



ความ

สัมพันธเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพล

ต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

กลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

ชญาณิศ ประทุมรัตน์^{1*}

สุชาติ ปรัชยานนท์²

บุรพร กำบุญ³

ทิพย์ลาวัลย์ แก้วนิล⁴

รับบทความ: 6 กุมภาพันธ์ 2568 แก้ไขบทความ: 26 กุมภาพันธ์ 2568 ตอรับบทความ: 28 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย 2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย และ 3) พัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ราย เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างโดยโปรแกรมลิสเรล

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือ การจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน แรงผลักดันทางธุรกิจ การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย ซึ่งค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล ผลการวิเคราะห์มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) 2) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย ได้แก่ เครือข่ายความร่วมมือ การจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน แรงผลักดันทางธุรกิจ การฝึกอบรมและพัฒนา และ 3) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการปรับโมเดล

คำสำคัญ: การจัดการ ความสามารถในการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออก ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

¹⁻⁴ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

* อีเมล: Chayanis.prathumrat@hotmail.com

Causal Relationship of Factors Affecting Competitiveness of Entrepreneurs Group Business of Import and Export in Thailand

Chayanis prathumrat ^{1*}

Suchart Prakthayanon ²

Buraporn Kumboon ³

Tiplawan Kaewnin ⁴

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study factors influencing the competitiveness of import and export businesses in Thailand, 2) to analyze the causal relationship between factors that directly and indirectly affect the competitiveness of import and export businesses in Thailand; and 3) To develop the causal relationship model of factors influencing the competitiveness of import and export business entrepreneur groups in Thailand. This research methodology was quantitative research the sample size was 420 operators, The data collection tool was questionnaire. The statistics used in this study were average percentage. Standard deviation and structural equation model analysis by Lisrel program

The research finding was found that 1) The causal relationship between factors influencing the competitiveness of import and export business operators in Thailand is cooperation network, operating environment management, business driving force, training and development. 2) cooperation network, operating environment management, business driving force, training and development have direct influence. Indirect influences and competitiveness of import and export businesses in Thailand. The model consistency index consists of empirical data (Model Fit). and 3) the causal relationship between factors influencing the competitiveness of import and export businesses in Thailand.

Keywords: Management, Competitiveness, Import and Export Business, Causal Relationship

¹⁻⁴ Bangkokthonburi University

* Email: Chayanis.prathumrat@hotmail.com

บทนำ

ธุรกิจนำเข้าและส่งออกมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีมูลค่าเพิ่ม มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลากหลาย เช่น ภาควัตถุศาสตร์ วัสดุ วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมประเทศไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ในการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ “มุ่งสู่ อุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาที่เชื่อมโยงกับ เศรษฐกิจโลก” ยังเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้สูงภายในปี 2579 (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2567)

กลุ่มบริษัทนำเข้าและส่งออก เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีช่วยดึงดูดผู้คนให้สนใจการทำธุรกิจการนำเข้าสินค้า-ส่งออกสินค้ามากขึ้น ซึ่งไม่ได้มีเพียงผู้ที่มีเงินลงทุนรายใหญ่เท่านั้น แต่ยังมี SMEs จำนวนมากที่กำลังเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ อย่างไรก็ตาม การมีตัวช่วยเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงไม่ได้หมายความว่าสร้างผลกำไรจะง่ายขึ้น มีบริษัทนำเข้า-ส่งออกจำนวนมากเช่นกันที่ล้มละลายเพราะไม่ได้โฟกัสเทรนด์ของตลาด ประเด็นทางการเมืองระหว่างประเทศ รวมถึงการเลือกกระบวนการ โลจิสติกส์ที่เหมาะสมในการนำเข้า-ส่งออกสินค้า สิ่งที่ธุรกิจนำเข้าและส่งออก ควรให้ความสำคัญทำความเข้าใจและกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดแม้การนำเข้าสินค้า-ส่งออกสินค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทาง e-Commerce เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกธุรกิจแต่การทำความเข้าใจและกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือว่าเป็นเป้าหมายที่ใหญ่เช่นกัน เพราะในความเป็นจริงธุรกิจส่วนมากไม่สามารถทำการค้าขายให้กับทุกประเทศบนโลกนี้ได้ จึงเป็นเหตุผลที่ธุรกิจต้องศึกษาและเจาะลึกถึงกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาว่าสินค้าใดกำลังเป็นที่นิยมมากที่สุดในกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ตัดสินใจถึงความเป็นไปได้และคิดถึงผลกำไรในการทำธุรกิจที่ประเทศเหล่านั้น อาจเริ่มจากประเมินตลาดทั่วโลก ทำความเข้าใจผู้บริโภครวมถึงข้อมูลประชากร และกำหนดภูมิภาคที่กำลังจะดำเนินการส่งสินค้าไปขาย แต่การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเพียงอย่างเดียวก็ไม่ได้รับประกันความสำเร็จ ธุรกิจยังต้องสำรวจว่ากลยุทธ์ที่ทำงานได้ดีที่สุดในแต่ละตลาด พิจารณาเทรนด์การซื้อทำความเข้าใจเพื่อตอบสนองแต่ละพื้นที่ที่มีการตอบสนองต่อเทคนิคที่แตกต่างกัน การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นเหตุผลว่าทำไมการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้มาตรฐานและเหมาะสมที่สุดมาใช้งานจึงมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการทำธุรกิจนำเข้าและส่งออก การใช้ระบบบริหารจัดการ การใช้ระบบการจัดการสินค้าคงคลัง ระบบการจัดการคำสั่งซื้อ ระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูล และระบบบริการลูกค้า รวมทั้งควรเชื่อมต่อระบบทั้งหมดเข้าด้วยกันเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างราบรื่น ประเทศไทยอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตของตลาดสูงเป็นอันดับต้นๆ ของโลก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของแบรนด์ใหญ่ๆ ทั้งยังมีทรัพยากรมากมายรองรับผู้ประกอบการในท้องถิ่น พบกับโลกของการประกอบธุรกิจและขนส่งสินค้าในกลุ่มประเทศ

อาเซียน ซึ่งมีโอกาส ความท้าทาย และตัวช่วยบริการการนำเข้าสินค้า-ส่งออกที่จะคอยสนับสนุนการประกอบธุรกิจ (มนต์สินี สุปินะ, 2567)

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าสินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสินค้า และผู้ประกอบการที่ให้บริการในการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ซึ่งสามารถวัดความสำเร็จได้ด้วย 2 องค์ประกอบหลัก คือ ผลการดำเนินการด้านการเงิน และผลการดำเนินการที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (วิมลณัฐ เกิดเจริญ, เป็ญจวรรณ ถีเจริญ และเตือนใจ แสงทอง (2567) นอกจากนี้ปัจจัยเชิงสาเหตุหลักที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกสินค้าระหว่างประเทศในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ การยอมรับเทคโนโลยี สมรรถนะเชิงนวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การที่เน้นการสร้างนวัตกรรมและกระบวนการเชิงกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนองค์การ ผ่านสมรรถนะเชิงนวัตกรรมของบุคลากร ในองค์การเพื่อการสร้างสรรคงานนวัตกรรมสู่ผลผลิตขององค์การที่เป็นเลิศ

ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1: เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน
2. สมมติฐานที่ 2: เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน
3. สมมติฐานที่ 3: แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน
4. สมมติฐานที่ 4: แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน
5. สมมติฐานที่ 5: การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

6. สมมติฐานที่ 6: การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงาน

7. สมมติฐานที่ 7: การจัดการสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนการค้า จำนวนทั้งสิ้น 1,795 บริษัท ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจนของ (Hair, et al, 2010) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 420 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบตามสะดวก

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับเครือข่ายความร่วมมือ ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นแรงผลักดันทางธุรกิจ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการฝึกอบรมและพัฒนา ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงาน และส่วนที่ 5 แบบสอบถามข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน

3. การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง ของแบบสอบถามด้วยค่า IOC ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ และอาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จำนวน 5 ท่าน ค่า IOC เท่ากับ 0.81 หลังจากนั้นไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่น ที่คำนวณได้มีค่า 0.95

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย จำนวน 420 แห่ง ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม LISREL โดยการใช้เทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) เพื่อยืนยันข้อมูลวิเคราะห์ผลโมเดลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณในการสำรวจและสถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรม LISREL for Windows Version 8.54

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจากตัวอย่าง จำนวน 420 ราย พบว่าเป็นแหล่งของกลุ่มลูกค้าหลักธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศ จำนวน 305 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.62 และต่างประเทศ จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.38 โดยส่วนใหญ่ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 5-10 ปี จำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.43 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.33 ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.71 และระยะเวลาการประกอบธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.52 ตามลำดับ แหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจนำเข้าและส่งออก แหล่งเงินทุนสูงสุด คือ เงินส่วนตัว จำนวน 217 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.67 รองลงมา คือ กู้ธนาคาร จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.10 และกู้ยืมครอบครัวหรือญาติ จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.71 และนอกระบบ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.52 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ ส่วนใหญ่ขายออนไลน์ จำนวน 187 ราย คิดเป็น ร้อยละ 44.52 รองลงมาหน่วยงานราชการ จำนวน 75 ราย คิดเป็น ร้อยละ 17.86 รองลงมาจำหน่ายที่บ้านตัวเอง จำนวน 65 ราย คิดเป็น ร้อยละ 15.48 ตลาดต่างประเทศ จำนวน 49 ราย คิดเป็น ร้อยละ 11.67 จำหน่ายงานแฟร์/ออกบูธ/งานกาชาด จำนวน 25 ราย คิดเป็น ร้อยละ 5.97 และจำหน่ายงานตลาดนัด/ตลาดน้ำจำนวน 19 ราย คิดเป็น ร้อยละ 4.52

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตของปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ประเทศไทย พบว่า ปัจจัยเครือข่าย ปัจจัยนวัตกรรม ปัจจัยบทบาทภาครัฐ และปัจจัยองค์ความรู้ ปัจจัยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ปัจจัยกลยุทธ์ โครงสร้างและการแข่งขัน ปัจจัยการคุกคามจากผู้เข้ามาใหม่ ปัจจัยการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ปัจจัยอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ปัจจัยลูกค้า ปัจจัยการเงิน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.130 – 1,000 ส่วนปัจจัยการดำเนินงาน ปัจจัยเงื่อนไขความต้องการตลาด ปัจจัยคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน ปัจจัยอำนาจการต่อรองผู้ขายวัตถุดิบ ปัจจัยการเรียนรู้และการเติบโต และปัจจัยกระบวนการภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กันทางสถิติ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.011 ถึง 0.090 และมีค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ระหว่าง 2.67 ถึง 3.73 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.57 ถึง 0.97

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายนอกและแฝงภายใน 5 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ (CON) ปัจจัยสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (OPE) ปัจจัยแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (FIF) ปัจจัยการฝึกอบรมและการพัฒนา (R&D) และปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน (COP) โดยมีผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์พบว่าทุกตัวแปร พยากรณ์ในทุกเส้นทางได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อพิจารณาในแต่ละตัวแปรพบว่า 1) ด้านบทบาทภาครัฐ (CON3) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 0.87 ในเครือข่ายความร่วมมือ (CON.) 2) อำนาจการต่อรองลูกค้า (FIF3) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 0.85 ในแรงผลักดันทางธุรกิจ (FIF.) 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (RD3) มีค่าน้ำหนักมากที่สุดในการฝึกอบรมและการพัฒนา (RD.) 4) เงื่อนไขความต้องการตลาด (OPE2) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 0.88 ในการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (OPE.) 5) ด้านลูกค้า (COP1) มีค่าน้ำหนักมากที่สุดในการความสามารถในการแข่งขัน COP

จากตาราง ค่าความสอดคล้องของโมเดลได้แก่ Chi-Square = 390.91 df=179, p-value = 0.0000, RMSEA = 0.053 โดยพบว่า โมเดลยังต้องทำการปรับปรุงโมเดลต่อไป หลังปรับโมเดลแล้ว ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 282.77 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 176 ค่าสัดส่วนไค-สแควร์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.606 (เกณฑ์ที่กำหนด < 5) ผลผ่านเกณฑ์ ค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณ ค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.003 (เกณฑ์ที่กำหนด < 0.07) ผลผ่านเกณฑ์, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.957 (เกณฑ์ที่กำหนด > 0.90) ผลผ่านเกณฑ์, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.958 (เกณฑ์ที่กำหนด > 0.95) ผลผ่านเกณฑ์, ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.046 (เกณฑ์ที่กำหนด > 0.08) ผลผ่านเกณฑ์, ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.963 (เกณฑ์ที่กำหนด > 0.95) ผลผ่านเกณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลสมการโครงสร้างรูปแบบความสามารถในการแข่งขันเชิงสมมติฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า 1) เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (0.03) 2) เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน 0.039 3) แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน(0.07) 4) แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (0.045) 5) การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (0.04) 6) การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (0.09) และ 7) การจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน (0.150)

จากข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงการว่าลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์แบบเส้น (Linear) เชิงบวก ปัจจัยทั้ง 5 ปัจจัย จึงเป็นไปตามข้อตกลง

จากการสรุปในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่ารูปแบบความสามารถในทางการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทยเกิดขึ้นได้จากทั้ง 5 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีค่าเชิงบวก คือ ปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ (CON) ซึ่งส่งผลทางตรงต่อปัจจัยสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (OPE) ซึ่งส่งผลทางอ้อม และปัจจัยแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (FIF) ซึ่งส่งผลทางอ้อมต่อรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก จึงทำให้เกิดโมเดลและองค์ความรู้ใหม่ของรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

4. การตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแปร เพื่อตรวจสอบถูกต้องครอบคลุมเชิงวิชาการที่เหมาะสมกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทย

จากข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงการว่า ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดในโมเดลเป็นความสัมพันธ์แบบเส้น (Linear) เชิงบวก ปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย จึงเป็นไปตามข้อตกลงจากการวิเคราะห์ พบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของโมเดลแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัย ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทั้งทางตรงและทางอ้อม และมีค่าเชิงบวก คือ ปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ (CON) ซึ่งส่งผลทางตรง ปัจจัยสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (OPE) ซึ่งส่งผลทางอ้อม และปัจจัยแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (FIF) ซึ่งส่งผลทางอ้อมต่อรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก จึงทำให้เกิดโมเดล และองค์ความรู้ใหม่ของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออกประเทศไทย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
3. แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับสมมติฐาน
4. แรงผลักดันทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
5. การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับสมมติฐาน
6. การฝึกอบรมและพัฒนา มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันผ่านการจัดการสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน	ยอมรับสมมติฐาน
7. การจัดการสถานะแวดล้อมการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

1. ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ประเทศไทย

ด้านเครือข่าย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ และกับผู้ซื้อ ผู้ขายสินค้าในปัจจุบันอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญทวรรณ วิงวอน (2556) Mukhamad Najib, Farida Ratna Dewi & Hardiana Widtyastuti (2014)

ด้านนวัตกรรม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้า และการบรรจุหีบห่อ รวมไปถึงกระบวนการขนส่งและการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญทวรรณ วิงวอน (2557) Mukhamad Najib, Farida Ratna Dewi & Hardiana Widtyastuti (2014)

ด้านบทบาทภาครัฐ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีภาครัฐช่วยเหลือสนับสนุนการฝึกอบรม ความรู้ในด้านต่าง ๆ สำหรับทำธุรกิจ มีการส่งเสริมทางการตลาด ให้ความรู้ด้านกฎหมาย และนโยบาย พร้อมทั้งสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553) มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550)

ด้านองค์ความรู้ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีความรู้ในการจัดหาวัตถุดิบในการผลิต สามารถจัดเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต

ด้านการดำเนินงาน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐาน โดยกลุ่มมี โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎี และงานวิจัยของ อนัญญา จำปาทอง (2560) Rene Kemp & Jens Horbach (2008) Porter, Michael E. (1990) ญัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2561) และจีรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553)

เงื่อนไขความต้องการของตลาด มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก สามารถคาดการณ์ ได้เล็กน้อยว่าลูกค้าต้องการสินค้าแบบใดในอนาคต และกลุ่มสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Rene Kemp & Jens Horbach (2008) Porter, Michael E. (1990) ญัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2561), จีรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553)

ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีอุตสาหกรรมหรือผู้ค้าสามารถผลิตวัตถุดิบป้อนให้กับกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในพื้นที่ และกลุ่มยังมีการช่วยเหลือกันและกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Rene Kemp & Jens Horbach (2008) Porter, Michael E. (1990) ญัฐพันธ์ เขจรนันท์ (2561) และจีรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553)

กลยุทธ์ โครงสร้าง การแข่งขัน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ยังมีการพัฒนาทักษะของตนเองน้อย และยังมีระบบการดำเนินงานขององค์กรที่ยังไม่เป็นระบบ แล้วยังไม่มีการกำหนดเป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Rene Kemp & Jens Horbach (2008) Porter, Michael E (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์, (2561) จีรวัฒน์ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553)

การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนำเข้าและส่งออก การคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ในธุรกิจยังเกิดขึ้นน้อย สอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Porter, Michael E. (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์ (2561)

การแข่งขันระหว่างธุรกิจ มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าในการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่มี อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันของกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกนั้นยังมีการแข่งขันกันไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Porter, Michael E. (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์ (2561)

อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อหรือกลุ่มลูกค้าของธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีอำนาจการ ต่อรองในการซื้อสินค้ากับกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจากแบบจำลองพลังผลักดันของธุรกิจ 5 ประการ (Five Force Model) ของ Porter, Michael E. (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์ (2561)

การคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าการคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทนจากเจ้าของรายอื่นหรือสินค้าชนิดอื่นนั้นยังมีไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจากแบบจำลองแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (Five Force Model) ของ Porter, Michael E. (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์ (2561)

อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจการต่อรองกับกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ผู้ขายวัตถุดิบให้กับธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีจำนวนน้อยรายจึงทำให้ไม่มีโอกาสต่อรอง และกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ไม่มีวัตถุดิบทดแทนได้จึงทำให้ผู้ขายวัตถุดิบมีความได้เปรียบในการต่อรอง และไม่สามารถเปลี่ยนไปซื้อวัตถุดิบกับผู้จำหน่ายอื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดจากแบบจำลองพลังผลักดันของธุรกิจ 5 ประการ (Five Force Model) ของ Porter, Michael E. (1990) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์ (2561)

ด้านลูกค้า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการรักษฐานของลูกค้าไว้ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีลูกค้าที่จงรักภักดีต่อสินค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถรักษฐานลูกค้าไว้ได้ และมีลูกค้าอยู่ในเขตพื้นที่ภายในจังหวัดและหลายจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีและงานวิจัยของ Kaplan & Norton (1996) ฌ็อง-ฌัก เฮอร์มันน์, (2561) จีรวัฒน์ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2553)

ด้านการเงิน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่ากลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการเงินหมุนเวียนในการทำธุรกิจไม่มาก ส่วนใหญ่จะมีแหล่งเงินทุนภายในพื้นที่ไว้กู้ยืมเงิน และธุรกิจมีการใช้เงินลงทุนผลิตสินค้าได้ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ Kaplan & Norton (1996) ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันท์, (2561)

ปัจจัยการเรียนรู้และการเติบโต มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ด้านการเรียนรู้และการเติบโตของธุรกิจนำเข้าและส่งออก นั้น ธุรกิจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาจำหน่าย และมีการปรับปรุงระบบการผลิตให้รวดเร็วกว่าเดิม และสามารถผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้าได้ สามารถสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้เล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ Kaplan & Norton (1996) ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันท์, (2561)

ด้านกระบวนการภายใน มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีกระบวนการการบริหารบุคลากรที่เหมาะสมกับธุรกิจ และมีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ และมีวิธีการขนส่งสินค้าที่เหมาะสม และมีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ Kaplan & Norton (1996) ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันท์, (2561)

ด้านการส่งออก มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าธุรกิจนำเข้าและส่งออก มีการดำเนินการด้านการส่งออกโดยหน่วยงานของรัฐช่วยประสานงานด้านการส่งออก มีการส่งออกทางอ้อมโดยการขายให้พ่อค้าคนกลาง และมีการส่งออกทางตรงโดยการส่งสินค้าไปสู่ลูกค้าในต่างประเทศโดยตรง กลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ ฌ็อง-ฌัก เซอร์นันท์ (2561) และ Amik Garg, and S.G. Deshmukh. (2006)

2. ข้อมูลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกประเทศไทย

2.1 ปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.370, 0.413, 0.430, 0.348 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าไค-สแควร์เท่ากับ 0.64, P-Value เท่ากับ 0.424, GFI เท่ากับ 0.999, AGFI เท่ากับ 0.993, RMR เท่ากับ 0.002 และ RMSEA เท่ากับ 0.000 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ (Cooperation Networks) สามารถสร้างความเชื่อมโยงกันระหว่างบุคคล และองค์กร โดยการแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรระหว่างกันเพื่อขยายไปสู่การดำเนินงาน และเกิดประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ พร้อมทั้งสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้ เครือข่ายความร่วมมือมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถเพิ่มศักยภาพของธุรกิจในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

2.2 ปัจจัยสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.102, 0.049, 0.647, 0.345 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าไค-สแควร์เท่ากับ 1.24, P-Value เท่ากับ 0.538, GFI เท่ากับ 0.999, AGFI เท่ากับ

0.994, RMR เท่ากับ 0.015 และ RMSEA เท่ากับ 0.000 ทั้งนี้อาจ เนื่องจากปัจจัยสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานเป็นการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจตามตัวแบบของ Diamond Model ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และเป็นแนวทางการสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยการประกอบธุรกิจจะต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยการดำเนินงานปัจจัยเงื่อนไขด้าน ความต้องการของตลาด ปัจจัยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน และปัจจัยกลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน ซึ่งทำให้การดำเนินงานของธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน และสามารถทำให้การดำเนินงานของธุรกิจมีศักยภาพในการดำเนินงานให้ยั่งยืนต่อไป

2.3 ปัจจัยแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.431, 0.328, 0.405, 0.044, 0.244 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าไค-สแคว์เท่ากับ 4.21, P-Value เท่ากับ 0.519, GFI เท่ากับ 0.999, AGFI เท่ากับ 0.993, RMR เท่ากับ 0.022 และ RMSEA เท่ากับ 0.000 ทั้งนี้อาจเนื่องจากปัจจัยแรงผลักดันของธุรกิจ 5 ประการ เป็นการวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การแข่งขันขององค์กรธุรกิจตามแบบ Five Force Model ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ และเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ โดยต้องพิจารณาถึง 5 ปัจจัยด้วยกัน เช่น ปัจจัยการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่ ปัจจัยการแข่งขันระหว่างธุรกิจ ปัจจัยอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ ปัจจัยการคุกคามของสินค้าทดแทน และปัจจัยอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

2.4 ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.156, 0.503, 0.201, 0.093, 0.037 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า มีความสอดคล้องกัน โดยมีค่าไค-สแคว์เท่ากับ 1.68, P-Value เท่ากับ 0.891, GFI เท่ากับ 0.999, AGFI เท่ากับ 0.996, RMR เท่ากับ 0.015 และ RMSEA เท่ากับ 0.990 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่จะวัดความสำเร็จของการบริหารธุรกิจให้มีผลกำไรและมีความยั่งยืนทางธุรกิจนั้น จะวัดได้จากมุมมองทั้ง 4 มุมมองของตัวแบบ (Balanced Scorecard) ซึ่งพิจารณาจากมุมมองของ ลูกค้า มุมมองของการเงิน มุมมองของการเรียนรู้/การเติบโต มุมมองของกระบวนการ และปัจจัยด้านการส่งออก (Exporting) ซึ่งการส่งออกเป็นวิธีการพื้นฐานที่สุดในการดำเนินงานระหว่างประเทศ และเป็นวิธีที่มีความเสี่ยงน้อย เพราะเพียงจัดส่งสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศซึ่งแบ่งได้ 2 วิธี คือ การส่งออกทางอ้อม และการส่งออกทางตรง ทั้งนี้การส่งออกเป็นกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศให้สามารถบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ตามเป้าหมาย

3. ข้อมูลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของและปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก

3.1 ปัจจัยเครือข่ายความร่วมมือ (CON) ซึ่งส่งผลทางตรงในทิศทางบวกเท่ากับ (0.71) ต่อรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถ

ในการแข่งขันและการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ โดยมีปัจจัยดังนี้ ปัจจัยเครือข่าย ปัจจัยนวัตกรรม ปัจจัยบทบาทภาครัฐ และปัจจัยองค์ความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญวรรณ วิงวอน (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยเครือข่ายสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้

3.2 ปัจจัยสถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน (OPE) ซึ่งส่งผลทางอ้อมในทิศทางบวก เท่ากับ (0.68) ต่อรูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์สถานะแวดล้อมในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ Porter, Michael E. (1990) และณัฐพันธ์ เจริญนนท์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า แบบจำลองแห่งความได้เปรียบแห่งชาติ (Diamond Model) สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้

3.3 ปัจจัยแรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (FIF) ซึ่งส่งผลทางอ้อม ในทิศทางบวก เท่ากับ (0.30) ซึ่งส่งผลทางอ้อม ในทิศทางบวกเท่ากับ (0.68) ต่อรูปแบบความสามารถในการแข่งขัน OTOP ประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์แรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการขององค์การธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter, Michael E. (1990) และณัฐพันธ์ เจริญนนท์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่าแบบจำลอง แรงผลักดันทางธุรกิจ 5 ประการ (Five Forces Model) สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า รูปแบบความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ที่พัฒนาขึ้นนี้ ไปใช้ได้จริงกับการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในปัจจุบัน ซึ่งผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ ให้ความเห็นว่าตัวแปรทุกตัวแปรมีความเหมาะสมกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก โดยมีตัวแปรคั่นกลาง คือ สถานะแวดล้อมในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นตัวแปรส่งผ่านในการส่งผ่านไปยังความสามารถในการแข่งขันทุกตัวแปร สามารถนำไปใช้ได้จริงและมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการได้แนวคิดในการดำเนินงาน และการบริหารธุรกิจ เช่น ด้านเงินทุน ด้านการต่อยอดธุรกิจ ด้านการหาช่องทางการจำหน่าย ควรสร้างความพร้อมให้กับผู้ประกอบการที่จะกล้าก้าวออกสู่ตลาดสากล เช่น ในอาเซียน และรัฐบาลควรช่วยส่งเสริมองค์ความรู้และสร้างเครือข่ายกับตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ได้อย่างยั่งยืนต่อไป ผู้ประกอบการควรศึกษาความรู้ ใหม่ ๆ และสร้างเครือข่ายความ เชื่อมโยงกันระหว่างบุคคล และองค์กร โดยการแลกเปลี่ยนความคิด ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากรระหว่างกัน อันจะทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และมีการศึกษาความรู้เพิ่มเติมในด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ และนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้กับธุรกิจ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์

2. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนและส่งเสริมองค์ความรู้ เช่น ด้านการตลาดด้านการสร้างเครือข่าย และด้านการหาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีมาตรการรักษามาตรฐานของธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในประเทศไทย ไว้อย่างต่อเนื่อง ภาครัฐยังขาดการประสานงานที่ดีและความต่อเนื่อง จึงทำให้กลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก เกิดความสับสนในการปฏิบัติ ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ขาดองค์ความรู้ที่จะนำมาพัฒนาและต่อยอดภูมิปัญญาเพื่อยกระดับสินค้าตนเอง และสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งขาดโอกาสทางการตลาด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาโอกาสและอุปสรรคของการขยายธุรกิจนำเข้าและส่งออกไปต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และสร้างความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออกในประเทศไทยในตลาดต่างประเทศ

2. ควรทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ โดยการเปลี่ยนแปลงการพยากรณ์ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่มีโครงสร้างหลายระดับหรือที่เรียกว่าการวิเคราะห์เชิงพหุระดับ (Multilevel Model) 3. ควรทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ โดยการขยายการวิเคราะห์ในกลุ่มธุรกิจนำเข้าและส่งออก ในหลายประเภท เพื่อเป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบ อันเป็นการขยายหรือต่อยอด องค์ความรู้ของงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด

บรรณานุกรม

จิรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา. (2553). *ขีดความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกรายย่อยในจังหวัด*

เชียงใหม่ https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457

/MJU.the.2010.14

ณัฐพันธ์ เจริญนนท์. (2561). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. สำนักพิมพ์วี. พรินท์.

มนต์สินี สุปิยะ. (2567). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อนำเข้าและส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภคในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร กรณีศึกษากลุ่มผู้ประกอบการสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/RU.the.2007.128

บุญทวรรณ วิงวอน. (2556). *การเป็นผู้ประกอบการ ยุคโลกาภิวัตน์*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิมลณัฐ เกิดเจริญ, เบญจวรรณ ลีเจริญ และเตือนใจ แสงทอง. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้า และส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *สหวิทยาการและความยั่งยืนปริทรรศน์ไทย*, 13(2), 274–287. <https://doi.org/10.14456/tisr.2024.42>
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2561). รายงานประจำปี 2561. สำนักงาน.
- อนัญญา จำปาทอง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี). คลังปัญญามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/handle/123456789/3032>
- Garg, A. and Deshmukh, S.G. (2006) Applications and case studies maintenance management: Literature review and directions. *Journal of Quality in Maintenance Engineering*, 12, 205-238. <http://dx.doi.org/10.1108/13552510610685075>
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate data analysis* (7thed.). Pearson.
- Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategies into action*. Harvard Business School Press.
- Najib, M., Farida, R. D., Widtyastuti, H. (2014). Collaborative networks as a source of innovation and sustainable competitiveness for small and medium food processing enterprises in Indonesia. *International Journal of Business and Management*, 9(9), 147-160.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Kemp, R. & Horbach, J. (2008). Measurement of competitiveness of eco-innovation. European: MEI.