

วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Organizational Culture Affecting Success in International Business Management

MAB HOM¹, วิชากร เฮงษฎ์กุล² และมณีกัญญา นากามัทสึ³

Mab Hom¹, Vichakorn Hengsadekul² and Maneekanya Nagamatsu³

¹Graduate Student in Master of Business Administration, Southeast Asia University

^{2,3}Lecturer, Master of Business Administration Program, Southeast Asia University

Email: s6441410003@sau.ac.th

Received Aug 31, 2022 & Revise Oct 19, 2022 & Accepted Oct 21, 2022

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน (2) เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในด้านต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทกรณีศึกษา (3) การนำเสนอวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานของบริษัท ABC ที่ผลิตแป้งมันสำปะหลังส่งออกในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวสำหรับปัจจัยส่วนบุคคล 3 กลุ่มขึ้นไป และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการเปรียบเทียบ ความคิดเห็นของพนักงาน บริษัท ABC ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ระดับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$, S.D.=0.610) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X}=4.02$, S.D.=0.719) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ($\bar{X}=3.67$, S.D.=0.764) ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X}=3.56$, S.D.=0.804) ด้านการเงิน ($\bar{X}=3.47$, S.D.=0.738) ตามลำดับ

วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คือ ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ โดยพิจารณาจากค่า P-value = 0.000*, $\beta = 0.783$ ซึ่งส่งผลบวก ส่วนด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัวมีค่า

P-value = 0.207, β = -.109 และด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติมีค่า P-value = 0.522, β = 0.059 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

คำสำคัญ : วัฒนธรรมองค์กร ความสำเร็จ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจส่งออก

Abstract

This research aimed to study: (1) the personal factors that affects success in international business management; (2) the success in international business management; and (3) organizational culture that affects success in international business management. The research employs a quantitative method by using a close-ended questionnaire for survey research. Data was collected from 200 employees of ABC Company, which produces cassava starch for export in Nakhon Ratchasima province. The statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA, and multiple regression analysis.

The comparison results; ABC Company employee opinions with gender, age, status, education level Overall, no difference therefore reject the research hypothesis In terms of working time overall different therefore accept the research hypothesis.

The study's findings revealed that: (1) overall organizational culture affecting success in international business management was at a high level ($\bar{X}$ =3.68, S.D.=0.610), classified by aspect; customers ($\bar{X}$ =4.02, S.D.=0.719); learning and growth ($\bar{X}$ =3.67, S.D.=0.764); internal process ($\bar{X}$ =3.56, S.D.=0.804); and finance ($\bar{X}$ =3.47, S.D.=0.738) respectively.

An organizational culture that affects the success of international business management is a culture of success. Considering the P-value at .000*, β = 0.783 (Positive), adaptive culture at the P-value at .207, β = -.109, and family culture at the P-value at .522, β = 0.059 not statistically significant, which does not affect the success of international business management.

Keywords: Organizational Culture, Success, International Business Management, Export Business

บทนำ

องค์การเป็นเสมือนสิ่งมีชีวิต ที่มีลักษณะนิสัย และบุคลิกภาพเฉพาะแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์การ และไม่มีองค์การใดที่มีความเหมือนกันโดยสิ้นเชิง แม้ว่าจะเป็นองค์การที่ทำหน้าที่เหมือนกัน เช่น ธนาคาร โรงเรียน มหาวิทยาลัย โรงพยาบาล หรือแม้แต่องค์กรธุรกิจที่อยู่ในแนวเดียวกันก็ตาม ซึ่งลักษณะเฉพาะขององค์การเหล่านี้เรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร นั้นเอง และในทางการบริหาร การจัดการ เชื่อกันว่า วัฒนธรรมองค์กรที่ต่างกันย่อมจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลงานและความสำเร็จในการจัดการแตกต่างกัน ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กรจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริหารจัดการองค์การในระดับสูง วัฒนธรรม คือสิ่งที่ประกอบกันขึ้นของค่านิยม (value) ความเชื่อ (belief) ความเข้าใจ (understanding) และวิถีทางของความนึกถึง (ways of thinking) ซึ่งถูกนำมาใช้ร่วมกัน โดยสมาชิกขององค์การหนึ่ง ๆ และได้ถูกสอนหรือถ่ายทอดสืบต่อไปยังสมาชิกใหม่ให้รับเอาไปถือปฏิบัติ วัฒนธรรมองค์กร ไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร แต่สมาชิกสามารถรับรู้และได้รับทราบจากความรู้สึกของตนเองเป็นอย่างดีถึงความเป็นส่วนหนึ่งของมันที่มีต่อองค์การได้ สมาชิกทุกคนภายในองค์การ ได้มีส่วนร่วมกิจกรรมของวัฒนธรรมเหล่านี้ แต่อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว วัฒนธรรมได้ถูกดำเนินการอยู่ตลอดเวลาโดยไม่เป็นที่สังเกต ถ้าหากเพียงแต่เมื่อไรก็ตามที่องค์การพยายามที่จะประยุกต์ใช้กลยุทธ์ใหม่หรือวิถีทางที่แตกต่างไปจากการดำเนินงานปกติจากที่เคยเป็นมาของสมาชิกองค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหากแนวทางใหม่นี้ เป็นการต่อต้านบรรทัดฐานและค่านิยมที่เป็นวัฒนธรรมในระดับพื้นฐานดั้งเดิมขององค์การแล้ว เมื่อนั้นจะเผชิญหน้าระหว่างแนวทางในการดำเนินงานใหม่ดังกล่าวกับพลังแห่งวัฒนธรรมองค์กรเดิมก็จะเกิดขึ้น (Richard, 1998, p. 368)

วัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงค่านิยมความเชื่อและแบบแผนทางพฤติกรรมที่ยอมรับและปฏิบัติ โดยสมาชิกขององค์การและเป็นตัวกำหนดความประพฤติและพฤติกรรมในการทำงานของบุคคลในองค์กร วัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขององค์การจะช่วยหล่อหลอมให้บุคคลในองค์กรมีความภาคภูมิใจมีความฮึกเหิม กล้าคิด กล้าทำ รักและผูกพันในองค์การ เกิดจิตสำนึกแห่งการร่วมคิดร่วมทำเพื่อความก้าวหน้าของตนเอง กลุ่ม และองค์การความสำเร็จขององค์การอาจขึ้นอยู่กับความสามารถเข้าใจวัฒนธรรมขององค์การและเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็น เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมองค์กรทุกแห่งต่างมีวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรเองแต่จะมีค่านิยมของวัฒนธรรมองค์กรอยู่หลายอย่างวัฒนธรรมจะนำไปสู่กฎของพฤติกรรมที่กระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความสอดคล้องระหว่างพนักงานและองค์กรด้วย ดังนั้น วัฒนธรรมจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่กำหนดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและระดับความพอใจของพนักงาน ดังนั้น แก่นแท้ของการพัฒนางานองค์กรธุรกิจ จึงต้องดำเนินการโดยพัฒนาสายโซ่แห่งคุณค่าให้เกิดความสมบูรณ์ในการผลิต และการให้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง รวมทั้งพัฒนาภาวะผู้นำให้เป็นทั้งผู้ออกแบบครูผู้สอนและผู้ช่วยเหลือ ให้พลังสร้างสรรค์จากบุคคลสู่องค์กร มีระบบการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีม มุ่งเน้นการพัฒนาและให้มี

บรรยากาศเปิด และองค์กรทำงานเชิงรุก เพื่อนำไปสู่ความอยู่รอด ความเจริญก้าวหน้า และความได้เปรียบต่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน (ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555, หน้า 2)

ในส่วนของการจัดการธุรกิจต่าง ๆ ก็เช่นเดียวกัน ต้องอาศัยวัฒนธรรมองค์การมาช่วยส่งเสริมเพื่อที่จะบรรลุผลสำเร็จ และทำให้องค์การธุรกิจนั้น ๆ มีความก้าวหน้าเจริญรุ่งเรืองไป โดยเฉพาะในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีความหลากหลายทั้งภาษา วัฒนธรรม พฤติกรรม และสิ่งแวดล้อมทางสังคมมากมายที่มีความแตกต่างกัน ที่เป็นอุปสรรคต่อความสัมพันธ์ในการทำธุรกิจซึ่งกันและกัน เพราะฉะนั้นสิ่งแรกที่ต้องทำคือ ทำความเข้าใจวัฒนธรรมของเขาเพื่อให้การเจรจาสะดวกขึ้น ในปัจจุบันคนในประเทศต่าง ๆ ได้เปลี่ยนจากการดำเนินชีวิตอยู่แยกจากประเทศอื่นโดยการแบ่งของระยะห่าง ระยะเวลา ภาษา วัฒนธรรม หรือระบบการปกครองที่แตกต่าง โดยคนในยุคดิจิทัลได้เคลื่อนเข้าหากัน ทั้งทางกายภาพ ทางเทคโนโลยีทันสมัยมากขึ้น การเคลื่อนไหวของธุรกิจระหว่างประเทศเป็นไปอย่างเสรีและไร้พรมแดนมากขึ้น ทั้งการปรับปรุงเปลี่ยนของเทคโนโลยี พฤติกรรมผู้บริโภค และการที่รัฐบาลประเทศต่าง ๆ ลดกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ สิ่งเหล่านี้ได้ส่งเสริมให้ธุรกิจระหว่างประเทศมีความก้าวหน้าและเติบโตอย่างรวดเร็ว พร้อมกับมีความเสี่ยงมากขึ้นด้วยเช่นกันจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Udayasanhar, 2016)

ธุรกิจระหว่างประเทศทำให้ธุรกิจในประเทศหนึ่ง ๆ มีการขยายตัวของตลาดการค้า และมีการอำนวยความสะดวกของปัจจัยการผลิตให้กับธุรกิจของบริษัทภายในประเทศและบริษัทต่างประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจของประเทศนั้น ๆ เติบโตและมีรายได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่างการอำนวยความสะดวกการผลิต ได้แก่ การมีวัตถุดิบสมบูรณ์ มีแรงงานที่มีทักษะและความรู้ตามที่บริษัทต้องการ การจูงใจในด้านภาษีหรือการลงทุน หรือการที่บริษัทขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศ เป็นผู้รับเหมาช่วงผลิตวัตถุดิบหรือสินค้าให้กับบริษัทระดับโลก เป็นต้น (รชยา อินทนนท์, 2563, หน้า 11)

มันสำปะหลังเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในด้านความมั่นคงทางการเกษตร และอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น อาหารสัตว์ และอุตสาหกรรมพลังงาน ในทวีปแอฟริกา มันสำปะหลังมีความสำคัญในฐานะที่เป็นพืชอาหารหลักและมีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนชนบท รวมถึงสามารถทดแทนการนำเข้าพืชอาหารชนิดอื่น เช่น แป้งสาลีได้ สำหรับทวีปเอเชีย มันสำปะหลังมีความสำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหาร โดยเฉพาะอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ที่มีเป้าหมายให้ประชากรในประเทศบริโภค มันสำปะหลังเพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนการนำเข้าข้าว เนื่องจากทั้งสองประเทศนำเข้าข้าวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ภูมิภาคเอเชียยังมีความต้องการใช้มันสำปะหลังเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมเอทานอล อาหาร แป้ง และอาหารสัตว์ เป็นต้น สำหรับเอเชียใต้โดยเฉพาะอินเดีย มันสำปะหลังมีความสำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหาร และทวีปลาตินอเมริกามีนโยบายส่งเสริมการปลูกมันสำปะหลังเชิงพาณิชย์ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

การส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) มีมูลค่าการส่งออก 51,345.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วง เดียวกันของปี 2563 ร้อยละ 36.46 ซึ่งมี มูลค่าการส่งออก 37,628.08 ล้านบาท ตลาดส่งออกสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ และสหรัฐอเมริกา (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม, 2564)

ดังนั้นจากประเด็นของความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยจะศึกษาประเด็นที่ว่าเพราะเหตุใดวัฒนธรรมองค์การจึงเป็นปัจจัยที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสนับสนุน การปรับปรุง และมีการนำแนวคิดมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพตอบสนองต่อธุรกิจส่งออก รวมทั้งนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวัฒนธรรมองค์การ เพื่อให้พนักงานมีความเต็มใจความทุ่มเททั้งพลังกายและพลังใจ ในการสร้างผลสำเร็จให้ธุรกิจ ทำให้องค์กรสามารถหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหภายในองค์กร เพื่อให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจส่งออก อีกทั้งทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน
- 2 เพื่อศึกษาความระดับสำเร็จในด้านต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทกรณีศึกษา
- 3 การนำเสนอวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. วัฒนธรรมองค์การ

วัฒนธรรมองค์การเป็นวิธีปฏิบัติ ข้อบังคับอย่างหนึ่งที่ทำให้คนในองค์การร่วมมือร่วมใจกันพานำองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้นจากเดิมประกอบด้วยค่านิยมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อพนักงานในองค์การ พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานยิ่งกว่าเดิม หรืออาจเป็นสิ่งที่พนักงานคุ้นเคยและรู้ดีว่าเป็นสิ่งสำคัญที่มีอยู่ในบริษัท หน่วยงาน หรือองค์การทุกแห่ง แต่ละแห่งก็มีวัฒนธรรมองค์การของตัวเองแตกต่างกันออกไป เป็นสิ่งที่บริษัทแต่ละบริษัทขาดไม่ได้เพราะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้บริษัทเติบโต เป็นค่านิยม ทักษะคติ มาตรฐาน และ ความเชื่อที่ทุกคนในบริษัทมีร่วมกัน เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ และวิธีที่ทุกคนในบริษัททำงาน การสร้างวัฒนธรรมองค์การคือหัวใจสำหรับความสำเร็จขององค์การ

Onuoha (2013, p. 78) วัฒนธรรมองค์การเป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ระดับบุคคลและกลุ่ม มีการแบ่งปันและรักษาวัฒนธรรมองค์การที่ระดับกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่ดำเนินการโดยการอำนวยความสะดวกในการกระทำระดับบุคคลในการรับรู้ ในขณะที่กลุ่มมีความจำเป็นในการคิดค้นและรักษาวัฒนธรรมก็คือวัฒนธรรมสามารถดำเนินการโดยบุคคลเท่านั้น วัฒนธรรมองค์การ หมายถึง การแบ่งปันการรับรู้แนวทางปฏิบัติงานขององค์การภายในหน่วยงานองค์การที่อาจแตกต่างจากที่อื่น

Morgan (1986) วัฒนธรรมองค์การ เป็นแบบแผนของการพัฒนาการที่สะท้อนอยู่ในระบบของความรู้ทางสังคม อุดมการณ์ คุณค่า กฎที่ยึดปฏิบัติและแบบแผนประจำวัน มีส่วนในการกำหนดรูปแบบของลักษณะองค์การ รูปแบบของการจัดการ และเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตองค์การ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนในองค์การซึ่งมีลักษณะเฉพาะ มีแบบแผนแตกต่างกัน และมีความหมายที่สะท้อนถึงความเป็นจริงทางสังคมในองค์การหนึ่ง

Richard (1999, p. 183) กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมองค์การ คือ ค่านิยม สมมติฐาน ความเข้าใจและแนวคิดร่วมกันของสมาชิกขององค์การที่ยึดถือเป็นหลักการที่ต้องถือโดยมีการถ่ายทอดไปยังสมาชิกใหม่ขององค์การ โดยพื้นฐานแล้ววัฒนธรรมองค์การเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการทำงานขององค์การนั้น ๆ ซึ่งได้มีการค้นคิดหรือเรียนรู้โดยสมาชิกใหม่ขององค์การเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์การ

โดยสรุป จะเห็นได้ว่า วัฒนธรรมองค์การจะมีความหมายหลากหลายก็ตาม แต่ก็พบว่ามีลักษณะร่วมกันบางประการคือ หมายถึงระบบของค่านิยม ความเชื่อ ความเข้าใจ และบรรทัดฐานร่วมกัน ที่ผูกพันสมาชิกองค์การให้สามารถเข้าใจได้ตรงกันเพื่อใช้เป็นแนวทางการประพฤติ และปฏิบัติ

2. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

Charles (2014) ได้สรุปความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศโดยทั่วไป เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ในเชิงพาณิชย์ที่เกิดขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ ทรัพยากรและปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตและเกี่ยวข้องกับการดำเนินการข้ามพรมแดนของประเทศต่าง ๆ ด้วยคำจำกัดที่ค่อนข้างกว้างจึงต้องมีการทำความเข้าใจถึงประเภทและขอบเขตของธุรกิจระหว่างประเทศเพื่อให้เห็นถึงรายละเอียดและความหลากหลายของธุรกิจระหว่างประเทศ หากเราจำแนกธุรกิจระหว่างประเทศโดยพิจารณาถึงลักษณะของกิจกรรมเราสามารถแบ่งธุรกิจระหว่างประเทศได้เป็น 2 กลุ่มคือ การค้าระหว่างประเทศ และการลงทุนระหว่างประเทศ

ศักดิ์ดี ศิริภัทรโสภณ (2555, หน้า 160) การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (Global organization) หมายถึง การกำหนดรูปแบบของโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การประสานงาน การติดต่อสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานหรือธุรกรรม และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดขึ้น ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่เป็นตัวกำหนดโครงสร้างขององค์กรก็คือ การตัดสินใจระหว่างการจัดรวมศูนย์อำนาจกับการกระจายอำนาจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมระหว่างประเทศ วิธีการรวมศูนย์อำนาจ (Centralized approach) เป็นการที่สำนักงานใหญ่มีการใช้อำนาจหน้าที่ในการควบคุมทุกกิจกรรมของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ทั่วโลก ในขณะที่ วิธีการกระจายอำนาจ (Decentralized approach) เป็นการที่บริษัทได้มอบอำนาจการตัดสินใจให้แก่สำนักงานสาขาที่กระจายอยู่ทั่วโลก

สรุปได้ว่า ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึงธุรกิจต่าง ๆ ในภาคเอกชนและภาครัฐบาล ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในประเทศต่าง ๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการ รวมไปถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศขององค์การธุรกิจหรือองค์การภาครัฐที่กระทำข้ามเขตพรมแดนของประเทศตน โดยที่องค์การดังกล่าวอาจทำการผลิต หรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าหรือบริการของตนในต่างประเทศ องค์การธุรกิจและประเทศต่าง ๆ ต่างมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ครอบคลุมตั้งแต่ การผลิตสินค้า การให้บริการ เงินทุน เทคโนโลยี ทักษะความเชี่ยวชาญ และแรงงานระหว่างประเทศ

3. ธุรกิจส่งออก

รชยา อินทนนท์ (2563, หน้า 223) การส่งออก หมายถึง การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ การส่งออกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) และการส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) ซึ่งการส่งออกมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ หากมีการส่งออกเพิ่มขึ้นจะสนับสนุนให้ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้นและส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น

สมชนก ภาสกรจรัส (2013, หน้า 303) การส่งออกนับเป็นวิธีการทำธุรกิจระหว่างประเทศที่กระทำได้ง่ายที่สุด กิจกรรมไม่ว่าจะขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็สามารถทำการส่งออกได้ ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนมาก และมีความเสี่ยงน้อย การส่งออกนั้นแบ่งออกเป็นสามประเภทใหญ่ ๆ คือ การส่งออกทางตรง การส่งออกทางอ้อม และการส่งออกผ่านสาขาในต่างประเทศ ความแตกต่างของการส่งออกทางตรงและการส่งออกทางอ้อมอยู่ที่ว่าการส่งออกทางตรงนั้นจะส่งไปยังลูกค้าโดยตรงในประเทศเป้าหมายหรือใช้ตัวกลางที่อยู่ในประเทศเป้าหมายนั้น ในขณะที่การส่งออกทางอ้อมจะหมายถึงการส่งออกผ่านตัวกลางที่ช่วยเหลือในการส่งออกที่อยู่ในประเทศเดียวกับกิจการ (หรือประเทศแม่ตนเอง)

สรุปแล้ว การส่งออกนับเป็นขั้นแรกของธุรกิจที่จะเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และโดยทั่วไปจะเกิดขึ้นในกิจการขนาดกลางถึงขนาดเล็ก ทั้งนี้เพราะการส่งออกเป็นการที่กิจการเริ่มใช้ประโยชน์จากผู้บริโภคในตลาดโลกเท่านั้นแต่ยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากความได้เปรียบในด้านต่างๆ เช่น ต้นทุนการผลิต แหล่งวัตถุดิบหรือปัจจัยอื่นเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และศักยภาพทางการบริหารของกิจการ ดังนั้นการที่ประเทศไทยมีการเน้นเรื่องการค้าส่งออกเป็นอย่างมาก ทำให้ประชาชนจำนวนหนึ่งอาจเข้าใจผิดคิดว่าธุรกิจของไทยดำเนินการทางการค้าระหว่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ แต่โดยแท้จริงแล้วธุรกิจไทยจำนวนมากเพิ่งอยู่ในขั้นการส่งออกอันหมายถึงบันไดขั้นแรกเท่านั้น และหากไม่ก้าวต่อไปก็จะอยู่ในขั้นแรกไปเรื่อย ๆ เช่น ที่ผ่านมามากหลายสิบปี ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยในฐานะที่ตั้งรับธุรกิจจากประเทศอื่นเข้ามาลงทุนโดยตรง ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจจากประเทศอื่นไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นหรือกลุ่มประเทศทางยุโรปมีพัฒนาการที่สูงกว่าการส่งออกนั่นเอง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณได้ศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

2. กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด คือ พนักงานบริษัท ABC ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน เป็นการเก็บประชากร

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน

ตอนที่ 2 วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แบ่งเป็น 3 ด้าน 1. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบปรับตัว 2. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบมุ่งผลสำเร็จ 3. ด้านวัฒนธรรมองค์การแบบเครือข่าย (Daft, 2002)

ตอนที่ 3 ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน 1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Kaplan, 1996)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

4.1 ขอนหนังสือจากสำนักงานบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ถึงบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลังไปต่างประเทศ เพื่อประสานงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคลากรในบริษัทส่งออกแป้งมันสำปะหลัง

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นไปตามความจริง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเป็นผู้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเองทั้งหมด และการเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคม 2565 ได้แบบสอบถามจำนวน 200 ฉบับ มีการตอบกลับร้อยละ 100

4.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยวิเคราะห์สถานภาพทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ ระยะเวลาในการทำงาน ด้วยการแจกค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร อนึ่งการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวความคิดของ Best (1981, p. 182)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย วิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อหาความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาในการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ถึง 5 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ คือ Independent T-Test และ F-Test โดยใช้สูตรวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) สำหรับนัยสำคัญทางสถิติในการศึกษาค้นคว้านี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 และวิเคราะห์ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในสมมติฐานที่ 6 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนนี้ คือ (Multiple

regression analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มของพนักงานบริษัท ABC เป็นเพศชาย 115 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 อายุ 25 – 35 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 สถานภาพ โสด จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 58 ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ระยะเวลาในการทำงาน 1 – 5 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47

ตารางที่ 1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC แตกต่างกัน

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	t / F	ค่า Sig	ผลการทดสอบ	
					สมมติฐาน	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
1	เพศ	ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3.080	0.187		✓
2	อายุ	ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	1.101	0.350		✓

ตารางที่ 1 สรุปผลทดสอบสมมติฐานโดยการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC แตกต่างกัน (ต่อ)

สมมติฐาน	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	t / F	ค่า Sig	ผลการทดสอบ	
					สมมติฐาน	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
3	สถานภาพ	ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	0.210	0.811		✓
4	ระดับการศึกษา	ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	0.570	0.636		✓
5	ระยะเวลาในการทำงาน	ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	4.609	0.004*	✓	

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ระดับวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC ที่มี เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา โดยรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทชัยภูมิพีชผล จำกัด โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ 1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC โดยรวม และรายด้าน

ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านการเงิน	3.47	0.738	ปานกลาง
2. ด้านลูกค้า	4.02	0.719	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	3.56	0.804	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.67	0.764	มาก
รวมความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ	3.68	0.610	มาก

ตารางที่ 3 สรุปผลทดสอบวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC จำกัด

ปัจจัยวัฒนธรรมองค์การ	B	Std. Error	Beta	t	P-value
ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว (X_1)	-.109	0.086	-.124	-1.267	0.207
ด้านวัฒนธรรมแบบเครือข่าย (X_2)	0.059	0.092	0.069	0.641	0.522
ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_3)	0.783	0.151	0.820	5.188	0.000*
ค่าคงที่	0.995	0.161		6.164	0.000*
R = 0.778	$R^2 = 0.606$		F = 100.360		
SE _{est} = 0.386	$R^2_{adj} = 0.600$		a = 6.164		

*อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทางวัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ด้าน คือ ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ (X_3) P-value = 0.000* ซึ่งส่งผลบวก ส่วนด้านที่เหลือ คือ ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว (X_1) P-value = 0.207 และ

ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ (X_2) P-value = 0.522 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสร้างเป็นสมการในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{y} = 0.995 - 0.109 (X_1) + 0.059(X_2) + 0.783(X_3)**$$

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ไม่แตกต่างกัน ในส่วนระยะเวลาในการทำงาน โดยรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดลฤดี ปานดวง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โรงงานน้ำตาล ในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เจ้าหน้าที่ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์การทำงานแตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษา พบว่า ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก อภิปรายได้ว่า บริษัทต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาตามยุคสมัย มุ่งไปสู่ความสำเร็จ ทำให้บริษัทมีบรรยากาศเหมือนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน เพื่อความสำเร็จในองค์กร เช่น ความสำเร็จในด้านการเงิน มีวิธีติดต่อกับลูกค้า กระบวนการจัดการภายในองค์กร และมีการจัดการให้มีการเรียนรู้ต่าง ๆ ที่จะทำให้บริษัทมีการเติบโต เป็นต้น

จากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัท ABC ที่มี ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว และด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรินธร ลบแยม (2564) ได้ศึกษา อิทธิพลของกระบวนการจัดการและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดชลบุรี ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อม

ส่วนด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรฐวัฒน์ ศรีบุตร (2564) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลง และวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านวัฒนธรรมแบบปรับตัว ด้านวัฒนธรรมแบบมุ่งสำเร็จ ด้านวัฒนธรรมแบบเครือญาติ และด้านวัฒนธรรมแบบราชการ ซึ่งส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวายในจังหวัดอุดรธานี ทั้งนี้เนื่องจากการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาติดต่อความมุ่งมั่นที่ชัดเจนเพื่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การทำงานด้วยความเอาใจใส่เอื้ออาทรเพื่อนร่วมงานและลูกค้า และการทำงานอยู่ภายใต้โครงสร้างสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานไปใช้

1. จากผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท ABC ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกันกำหนดเป้าหมายและแนวทางเพื่อการปรับตัวขององค์กรในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพราะความสำเร็จในองค์กรต้องมีการทำงานเป็นทีมจึงจะสามารถพานำองค์กรไปสู่หนทางแห่งความสำเร็จได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับระบบแผนการทำงานอย่างชัดเจนเพื่อความสำเร็จในการจัดการทุกแผนก ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายการเงิน ฝ่ายการตลาดลูกค้า กระบวนการภายใน หรือการเรียนรู้และการเติบโตต้องมีการเอาใจใส่เช่นกัน เพราะล้วนเป็นฝ่ายที่จะทำให้องค์กรมีความสำเร็จโดยมีอาจขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานเพื่อสามารถพัฒนาตนเองที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากภายนอก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากขึ้นเพื่อที่สะดวกต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

2. จากผลการศึกษาความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับความสำเร็จในด้านการเงินลูกค้า กระบวนการภายใน การเรียนรู้และการเติบโต ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการความเสี่ยงทางการเงินเพื่อไม่ให้มีผลกระทบต่อองค์กรและบุคลากรขององค์กรในภายหลัง เพราะในด้านการเงินเปรียบเสมือนเส้นเลือดในองค์กรแต่ละองค์กร ถ้ามีกระบวนการจัดการได้ดีบุคลากรทุกฝ่ายในองค์กรย่อมมีจิตใจทำงานได้ดีโดยไม่จำเป็นต้องกังวลระวายเป็นต่อความเสี่ยงที่จำกระทบต่อบุคลากร ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าที่กำลังพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจด้วย เพราะการที่จะติดต่อกับลูกค้าเพื่อที่จะให้ได้เข้ามาเป็นลูกค้าของบริษัทของท่านได้ ท่านต้องมอบความไว้วางใจให้กับลูกค้าเป็นสิ่งแรกก่อน หรือพูดอีกอย่างหนึ่งว่าก่อนที่จะท่านจะขายสินค้าได้ท่านต้องขายตัวของท่านเองให้ได้ก่อนโดยการทำให้ลูกค้าไว้วางใจนั่นเอง ลูกค้าจึงจะยอมซื้อสินค้าของท่าน ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่พนักงานเป็นเสมือนรากฐานสำคัญขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีแรงจูงใจในการทำงานและความร่วมมือภายในองค์กร เพราะมีแต่การร่วมมือกันของบุคลากรในองค์กรเท่านั้นที่จะทำให้องค์กรมุ่งหน้าไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้และประสบความสำเร็จในภายภาคหน้าได้ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่สามารถนำความรู้มาใช้ได้ทันที เพราะในยุคนี้เป็นยุคเทคโนโลยีมีการแพร่หลายไปทุกแห่ง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือภาคเอกชนก็จำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน โดยเฉพาะในด้านธุรกิจระหว่างประเทศจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการติดต่อประสานงานกัน

3. จากผลการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรควรให้ความสำคัญในการร่วมมือกันกำหนดเป้าหมายและแนวทางเพื่อการปรับตัว

ขององค์การในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว เพราะความสำเร็จในองค์การต้องมีการทำงานเป็นทีมจึงจะสามารถพานำองค์การไปสู่หนทางแห่งความสำเร็จได้ และเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานเพื่อสามารถพัฒนาตนเองที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจากภายนอก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาพนักงานให้ได้รับความรู้และประสบการณ์มากขึ้นเพื่อที่สะดวกต่อการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยภายนอกและภายในขององค์การที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์การไปสู่ความสำเร็จ
2. นอกจากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีอื่น ๆ ด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็น และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
3. ควรพิจารณาและศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นปัญหาต่อความสำเร็จในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทิศทางขององค์การในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศให้บรรลุผลสำเร็จได้

เอกสารอ้างอิง

- จิรัฐวัฒน์ ศิริบุตร. (2564). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทเอกชนรุ่นเจนเนอร์เรชั่นวาย. กรุงเทพมหานคร: คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ เขต นครสวรรค์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, การจัดการทั่วไป. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.ลบบัณฑิต วิรินธร. (2564). อิทธิพลของกระบวนการจัดการและวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดชลบุรี. กรุงเทพมหานคร: คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รชยา อินทนนท์. (2563). ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูชั่น จำกัด (มหาชน).
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2555). การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- สมชนก ภาสกรจรัส. (2013). หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. (มิถุนายน 2564). ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง. เรียกใช้เมื่อ 2 เมษายน 2565 จาก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง:

https://www.ditp.go.th/contents_attach/740013/740013.pdf

Daft. R. L. (1998). Organization Theory & Design . New York : West Publishing Co., p. 138.

Daft. R. L. (1999). Leadership Theory and Practice. Forth Worth, TX: The Dryden Press.

Daft, R. L. (2002). The leadership experience. (2 nd ed.). Orlando, Fl: Hart court college Publishers.

Kaplan, R.S. and Norton, D.P. (1996). Using the balanced scorecard as a strategic management system, Harvard Business Review, p.74-75.

Onuoha, C. E., & Okebram, S. M. (2013). Internalization of Organizational Culture: A theoretical perspective. International Journal of Business Tourism and Applied Science, 1(2), 78.

Udayasanhar, K. (2016). International Business : Asia Global Edition. (2, Ed.) New York: McGraw-Hill.

Charles W.L. Hill. (2014). International Business: Competing in the Global Market Place (10 ed.). New York: McGraw-Hill Education.