



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตัวแบบการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ของกลุ่มผู้ส่งออกมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา

อภิรดี เมืองเดช¹, เพ็ญศรี ปีกกะสินัง², สุชนาถ พัฒนวงศ์งาม³

¹สาขาวิชาเคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์

²สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์

³สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอตัวแบบการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจำนวน 69 คนด้วยวิธีการจับสลากจากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออก เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และวิเคราะห์ตัวแบบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า แนวทางการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทราได้รับอิทธิพลมาจาก 4 ปัจจัยได้แก่ 1) ด้านการจัดการโดยรวม 2) ด้านห่วงโซ่คุณค่า 3) ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป และ 4) ด้านคู่แข่ง เมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 4 ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 มีความสอดคล้องและมีความเหมาะสมกันอย่างมีนัยสำคัญตามสถิติ โดยมีความเชื่อถือได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 90 ทั้งนี้ตัวแปรห่วงโซ่คุณค่า และสภาพแวดล้อมทั่วไปมีความเชื่อถือได้สูงที่สุด และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในระดับที่เหมาะสม

คำสำคัญ : ตัวแบบ, มะม่วง, การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Business Excellence Model for Trading Development of Mango Fruit in Exporter Chachoengsao Province

Apiradee Mungdech¹, Pensri Pukkasinung², Suchanat Pattanvongngam³

¹Department of Chemistry, Faculty of Science and Technology Rajabhat Rajanagarindra University

²Department of Information Technology, Faculty of Science and Technology Rajabhat Rajanagarindra University

³Department of Management, Faculty of Management Science Rajabhat Rajanagarindra University

ABSTRACT

The objective of this research is to propose business excellence model for trading development of mango fruit in exporter Chachoengsao Province. The researcher collected the sample of 69 people with random sampling from a list of exporters. The research instrument was the questionnaire which had already passed the Validity and Reliability Test. The data were analyzed by confirmatory factor analysis to explore the influential factors, and the model was analyzed by the second order factor analysis.

The results were that the exporters in Chachoengsao were influenced by four factors: 1) holistic management, 2) value chain, 3) general environment, and 4) competitors. By the second order factor analysis, all of four factors were consistent with the statistical significance, and the confidence level was not less than 90%. The highest degrees of factors were value chain and general environment, and the weight of each factor was appropriate.

Keywords : Model, Mango fruit, The second order factor analysis



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

บทนำ

มะม่วงเป็นไม้ยืนต้นในตระกูล *Mangifera* ซึ่งเป็นไม้ผลเมืองร้อนในวงศ์ *Anacardiaceae* ชื่อวิทยาศาสตร์ : *Mangifera indica* มีถิ่นกำเนิดในอินเดียและเป็นผลไม้ประจำชาติของอินเดีย ปากีสถาน และฟิลิปปินส์ รวมทั้งบังกลาเทศด้วย และยังเป็นไม้ผลเขตร้อนที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะสามารถปลูกได้ทุกภาคของประเทศ ผลผลิตมะม่วงที่ได้ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศ บางส่วนส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ โดยประเทศไทยส่งออกมะม่วงเป็นอันดับ 3 รองจากฟิลิปปินส์ และเม็กซิโกซึ่งมูลค่าการส่งออกมะม่วงผลสดของไทยยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นลำดับจะเห็นได้จากในปี 2554 ส่งออกในรูปมะม่วงสด 41,463 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,027 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2553 ซึ่งมีการส่งออก 24,112 ตัน มูลค่า 695 ล้านบาท คิดเป็นผลกำไรขยายตัวถึงร้อยละ 47.77 (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2555) มีรูปแบบของการส่งออกทั้งส่งแบบผลสด แช่แข็ง และ แปรรูป พันธุ์ที่นิยมส่งออก คือ พันธุ์ที่รับประทานผลดิบ ได้แก่ เชี่ยวเสวย ฟ้าถัน รัต ทวายเดือนแก้ว ขายตึก โชคอนันต์ มั่นขุนศรี และพันธุ์ที่รับประทานสุก ได้แก่ น้ำดอกไม้เบอร์ 4 น้ำดอกไม้สีทอง อกร่อง และมหาชนก โดยจะเห็นได้ว่ามะม่วงจัดเป็นไม้ผลที่มีเกษตรกรขยายพื้นที่ปลูกมากที่สุดชนิดหนึ่ง และพื้นที่หลักที่ปลูกเพื่อ การส่งออกอยู่ที่ จังหวัด นครราชสีมา อุดรธานี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ พิษณุโลก พิจิตร และฉะเชิงเทรา เป็นต้น (กรมวิชาการเกษตร, 2556)

จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นแหล่งเพาะปลูกมะม่วงที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศเนื่องจาก ผลผลิตมะม่วงได้รับการยอมรับทางด้านรสชาติ และคุณภาพที่ได้มาตรฐาน และที่สำคัญมี

ความปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยในปี 2554 พื้นที่ปลูกมะม่วงของจังหวัดฉะเชิงเทรา มีทั้งสิ้น 41,248 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 35,447 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 639 กิโลกรัม ต่อไร่ ผลผลิตรวม 22,674 ตัน มีมูลค่าประมาณ 473.22 ล้านบาท จำนวนเกษตรกรที่ปลูกทั้งสิ้น 7,329 ราย การปลูกมะม่วงของจังหวัดฉะเชิงเทรา มีพื้นที่กระจายไปทุกอำเภอ สำหรับพื้นที่ผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่ อำเภอ บางคล้า ราชสาส์น แปลงยาว พนมสารคาม สนาบชัยเขต ท่าตะเกียบ และคลองเขื่อน มะม่วงที่มีชื่อเสียงของจังหวัดฉะเชิงเทรา ได้แก่ มะม่วง น้ำดอกไม้ และเขียวเสวย โดยเฉพาะมะม่วงที่ปลูกในอำเภอบางคล้า เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกมะม่วงเพื่อการส่งออก เนื่องจากมีคุณภาพดินที่มีความเหมาะสมเพราะเป็นดินเหนียวปนตะกอน มีธาตุอาหารสมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกมะม่วง (สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2554)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้วิเคราะห์องค์ประกอบ 4 ด้านตาม Diamond Model ของกลุ่มผู้ปลูกมะม่วงส่งเพื่อการค้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ชุมชนยังคงพบปัญหาด้านต่าง ๆ เช่น ประสิทธิภาพด้านคุณภาพทำให้ถูกกดราคา การขาดแคลนอุปกรณ์และเครื่องมือขาดการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา ซึ่งสถาบันการศึกษาเป็นแหล่งรวมขององค์ความรู้ในศาสตร์แขนงต่าง ๆ ที่จะสามารถนำไปบูรณาการสู่ทางแห่งการแก้ไขปัญหา อาทิเช่น ปัญหาการขาดแคลนอุปกรณ์เครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพเพื่อประเมินคุณภาพการเก็บรักษา การตรวจวิเคราะห์สารเคมีตกค้างซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ตลอดจนปัญหาการยืดอายุผลผลิตในภาวะผลิตผลล้นตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

และสังคมแห่งชาติ, 2549) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแบบการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเสนอตัวแบบการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ส่งออกมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 84 รายจากรายชื่อสมาชิกกลุ่มของเกษตรกร จังหวัดฉะเชิงเทรา ในปี พ.ศ. 2558

1.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทราบค่าจำนวนประชากรที่แน่นอนด้วยสูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967) ดังนี้

$$n = N / 1 + N (e)$$

เมื่อ N = จำนวนประชากรที่ทราบค่า

n = กลุ่มตัวอย่าง

e = นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อแทนค่าลงในสูตรจะได้ กลุ่มผู้ส่งออก จำนวน 69 ราย

1.3 การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายโดยการจับสลาก (Lottery) จากบัญชีรายชื่อผู้ส่งออก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจการค้ำมะม่วงของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งประยุกต์จากทฤษฎีของวิลเลิน

และฮังเกอร์ (Wheelen and Hunger, 2012) โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) เป็นข้อคำถามแบบปิด ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ได้แก่การจัดการโดยรวม (VRIO) ประกอบด้วย (1) คุณค่าของทรัพยากร (Value) (2) ทรัพยากรของธุรกิจเป็นสิ่งที่หาได้ยาก (Rare) (3) ความสามารถลอกเลียนแบบ (Imitability) และ (4) โครงสร้างองค์กร (Organize) และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (Primary Activity) ได้แก่ การส่งซื้อวัตถุดิบในการผลิต (Inbound) การดำเนินการผลิตสินค้า (Operation) การนำสินค้าออกจำหน่าย (Outbound) การตลาดและการขาย (Marketing & Sales) และการบริการ (Service) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ (Firm Infrastructure) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การจัดการเทคโนโลยี (Technology Development) และการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)

2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) เป็นข้อคำถามแบบปิด ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTEL) ได้แก่ (1) นโยบายภาครัฐ (Political) (2) สภาพเศรษฐกิจ (Economic) (3) สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Social) (4) เทคโนโลยี (Technology) (5) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และ (6) กฎหมาย (Legal) และการวิเคราะห์คู่แข่ง (Five Force Model) ประกอบด้วย (1) อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (Threat of New Entrants) (2) อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (The Bargaining



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Power of Suppliers) (3) อำนาจ การต่อรองของ ผู้ซื้อ (The Bargaining Power of Buyers) (4) อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่สามารถ ใช้ทดแทนได้ (The Threat of Substitute Products or Services) และ (5) ระดับการแข่งขัน ระหว่างธุรกิจเดิม (The Degree of Rivalry Among Existing Competitors)

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ สร้างขึ้นพร้อมแบบประเมินไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของ วัตถุประสงค์เนื้อหาและภาษาที่ใช้ หลังจากนั้น นำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหา ของคำถามแต่ละหัวข้อของแบบสอบถามให้ เหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามวิจัย

3.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ผ่านการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่ม ประชากรที่มีลักษณะ คล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นปริมาณการทดลองใช้อยู่ในระดับที่ ยอมรับได้ (Engel and Schutt, 2005)

3.3 นำแบบสอบถามฉบับร่างภายหลัง การนำไปทดลองใช้ (Try-Out) มาวิเคราะห์โดย นำคะแนนที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็น ข้อคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) หาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถาม ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (David and Sutton, 2011) ด้วยการใช้เครื่อง คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา ตามที่ Jump (1978) ได้เสนอแนะไว้สำหรับ

งานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) คือ ค่า α มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 จึงจะสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งการศึกษานี้ ได้ค่าความเที่ยงตรงทั้งฉบับเท่ากับ 0.92 และค่า ความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.975 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ น่าเชื่อถือสูง

3.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามผล การวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 จัดทำแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2 รวบรวมรายชื่อ ที่อยู่ ของกลุ่ม ผู้ส่งออกมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทราที่ได้จากการสุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 69 ราย

4.3 ติดต่อขอความอนุเคราะห์ตอบ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ส่งออก มะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทราผู้วิจัยติดต่อขอความ ร่วมมือเข้าสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม

4.4 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการ ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาเปลี่ยนแปลงเป็นรหัส ตัวเลข (Code) และบันทึกรหัสลงในเครื่อง คอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายบริบททั่วไปด้วย ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง

5.2 ใช้ สถิติ อ้างอิง (Inference Statistic) เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis; CFA) พร้อมทั้งหาความสัมพันธ์ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลด้วยการวิเคราะห์



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง (Secondary-Order Confirmatory Factor Analysis; S-CFA)

5.3 วิธีการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรเชิงพหุ (Multivariate Analysis) โดยมีเกณฑ์การประเมินความสอดคล้องของโมเดลดังต่อไปนี้ (ธานินทร์, 2557)

1) ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (Chi-square Probability Level: CMIN-p) จะต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์จะต้องมีค่า $p > .05$ จึงจะถือว่าตัวแบบมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square: CMIN/DF) การพิจารณาค่าไคสแควร์เพียงอย่างเดียวอาจยังไม่สมบูรณ์ ดังนั้นควรพิจารณาอัตราส่วนของค่าไคสแควร์ต่อค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) ควบคู่กันไปด้วย โดยพิจารณาจาก CMIN/DF จะต้องมีความน้อยกว่า 3 และหากค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าโมเดลนั้นมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชันความสอดคล้องระหว่างโมเดลต้นแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เกณฑ์การพิจารณาค่าดัชนี GFI จะต้องมีความมากกว่า 0.90 หากค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลนั้นมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

4) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เกณฑ์การพิจารณาจากค่าดัชนี RMSEA

จะต้องมีค่าต่ำกว่า 0.08 และหากค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าโมเดลนั้นมีความคลาดเคลื่อนน้อย และมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าประกอบด้วย 4 องค์ประกอบได้แก่ 1) ด้านการจัดการโดยรวม (VRIO) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Regression Weights) อยู่ระหว่าง 0.731-0.894 ประกอบตัวแปรเชิงสังเกต 3 ตัว คือ 1.1) คุณค่าของทรัพยากร (value) 1.2) ทรัพยากรของธุรกิจเป็นสิ่งที่หาได้ยาก (rare) 1.3) ความสามารถลอกเลียนแบบ (Imit) 2) ด้านห่วงโซ่คุณค่า (ValueChain) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.846 - 0.966 ประกอบตัวแปรเชิงสังเกต 2 ตัว คือ 2.1) กิจกรรมหลัก (primary) และ 2.2) กิจกรรมสนับสนุน (support) 3) ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTEL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.831 - 0.936 ประกอบตัวแปรเชิงสังเกต 3 ตัว คือ 3.1) นโยบายภาครัฐ (political) 3.2) สภาพเศรษฐกิจ (economic) และ 3.3) เทคโนโลยี (techno) และ 3.4) ด้านคู่แข่ง (FiveForce) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.877 - 0.958 ประกอบตัวแปรเชิงสังเกต 3 ตัว คือ 1) อุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาใหม่ (newen) 2) อำนาจการต่อรองของผู้ขาย (newsup) 3) อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (powbuy) และแต่ละองค์ประกอบมีความเชื่อมั่นในการวัด (R^2) อยู่ระหว่าง 0.534 ถึง 0.933 แสดงว่าองค์ประกอบย่อยทั้ง 11 ข้อ มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทราดังตารางที่ 1



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวชี้วัด		น้ำหนัก องค์ประกอบ	SE	t	R ²
value	<--- VRIO	0.731*	0.106	7.872	0.534
rare	<--- VRIO	0.881*	0.155	7.271	0.776
imit	<--- VRIO	0.894*	0.170	7.512	0.799
primary	<--- ValueChain	0.846*	0.091	11.733	0.716
support	<--- ValueChain	0.966*	0.085	11.257	0.933
political	<--- PESTEL	0.936*	0.071	14.806	0.876
economic	<--- PESTEL	0.911*	0.073	13.297	0.830
techno	<--- PESTEL	0.831*	0.085	10.360	0.691
newen	<--- FiveForce	0.958*	0.069	16.316	0.918
powsup	<--- FiveForce	0.884*	0.066	12.913	0.781
powbuy	<--- FiveForce	0.877*	0.071	12.590	0.769
Chi-square = 33.901, χ^2 /df= 1.059, df= 32, p = 0.376, GFI = 0.918, RMSEA = 0.030					

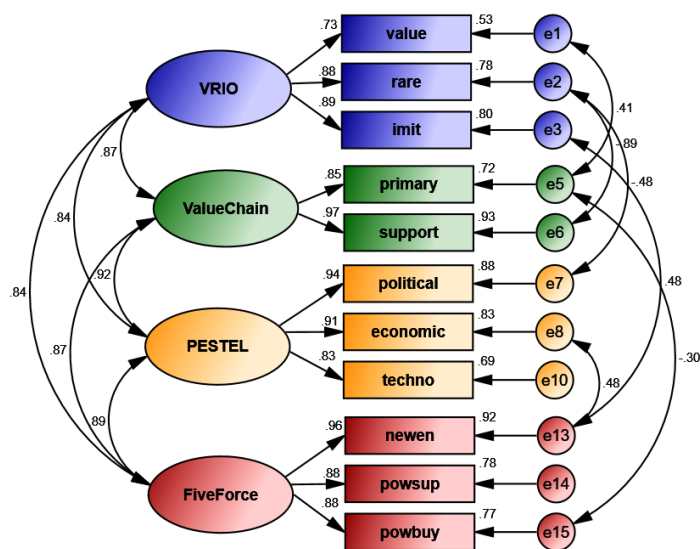
*p < .05

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการทดสอบพบว่า ตัวแบบนี้มีค่าไคสแควร์ (Chi-square) เท่ากับ 33.901 ที่องศาอิสระ (df) 32 ค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.376 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.059

ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.918 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.030 โดยค่าดัชนีทั้งหมดผ่านเกณฑ์การยอมรับได้ แสดงว่าตัวแบบนี้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังภาพที่ 1



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



Chi-square = 33.901 ,df=32, p=.376
CMIN/DF = 1.059, GFI = .918, RMSEA = .030

ภาพที่ 1 องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน อันดับสองของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการจัดการโดยรวม (VRIO) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.899 2) ด้านห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.956 3) ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTEL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.959 และ 4) ด้านคู่แข่ง (Five Force) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.920

และแต่ละองค์ประกอบมีความเชื่อมั่นในการวัด (R^2) อยู่ระหว่าง 0.808 ถึง 0.920 แสดงว่า องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา และยืนยันตัวแบบ การพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา ตามกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ดังตารางที่ 2



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวชี้วัด			น้ำหนัก องค์ประกอบ	SE	t	R ²
VRIO	<---	Exporter	0.899*	0.096	7.884	0.808
ValueChain	<---	Exporter	0.956*	0.176	7.221	0.914
PESTEL	<---	Exporter	0.959*	0.204	6.697	0.920
FiveForce	<---	Exporter	0.920*	0.218	6.652	0.846
Chi-square = 35.463, χ^2 /df= 1.043, df= 34, p = 0.399, GFI = 0.915, RMSEA = 0.025						

* p < .05

ผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการทดสอบพบว่าตัวแบบนี้มีค่าไคสแควร์ (Chi-square) เท่ากับ 35.463 ที่องศาอิสระ (df) 34 ค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.399 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.043 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง

(GFI) เท่ากับ 0.915 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.025 โดยค่าดัชนีทั้งหมดผ่านเกณฑ์การยอมรับได้ แสดงว่าตัวแบบนี้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 3 และ ภาพที่ 2

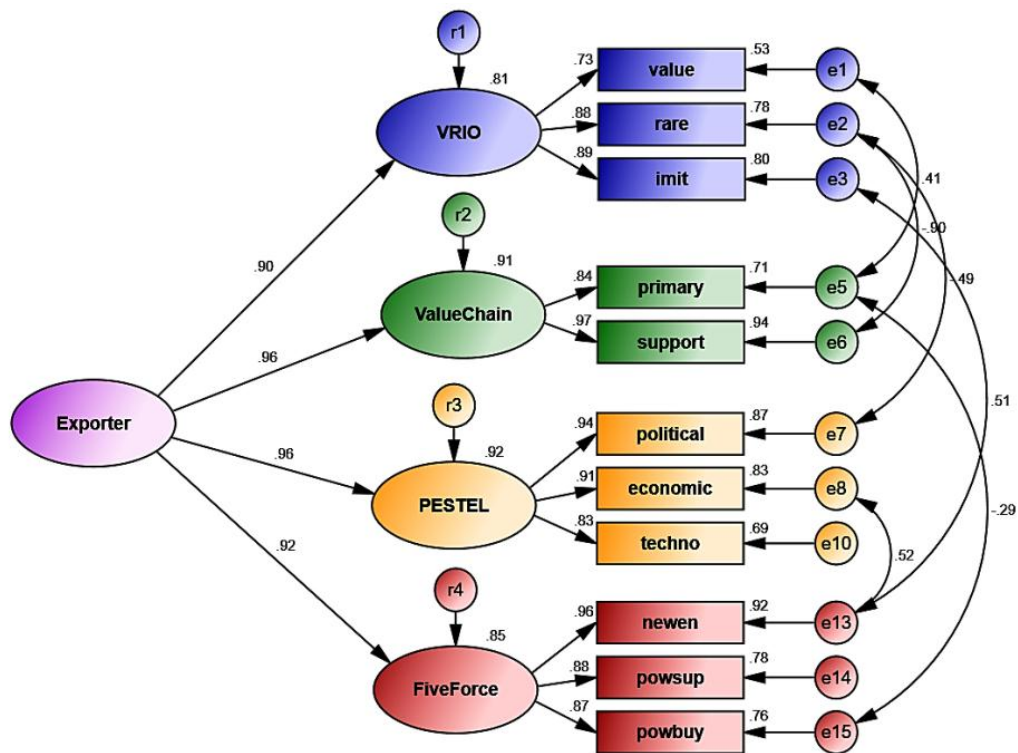
ตารางที่ 3 ดัชนีทดสอบประสิทธิภาพของตัวแบบวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการพัฒนาการค้ำมะม่วงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออก จังหวัดฉะเชิงเทรา

	ค่าดัชนี
Chi-square	35.463
p-value	0.399
Degree of freedom (df)	34
Relative Chi-square (χ^2/df)	1.043
Goodness of Fit Index: (GFI)	0.915
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	0.025

* p < .05



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1



Chi-square = 35.463 ,df=34, p=.399
CMIN/DF =1.043, GFI = .915, RMSEA = .025

ภาพที่ 2 องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของการพัฒนาการค้ำมั่งงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา

สรุปและอภิปรายผล

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการค้ำมั่งงสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจของกลุ่มผู้ส่งออกจังหวัดฉะเชิงเทรา สูงสุดเป็นอันดับ 1 ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไป (PESTEL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.959 รองลงมาคือ ด้านห่วงโซ่คุณค่า (ValueChain) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.956 ด้านคู่แข่ง (FiveForce) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.920 และด้านการจัดการโดยรวม (VRIO) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 0.899 ตามลำดับ

โดยปัจจัยที่กล่าวมานี้เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งสอดคล้องกับหลักการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ของ Bateman and Snell (2013) ที่กล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในภาคธุรกิจส่งออก เพราะจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maldifassi and Caorsi (2014) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจส่งออก ขนาดเล็ก และขนาดกลางในประเทศชิลี ผลการศึกษาพบว่า



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ปัจจัยที่สามารถทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างนวัตกรรมจากการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้สินค้าส่งออกมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ นอกจากนี้การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจส่งออกของประเทศชาติ จากงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการสร้างนวัตกรรม การวิจัยและพัฒนา และการประกันคุณภาพ ล้วนแล้วแต่เป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงการค้า (ธัมมะทินนา และคณะ, 2557) หากจะประยุกต์ใช้ในธุรกิจการส่งออกมะม่วงก็เปรียบได้กับการวิจัยและพัฒนาสายพันธุ์มะม่วงจนได้ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ แล้วจึงจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการผลิตและการส่งออก โดยเริ่มจากการรักษาคุณภาพของผลผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของตลาด สร้างแบรนด์และตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างคุณค่าแห่งตราสินค้า (Brand Equity) เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางการตลาด (Value Added) และสร้างอำนาจทางการแข่งขัน (Gilbert, et al.2014) ดังนั้นการปรับตัวเพื่อแสวงหาโอกาสของการอยู่รอดทางธุรกิจ จึงจำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพธุรกิจ ตั้งแต่การออกแบบสินค้า (Product Design) ไปจนถึงการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีทางการผลิต (Product Adaptation) (รัตนา สิทธิวัฒน์ และคณะ, 2557) โดยตัวแบบการส่งออกนี้ หากนำไปพัฒนาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ในระดับองค์กร เพื่อสร้างความภักดีในตราสินค้าและการรับรู้ทางการตลาด จะเป็นเครื่องมือทางการค้าที่ทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน (Sorensen and Madsen, 2012)

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการจัดทำตัวแบบซึ่งเป็นแผนธุรกิจในระยะยาว เพื่อให้ธุรกิจมีการเติบโตอย่างยั่งยืน การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงการจัดทำแผนธุรกิจในระยะสั้น และแผนธุรกิจในระยะกลาง เพื่อให้มองเห็นภาพแห่งความสำเร็จของธุรกิจในอนาคตโดยแผนธุรกิจในระยะสั้นและระยะกลางนี้จะ เป็นประโยชน์ในการสร้างความแตกต่างและป้องกันการลอกเลียนแบบแนวความคิดในการประกอบธุรกิจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจหากมีคู่แข่งเป็นจำนวนมากที่สามารถดำเนินกลยุทธ์ในลักษณะเดียวกัน และควรมีมาตรการการป้องกันการเลียนแบบกลยุทธ์ทางธุรกิจหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่อาจเกิดขึ้น และต้องศึกษาเพื่อหาจุดเด่นของธุรกิจที่มีแนวความคิดที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้ และขอบคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่มีส่วนร่วมให้โครงการวิจัยนี้สำเร็จโดยสมบูรณ์

References

- Bateman, T.S. and Snell, S.A. (2013). **Management: Leading & Collaborating in a Competitive World.** (9thed).New York:McGraw Hill Companies, Inc.
- David,M. and Sutton, C. D. (2011). **Social Research an Introduction.** (2nded). London: SAGE.



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Engel, R. J. and Schutt, R. K. (2005). **The Practice of Research in Social Work**. New York: SAGE.

Gilbert, R., Loxley, D., Tomley, S. and Walisiewicz, M. (2014). **The business book**. London: Dorling Kindersley Limited.

Jump, N. (1978). **Psychometric Theory**. (2nd ed). New York: McGraw Hill.

Maldifassi, O. J. and Caorsi, C.J. (2012). Export success Factors of Small- and Medium-Sized Firms in Chile. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 21(3), 450 – 469.

Sorensen, E.H. and Madsen, K.t. (2012). Strategic Orientations and Export Market Success of Manufacturing Firms, **International Marketing Review**, 29(4), 424 – 441.

Wheelen, T.L. and Hunger, J.D. (2012). **Strategic Management and Business Policy**. (13th ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.

Yamane, T. (1967). **Statistics, an Introductory Analysis**. (2nd Ed). New York: Harper and Row.