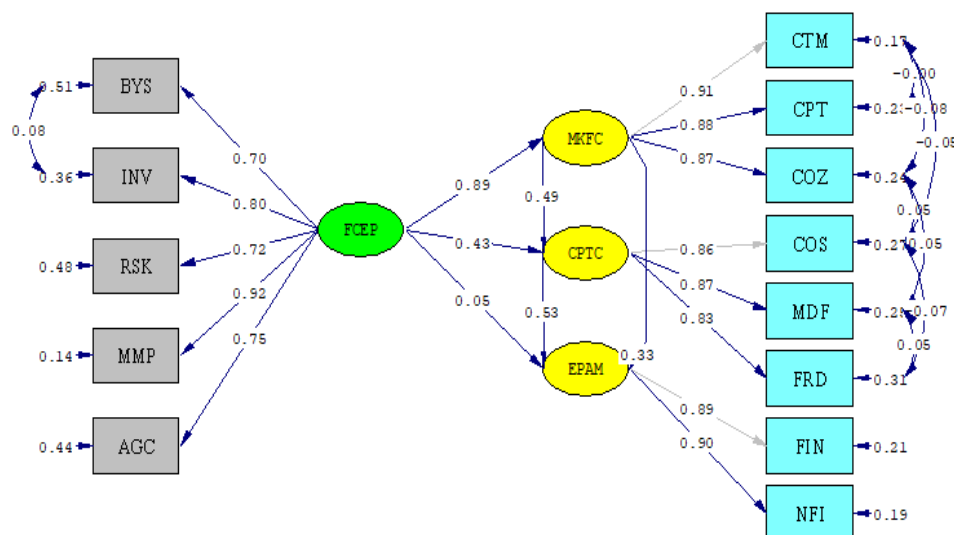
ขนาดธุรกิจ/ทุนจดทะเบียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีขนาดธุรกิจ/ทุนจดทะเบียน ธุรกิจขนาดเล็ก (ทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท) จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 49.23 รองลงมา ขนาดธุรกิจ/ทุนจดทะเบียน ธุรกิจขนาดกลาง (ทุนจดทะเบียน 50 - 200 ล้านบาท) จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 33.08 และขนาดธุรกิจ/ทุนจดทะเบียน ธุรกิจขนาดใหญ่ (ทุนจดทะเบียน มากกว่า 200 ล้านบาทขึ้นไป) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 17.69 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5 - 10 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 รองลงมา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 33.46 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11 - 15 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 15 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตลาดหลัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตลาดหลักเป็นรายได้จากการขายในประเทศ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 55.38 และรายได้จากการส่งออกต่างประเทศ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 44.62

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด ความได้ สามารถทางการแข่งขัน และผลดำเนินงานการส่งออกของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือการเป็นตัวของตัวเอง การมี นวัตกรรม การกล้าเสี่ยง การทำเงินเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า การกล้า เสี่ยง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ การเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X} = 3.81$) การทำเงิน เชิงรุก ($\bar{X} = 3.75$) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.70$) และการมีนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

ด้านการเป็นตัวของตัวเอง พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการเป็นตัวของตัวเอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) โดยมีความคิดเห็นในเรื่อง ท่านมีวิธีการ ดำเนินธุรกิจแบบของท่านอย่างชัดเจน สูงที่สุด ($\bar{X} = 3.82$) รองลงมาคือ ท่านสามารถตัดสินใจ และรับผิดชอบในธุรกิจด้วยตนเอง ($\bar{X} = 3.81$) และท่านตัดสินใจดำเนินงานเพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ ของกิจการ ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ ด้านการมีนวัตกรรม พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$) โดยมีความคิดเห็นใน เรื่อง ท่านสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี เช่น โปรแกรมจัดการคลังสินค้า สูงที่สุด ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ ธุรกิจของท่านมีการพัฒนานวัตกรรม สำหรับใช้ในกิจการ ($\bar{X} = 3.75$) ท่านพยายามปรับปรุงการดำเนินงานให้มีรูปแบบใหม่ๆและทันสมัย อยู่เสมอ ($\bar{X} = 3.66$) และธุรกิจของท่านมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิต ($\bar{X} = 3.37$) ตามลำดับ ด้านการกล้าเสี่ยง พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้าน

การกล้าเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) โดยมีความคิดเห็นในเรื่อง หากท่านเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจ ท่านยินดีจะกู้ยืมเพื่อการลงทุน สูงที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือ ท่านยินดีที่จะลงทุนเพิ่มเพื่อผลประกอบการในอนาคต แม้สถานการณ์จะไม่คงที่ก็ตาม ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ ด้านการทำเงินเชิงรุก พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการทำเงินเชิงรุก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$) โดยมีความคิดเห็นในเรื่อง ท่านเตรียมพัฒนาโรงงานให้มีคุณภาพเพื่อรองรับตลาดสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาคือ ท่านมีแผนขยายฐานการผลิต หรือเพิ่มสาขา ($\bar{X} = 3.80$) ท่านปรับตัวเพื่อการส่งออก และลูกค้าต่างชาติมากขึ้น ($\bar{X} = 3.70$) และท่านติดตามแนวโน้มตลาดโลกอยู่ตลอดเวลา ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) โดยมีความคิดเห็นในเรื่อง ท่านเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด โดยการใช้กลยุทธ์ด้านราคาสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ ท่านสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่แสดงถึงกิจการของท่านเหนือกว่าคู่แข่ง ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุตามกรอบแนวคิดสมการโครงสร้างหลังปัจจัยที่ส่งผลต่อผลดำเนินการส่งออกของอุตสาหกรรมเหล็กในประเทศไทย การปรับโมเดลพิจารณาค่า Residuals โดยผู้วิจัยสามารถปรับให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลมากขึ้น จึงได้ปรับแบบจำลองใหม่ตามคำแนะนำในค่าดัชนีปรับขยาย ที่ได้ขอไว้จากโปรแกรมก่อนการวิเคราะห์ โดยกำหนดให้ค่าความคาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้บางคู่อิทธิพลทางตรงกันและได้ปรับแบบจำลองอีกครั้งตามคำแนะนำของโปรแกรม ด้วยการลากเส้นทางความสัมพันธ์ของคาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้ ผลของการลากเส้นความสัมพันธ์ตามคำแนะนำของแบบจำลองหลังการปรับปรุงครั้งสุดท้ายแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนค่าสถิติมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น เป็นเพราะค่าไค-สแควร์มีค่าลดลงค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประเมินค่า (RMSEA) ต่ำกว่า 0.05 และค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าที่เข้าใกล้ 1.00 รายละเอียดดังภาพ



กรอบแนวความคิดที่สร้างตามสมมติฐาน ที่ปรับโมเดลแล้ว พิจารณาจากค่าสถิติไค-สแควร์ ค่า χ^2 เท่ากับ 53.96 ค่า p-value ของ χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 ค่าดัชนี χ^2 / df มีค่าเท่ากับ 1.148 ซึ่งน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI มีค่าเท่ากับ 0.94 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 และค่า RMR เท่ากับ 0.010 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0 ถึง 0.05 ในขณะที่ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.024 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05

8. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรผลดำเนินงานการส่งออก (EPAM) ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกจากการมุ่งเน้นการตลาด (MKFC) ตัวแปรความสามารถทางการแข่งขัน (CPTC) และตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (FCEP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.33 0.53 และ 0.05 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 นอกจากนี้พบว่า ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (FCEP) โดยผ่านการมุ่งเน้นการตลาด (MKFC) และความสามารถทางการแข่งขัน (CPTC) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.76 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้วิจัยพบอีกว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าสถิติไค-สแควร์ ค่า χ^2 เท่ากับ 53.96 ค่า p-value ของ χ^2 มีค่าเท่ากับ 0.226 ซึ่งมากกว่า 0.05 ค่าดัชนี χ^2 / df มีค่าเท่ากับ 1.148 ซึ่งน้อยกว่า 2.00 ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 1.00 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI มีค่าเท่ากับ 0.97 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI มีค่าเท่ากับ 0.94 ซึ่งมีความมากกว่า 0.90 และค่า RMR เท่ากับ 0.010 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0 ถึง 0.05 ในขณะที่ค่าดัชนี RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.024 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 จากผลการศึกษา พบว่า ยอมรับสมมติฐานทั้งหมด ดังนั้นหมายความว่า ทั้งการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่างมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานการส่งออกของอุตสาหกรรมเหล็ก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sengun, Cavusgil และ Hult (2005 : 1-19) ที่ระบุว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความสามารถของการแข่งขันตลาดทั่วโลกกับความได้เปรียบในการแข่งขันของตลาดทั่วโลก กลยุทธ์ขององค์กรการเงิน และผลดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กัน โดยพิจารณาได้

จากศักยภาพบริษัทระดับโลก ซึ่งมีความรู้เรื่องการตลาดระดับโลก (The Global Company and Market Knowledge) เป็นผู้นำทั้งภายในและภายนอก (External and Internal Antecedents) มีความรู้เรื่องลูกค้าทั่วโลก (Global Customer Knowledge Competence) มีความรู้เรื่องผู้แข่งขันทั่วโลก (Global Competitor Knowledge Competence) มีความรู้ความสามารถผู้จำหน่ายทั่วโลก (Global Supplier Knowledge Competence) มีการให้การช่วยเหลือแบบห่วงโซ่ (Value-chain Coordination) มีการตอบสนองทั่วโลก (Global Responsiveness) มีผลประโยชน์ของตลาดทั่วโลก (Global Market Advantage) ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้พวกเขากลายเป็นบริษัทระดับโลกที่ประสบความสำเร็จสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang & Fong. (2010) ที่พบว่า การดำเนินงานตามมาตรฐานเป็นแหล่งของความได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจและงานวิจัยของ Jia-Sheng Lee, Chia-Jung Hsich (2010) ที่พบว่า ผลประกอบการมีอิทธิพลทางตรง ความสามารถทางการตลาด ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และภาวะการณ์ประกอบการ มีผลทางอ้อมต่อความได้เปรียบอย่างยั่งยืน ผ่านความสามารถด้านการตลาด และความสามารถในนวัตกรรม ความสามารถทางการตลาดจะไม่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยตรง แต่มีอิทธิพลโดยอ้อมผ่านความสามารถในนวัตกรรม และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันสอดคล้องตามทฤษฎีของ Lumpkin และ Dess (1996) ที่ระบุว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะส่งผลต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานได้ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ Narver & Slater (1990) ที่มองว่าการมุ่งเน้นตลาด คือ วัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลอย่างมาก ในการสร้างพฤติกรรมที่จำเป็นสำหรับการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นให้แก่ลูกค้า และส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

9. ข้อเสนอแนะ

สำหรับการมุ่งเน้นการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของลูกค้า นำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานหรือใช้ในการพัฒนาตัวสินค้า ทำการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อสร้างแรงจูงใจกับลูกค้า ทำการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า มีการติดตามผลหลังจากที่ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการ ติดตามแนวทางทั้งการดำเนินงาน การให้บริการ และด้านสินค้าของคู่แข่งกันอยู่เสมอ ทำการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของคู่แข่งกัน มีการ

เตรียมพร้อมที่จะตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อการแข่งขันมีการเปลี่ยนแปลง และต้องแสวงหาโอกาส เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่เสมอ รวมถึงต้องให้ความสำคัญกับการประสานงาน ระหว่างพนักงานเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน ควรแจ้งพนักงานให้รับรู้ด้วยหากกิจการมีการเปลี่ยนแปลง และควรให้อำนาจในการตัดสินใจบางเรื่องกับพนักงาน ให้เกียรติและเคารพการตัดสินใจ ของพนักงานด้วย เพื่อให้กิจการของท่านดำเนินไปด้วยความมีประสิทธิภาพและสามารถเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรต่อไปได้

สำหรับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการควรมีความเป็นตัวของตัวเอง คือต้องสามารถตัดสินใจและรับผิดชอบในธุรกิจด้วยตนเอง มีวิธีการดำเนินธุรกิจในแบบของท่านอย่างชัดเจน สามารถตัดสินใจดำเนินงานเพื่อนำไปสู่วิสัยทัศน์ของกิจการ และธุรกิจของท่านควรมีนวัตกรรม คือสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี เช่น โปรแกรมจัดการคลังสินค้า ต้องพยายามปรับปรุงการดำเนินงานให้มีรูปแบบใหม่ๆ และทันสมัยอยู่เสมอ ควรมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการผลิตมีการพัฒนานวัตกรรมสำหรับใช้ในกิจการ นอกจากนี้ ยังสามารถใช้ความก้าวร้าวในการแข่งขัน เช่น เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคา สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่แสดงถึงกิจการของท่านเหนือกว่าคู่แข่ง

สำหรับด้านความสามารถทางการแข่งขัน เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ควรเพิ่มความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ดังนี้ ใช้กลยุทธ์การลดต้นทุน ต้องมีความเข้มงวดในการควบคุมต้นทุน ต้องมีการควบคุมต้นทุนการขนส่ง/การกระจายสินค้า ควรสนับสนุนให้บริษัทหรือพนักงานมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และต้องสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลง

10. บรรณานุกรม

- วิจัยกรุงศรี (2561). วิเคราะห์สงครามการค้าเปิดฉากวิกฤติหรือโอกาสของไทย สืบค้นจาก <https://thaipublica.org/2018/07/krungsri-research-5-7-2561/>
- ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (2561). ข่าวศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/iq03/2875586>
- Baker, W.E. and Sinkula, J.M. (1999). The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance. Journal of the Academy of Marketing Science, 27, pp.411-427.

- Kohli, A. K., Jaworski, B. J. & Kumar, A. (1993). MARKOR: A measure of market orientation. *Journal of Market Research*, 30(4), pp. 467-477.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1): 135-172.
- Wiklund, J., & Shepherd D.(2005). Entrepreneurial orientation performance relationships, *Journal of Business Venturing*, 20(1): 71-91.
- Yamane, Taro.1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. Third editio. Newyork : Harper and Row Publication.
- Zou, S. & Stan, S. (1998). The Determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature Between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333.

11. คำขอบคุณ

ดุษฎีนิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากท่าน ผศ.ดร. บังอร เบ็ญจาธิกุล อธิการบดี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และคณาจารย์ที่กรุณาให้ความรู้ ความเอาใจใส่ดูแลได้แก่ ผศ.ดร.บุรพร กำบุญ, รศ.ดร.ศิริพร สัจจามันท์, ดร.ศิริชญาณ์ การะเวก อีกทั้งยังขอขอบคุณสำหรับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องไว้ ณ ที่นี้ด้วย