

# ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

## Factors Influencing the Performance of the Furniture Exporters in Thailand

รัตนาภรณ์ หมี่เงิน<sup>1</sup>

Received: August, 2015; Accepted: January, 2017

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกในประเทศไทย จำนวน 400 ราย ซึ่งได้มาจากการกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามสัดส่วนของประชากรแต่ละชั้น (Proportionate Random Sampling) และใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ที่ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยแบบจำลองสมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple - Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกในประเทศไทยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ความสามารถทางการตลาด และด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออก อีกทั้งผลการศึกษายังพบว่าความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์; ปัจจัยด้านประสิทธิภาพ; ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์

<sup>1</sup> คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา

E - mail : bumbim.mh@gmail.com

## Abstract

The purpose of this research was to study the factors of entrepreneurs' performance, innovation of organization performance and marketing performance that effect the furniture industry in Thailand. Questionnaires were used as a tool to collect the data from furniture export entrepreneurs in Thailand. About 400 persons were sampled using proportionate random sampling and data analyzed by using basic statistics, that is Percentage, Mean, Standard Deviation, Frequency and Multiple - Regression Analysis.

The results revealed that entrepreneurs performance, innovation of organization performance and marketing performance positively affect export of furniture significantly.

Keywords: Performance Factors; Furniture Exports; Furniture Entrepreneurs

## บทนำ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่อาศัยการใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นสำคัญ เน้นการจ้างงานช่างฝีมือภายในประเทศ กิจกรรมการส่งออกของประเทศ เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญยิ่งสำหรับการสนับสนุนและส่งเสริมพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยเพิ่มการพัฒนาอุตสาหกรรม ปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต รวมทั้งการสร้างงานภายในประเทศ Lages, L.F. and Montgomery, D.B. (Lages, L.F. and Montgomery, D.B., 2004) และประมาณร้อยละ 90 เป็นผู้ประกอบการไทยที่ส่วนใหญ่ทำการผลิตเพื่อส่งออก วัตถุดิบหลักของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทย คือ ไม้ยางพารา จึงเกิดการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเกษตรด้วย สำหรับตลาดส่งออกธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทย ถือเป็นตลาดที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะท่ามกลางภาวะที่กำลังซบเซาในประเทศยังอยู่ในภาวะอ่อนแรง ดังนั้นการทำธุรกิจในระยะต่อไป คือ การรักษาสวนแบ่งทางการตลาดในตลาดหลักควบคู่กับการเพิ่มช่องทางการขายในตลาด ซึ่งผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไทยมีช่องว่างในการเข้าไปเจาะตลาดผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาดอาเซียนที่โอกาสเติบโตยังมีอีกมาก โดยผู้ประกอบการควรติดตามความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ ควบคู่ไปกับรูปแบบการใช้ชีวิต รสนิยม กระแสของผู้บริโภค รวมไปถึงเงื่อนไขและนโยบายของประเทศคู่ค้า เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละประเทศ ในขณะเดียวกันการอาศัยจุดแข็งของไทยโดยเฉพาะในเรื่องของการออกแบบและการตลาด เข้ามาเป็นองค์ประกอบในการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์เฟอร์นิเจอร์ประเภทสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Friendly) เฟอร์นิเจอร์สำหรับเด็กและผู้สูงอายุ หรือเฟอร์นิเจอร์สำหรับตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่มีรูปแบบการใช้งานที่ครบวงจร เป็นต้น ยังทำให้ผู้ประกอบการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันรวมถึงสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้นได้ Thipsri, N. and Ussahawanitchakit, P. (Thipsri, N. and

Ussahawanitchakit, P., 2008) จึงกล่าวได้ว่านวัตกรรมเป็นบทบาทสำคัญสำหรับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ จึงก่อให้เกิดความเป็นเลิศทางนวัตกรรมและสามารถสร้างผลการดำเนินงานทางการส่งออกของธุรกิจให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องได้

ความสามารถในการประกอบการ ซึ่งเริ่มจากด้านการบริหารจัดการ ซึ่ง Ismail, M. et al. (Ismail, M. et al., 2014) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางการบริหารจัดการ ความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพและความได้เปรียบในการแข่งขันระหว่างธุรกิจผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรตระหนักในประเด็นที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น เจื่อนไซ และนโยบายของประเทศคู่ค้า นวัตกรรมใหม่ ๆ หรือ แนวโน้มการแข่งขัน (Mega Trend) ที่ส่งผลต่อการผลิตเฟอร์นิเจอร์ เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือรูปแบบการผลิตที่เน้นการรักษาสุขภาพ รวมถึงเฟอร์นิเจอร์ และชิ้นส่วนเพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกระแสที่ตลาดกำลังให้ความสำคัญในขณะนี้ด้วย ทั้งนี้จากทิศทางการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยในปี พ.ศ. 2557 เป็นช่วงที่ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนจากความแข็งแกร่งในการเจาะตลาดส่งออกอันดับหนึ่งอย่างญี่ปุ่น ทำให้คาดว่ายอดขายคำสั่งซื้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. ความได้เปรียบในเรื่องคุณภาพและดีไซน์ ความปลอดภัยและประโยชน์ใช้สอยของตัวสินค้า ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการและการใช้ชีวิตของชาวญี่ปุ่น

2. สินค้าที่มีการนำเข้าจากไทยสูง อาทิ เฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพเหนือคู่แข่ง โดยเฉพาะจากจีนที่ยังมีข้อด้อยด้านทรัพยากรไม้ยางพาราที่มีจำนวนน้อย และยังคงนำเข้าจากต่างประเทศ

3. ญี่ปุ่นลดการพึ่งพาสินค้าจากจีน ทำให้ไทยได้รับประโยชน์ในการรับคำสั่งซื้อมากขึ้น

4. ผู้ประกอบการไทยและญี่ปุ่นมีการร่วมทุนกัน เพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์และขยายตลาดด้วยวิธีการกระจายสินค้า (Distributors) ในญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น โดยเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยส่งออกไปตลาดญี่ปุ่นเป็นอันดับหนึ่ง

แนวโน้มของตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ในปี พ.ศ. 2559 มีปัจจัยหนุนจากทั้งค่าเงินบาทที่อ่อนค่าลงและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ไทยวงเงิน 1 แสนล้านบาท รวมถึงมาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้เหลือร้อยละ 10 ซึ่งเอื้อให้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทยเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ง่ายขึ้น มาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งโครงการเหล่านี้ คาดว่าจะเพิ่มอุปสงค์ของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยให้มากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นผู้ประกอบการสามารถทำตลาดส่งออกใหม่ทดแทนได้คือ จีน และสหรัฐอเมริกา ขณะเดียวกันตลาดส่งออกใหม่ที่มีความน่าสนใจ คือ พม่า เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศที่เริ่มสงบ ประกอบกับมีการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้คาดว่าตลาดจะมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง น่าจะยังเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้าเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นได้

จากสถานการณ์ที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงสนใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทย และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไทยในการเตรียมความพร้อมในการเข้าร่วมกลุ่มประเทศอาเซียนต่อไป

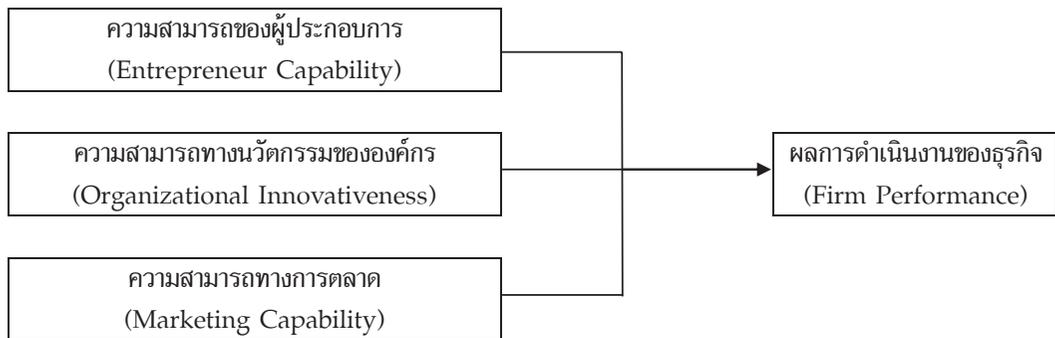
### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ได้แก่ ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด

### สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้บูรณาการกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้รับการยอมรับว่าผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ พบว่าองค์ประกอบของผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ ความสามารถของผู้ประกอบการ แนวคิดของ Drucker, P.F. (Drucker, P.F., 1985) Porter, M.E. (Porter, M.E., 1990) ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ความสามารถทางการตลาด

### ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้บริหารของบริษัทส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 726 คน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามสัดส่วนของประชากรแต่ละชั้น (Proportionate Random Sampling) คิดเป็นจำนวน 400 ราย

ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรอิสระ คือ ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ขอบเขตด้านสถานที่ ได้แก่ บริษัทส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 726 บริษัท ซึ่งได้มาจากการกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามสัดส่วนของประชากรแต่ละชั้น (Proportionate Random Sampling) คิดเป็นจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการและกิจการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทสินค้าที่ผลิต มาตรฐานที่กิจการได้รับ และผลประกอบการในปีที่ผ่านมา 2) ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ด้านความสามารถทางการตลาด และด้านผลการดำเนินงานเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และออกแบบการเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสร้างแบบสอบถาม และเมื่อส่งแบบสอบถามไปแล้วนั้น ได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analytical Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับตำแหน่งงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทสินค้าที่ผลิต มาตรฐานที่กิจการได้รับ และผลประกอบการในปีที่ผ่านมา เป็นต้น

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ที่ตัวแปรตาม 1 ตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระหลายตัว

## สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำเสนอผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ส่วนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นการแสดงผลที่ได้จากการศึกษาในด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อความสามารถในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. สรุปตามตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

- 1.1 ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด

ได้แก่ ผู้ประกอบการมีความสามารถในการทำงาน มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และให้บริการที่รวดเร็ว มีนโยบายที่เข้มแข็งเพื่อรองรับโครงการที่มีความเสี่ยงสูง รวมทั้งสามารถจัดการความเสี่ยงของกิจการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ ซึ่งเป็นความสำคัญในการจัดการธุรกิจ

1.2 ปัจจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกในประเทศไทย ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผู้ประกอบการมีนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์สม่ำเสมอ มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มการผลิตและลดต้นทุนของกิจการ มีการใช้นวัตกรรมทำให้องค์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกเพิ่มขึ้นในการตัดสินใจใช้บริการ

1.3 ปัจจัยด้านความสามารถทางการตลาด ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน จะสามารถสร้างความน่าสนใจให้ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ รวมถึงราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านอื่น ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมาซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น และมีปัจจัยการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์อีกในภายหลัง

1.4 ด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยในภาพรวม และรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการผลิตและทุนในการดำเนินกิจการ ธุรกิจมียอดขายและกำไรของบริษัทที่เพิ่มมากขึ้น และได้รับการยอมรับจากลูกค้า ด้านชื่อเสียงผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการดำเนินกิจการ

## 2. สรุปผลตามสมมติฐาน

ผลการทดสอบพบว่า ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรและความสามารถทางการตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้คือ ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ของตัวแปรพยากรณ์ความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรและความสามารถทางการตลาด

ตัวแปรพยากรณ์	$\beta$	T	Sig.
ความสามารถของผู้ประกอบการ (ENT)	0.477	5.372	0.000*
ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร (ORG)	0.507	5.822	0.000*
ความสามารถทางการตลาด (MAC)	0.521	6.038	0.000*

$R^2 = 0.392$

\*  $P < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่าความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$PER = \beta_1 ENT_1 + \beta_2 ORG_2 + \beta_3 MAC_3$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$PER = 0.477 \text{ ความสามารถของผู้ประกอบการ} + 0.507 \text{ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร} + 0.521 \text{ ความสามารถทางการตลาด}$$

## อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยในภาพรวมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.50$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีทุนเดิมและประสบการณ์ในการทำงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการที่รวดเร็ว การดำเนินการในสิ่งที่ถนัดมากที่สุด มีนโยบายที่เข้มแข็งเพื่อรองรับโครงการที่เสี่ยงสูง และมีการจัดการความเสี่ยงของกิจการ ได้ศึกษาปัจจัยที่สำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมว่าการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (Top Management Support) เป็นปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งนอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทในการให้ทิศทางที่ชัดเจน ซึ่งรวมถึงการจัดการที่เหมาะสมของเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้วย จะเห็นว่าแต่ละบริษัทมีกลยุทธ์ของตัวเองจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นในการรับประกันความยืดหยุ่นและการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ และความสำเร็จอีกประการคือ การสร้างวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกันซึ่งจะต้องมีการพัฒนาและการสื่อสารที่มีความชัดเจน และงานวิจัยของ Meutia and Ismail, T. (Meutia and Ismail, T., 2014) ศึกษาเรื่องการพัฒนาความสามารถทางสังคมของผู้ประกอบการและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาอุตสาหกรรมবাদิในอินโดนีเซีย ผลการวิจัยพบว่าความสามารถทางสังคมของผู้ประกอบการมีผลกระทบต่อธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

2. ด้านความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ในภาพรวมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.52$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความมีนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง มีกิจกรรมสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ มีการเปลี่ยนกระบวนการทำงานด้านนวัตกรรม มีการเปลี่ยนกระบวนการทำงานด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มการผลิตและลดต้นทุนของกิจการ มีการใช้นวัตกรรมทำให้องค์กรสร้าง

ความได้เปรียบในการแข่งขันมีการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และมีการปรับตัวของผู้ประกอบการ ในการสร้างนวัตกรรม ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีการสร้างวัฒนธรรม (Culture) ภายในบริษัทและสภาพแวดล้อมสำหรับนวัตกรรม ศักยภาพทางนวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับผลประกอบการ ในเชิงบวกมากที่สุด เมื่อมีการประเมินผลโดยอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ความเข้มแข็งและศักยภาพ ของทรัพยากรมนุษย์ด้านการวิจัยและพัฒนา มีผลต่อผลประกอบการของบริษัท ซึ่งธุรกิจที่นำความรู้ เกี่ยวกับเทคนิควิธีการต่าง ๆ หรือนวัตกรรมใหม่มาใช้จะเป็นผู้นำในการคิดค้นเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการในการผลิตการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบริการ สามารถสร้างโอกาสใหม่ในการทำ ธุรกิจก่อให้เกิดการแข่งขันและก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภค ให้ความสนใจในนวัตกรรมสิ่งใหม่ ๆ ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม ๆ ที่มีอยู่ในท้องตลาด ทั้งในด้านนวัตกรรมวัสดุที่ใช้ในการผลิต นวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมการออกแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา เกษกระโทก (อริสรา, 2549) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบกลยุทธ์การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันและผลประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ใน ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และระดับของนวัตกรรมและเทคโนโลยี ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับศักยภาพในการแข่งขันและผลประกอบการโดยรวม

3. ด้านความสามารถทางการตลาด ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยในภาพรวมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของร้าน ความหลากหลายของรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ ความมีชื่อเสียง และความน่าสนใจของเฟอร์นิเจอร์ ราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านอื่น สามารถชำระผ่านบัตรเครดิต สามารถผ่อนชำระได้ ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางไปมาสะดวก สามารถเลือกดูสินค้าผ่านเว็บไซต์ได้ และมีปัจจัย การส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการหลายรายให้ความสำคัญกับการจัดแสดงสินค้า เนื่องจากสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้โดยตรง ด้วยต้นทุนต่ำกว่าการโฆษณา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kellezi, J. (Kellezi, J., 2014)

4. ด้านผลการดำเนินงานเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ามีอิทธิพลต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยในภาพรวมระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความสามารถลดต้นทุนในการผลิต และทุนในการดำเนินกิจการ มีสินทรัพย์ ยอดขายและกำไรของบริษัทเพิ่มมากขึ้น สามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ และลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ได้รับการยอมรับจากลูกค้า ด้านชื่อเสียง ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และการดำเนินการ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด และธุรกิจประสบความสำเร็จในด้านการบริการทำให้ผลการดำเนินงานเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจในเมืองกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการต้องบริหาร ด้วยตัวเองให้มากที่สุด โดยมีนโยบายการจัดการที่ดี มีระบบที่มีมาตรฐานตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน และ ต้องมีการวางแผนระยะยาว

### ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ใน ประเทศไทย สามารถนำไปใช้ประโยชน์โดยสามารถสร้างความพึงพอใจทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

อีกทั้งปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และความสามารถทางการตลาด เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอข้อมูลลักษณะการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผู้ประกอบการได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด คิดเป็นร้อยละ 40 โดยผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นสามารถสรุป คือ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขาย และผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ต้องการให้รัฐสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความเสถียรภาพให้กับการเมืองไทย ดังนั้นผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งในขั้นตอนของกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ วัสดุที่ใช้ต้องได้มาตรฐาน โดยมีการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนถาวรและมีความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้กระบวนการผลิตที่ทันสมัยจนได้เฟอร์นิเจอร์ที่สามารถอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- อริสรา เกษกระโทก. (2549). ผลกระทบของกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขัน และผลประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย. สารนิพนธ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- Drucker, P.F. (1985). Innovation and Entrepreneurship : Practice and Principles. Harvard Business Review. Vol. 76. No. 6. pp. 149-157
- Ismail, M., Domil, A. and Isa, A. (2014). Managerial Competence, Relationship Quality and Competitive Advantage among SME Exporters. In Proceedings of The 5<sup>th</sup> Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business (IICIES 2013). Social and Behavioral Sciences. Vol. 115. pp. 138-146
- Kellezi, J. (2014). Trade shows: A Strategic Marketing Tool for Global Vompetition. In Proceedings of The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the Changed World (EBEEC 2013). Economics and Finance. Vol. 9. pp. 466-471
- Lages, L.F., and Montgomery, D.B. (2004). Export Performance as an Antecedent of Export Commitment and Marketing Strategy Adaptation. European Journal of Marketing. Vol. 38. pp. 1186-1214
- Meutia and Ismail, T. (2014). The Development of Entrepreneurial Social Competence and Business Network to Improve Competitive Advantage And Business Performance of Small Medium Sized Enterprises: A Case Study of Batik Industry In Indonesia. In Proceedings of the International Congress on Interdisciplinary Business and Social Science; 2012. Social and Behavioral Sciences. Vol. 65. pp. 46-51

Porter, M.E. (1990). **Competitive Advantage of Nations**. The Free Press, New York, NY.

Thipsri, N. and Ussahawanitchakit, P. (2008). Effect of Technology Capability on New Product Development and Export Performance : An Empirical Research of Exporting Cosmetics Business in Thailand. **International Journal of Strategic Management**. Vol. 8. No. 2. pp. 1-11