

อิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ  
กรณีศึกษาธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

The Effect of Knowledge Management Capability on Business Success  
Case Study of Furniture Exporting Business in Thailand

ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี\*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 185 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยสรุปผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยต่อไปเพื่อไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจในต่างประเทศต่อไป

**คำสำคัญ :** ความสามารถในการจัดการความรู้ ความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์

Abstract

The purpose of this research was to study the effect of knowledge management capability on business success case study of furniture exporting business in Thailand. The data collection from 185 entrepreneurs of furniture exporting business in Thailand. The questionnaire was used as a research instrument. The statistics used for analyzing data were percentage, mean, standard deviation, and regression analysis.

\*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

The results of the research showed that knowledge management capability of furniture exporting business in Thailand as a whole at a high level. For business success of furniture exporting business in Thailand had a whole as a high level. In addition, the results showed that the knowledge management capability had a positive effect on furniture exporting business success in Thailand. Conclusion, the results of this research could be used as the guidelines for development about knowledge management capability of furniture exporting business in Thailand. It conduces to competitiveness in international market.

**Keywords :** Knowledge Management Capability, Business Success, Furniture Exporting Business

## บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาทิ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความต้องการของลูกค้าที่ไม่หยุดนิ่ง เป็นต้น การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ที่อยู่บนพื้นฐานของระบบดิจิทัล เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้บริหารที่ต้องปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พวงงามแสงหาวิธีการใหม่ๆ มาเป็นกลยุทธ์ทางการจัดการเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและได้เปรียบแข่งขัน (สิทธิชัย ฝรั่งเศส, 2553) ขณะเดียวกัน Lages and Montgomer (2004) ได้กล่าวว่า ธุรกิจส่งออกเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศที่สร้างและนำรายได้สู่ประเทศให้ประเทศมีความเจริญเติบโตและมุ่งคงช่วยเพิ่มการพัฒนาอุตสาหกรรม และสามารถสร้างงานสร้างรายได้ในประเทศ อันทำให้คุณภาพชีวิตของคนในประเทศเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยมีการทำธุรกิจส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สำคัญทำให้ประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและมีความเติบโตยิ่งขึ้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ ความสามารถ และวิธีการบริหารที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล โดยธุรกิจต้องคิดค้นกลยุทธ์ใหม่ ออกมาสู่ตลาดต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสนองความต้องการของตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น อันทำให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากล ทั้งนี้ ความสามารถการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capability) เป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันในการจัดการยุคใหม่ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ออกสู่ตลาด ความสามารถการจัดการความรู้เป็นรากฐานสำคัญ

ต่อกระบวนการพัฒนาองค์กร สังคม และประเทศชาติ เป็นกระบวนการจัดการอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนาการเรียนรู้ ผ่านกระบวนการจำแนก วิเคราะห์ และจัดระเบียบความรู้ เพื่อการสรรหา คัดเลือก และเผยแพร่สารสนเทศอย่างถูกต้อง เพื่อเกิดศักยภาพทางการแข่งขัน (กรีติ ยศย์ยง. 2549) ความสามารถการจัดการความรู้เป็นความสามารถภายในขององค์กร เพื่อให้การได้มา การประมวล การจัดเก็บ และการแบ่งปันความรู้เพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพทางการแข่งขันต่อไป (Liu, Chen และ Tsai, 2004) การจัดการความรู้เป็นความสามารถของกิจการ ที่คงไว้ซึ่งความรู้ เช่น การถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและการทดลอง เพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานตลอดจนการสร้างความรู้ใหม่สำหรับการพัฒนาองค์กรเพื่อนำออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง (Thepphawan, 2005) ดังนั้น เมื่อองค์กรมีความสามารถในการจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างสรรค์กระบวนการความรู้ในงานพัฒนาสินค้าและการบริการในรูปแบบใหม่ออกสู่ตลาดได้อย่างอยู่เสมอเพื่อเข้าสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอันทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงของการค้าระหว่างประเทศ และสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างกว้าง ธุรกิจจึงจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์สำหรับสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักในตลาดโลก จึงนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น กรมส่งเสริมการส่งออกพยายามสร้างภาพลักษณ์ของศูนย์กลางตลาดส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์สร้างความแตกต่างของสินค้า โดยเน้นคุณภาพความประณีต คุณภาพดีมีรูปแบบที่โดดเด่น สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้าต่างประเทศ มุ่งตอบสนองการให้บริการที่ดี ส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา และเพิ่มตลาดต่างประเทศให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมส่งเสริมการส่งออก.2555) จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกสำหรับการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลกนำมาซึ่งปริมาณเติบโตที่เหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าจึงเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งที่ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ต้องพัฒนาความสามารถในการจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะการจัดการความรู้ในองค์กรให้มีประสิทธิภาพด้วยพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้องและทันท่วงทีอันทำให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคง

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย หรือไม่ เป็นอย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ผลที่ได้จากการวิจัยนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยให้มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากลต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของความสามารถในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

## สมมติฐานการวิจัย

ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ

## แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดความสามารถการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capability)

การจัดการความรู้เป็นปัจจัยสำคัญขององค์กรที่จะทำให้องค์กรเจริญเติบโตและสามารถอยู่รอด แข่งขันได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยที่ Liu, Chen, and Tsai (2004) ให้ความหมายว่า ความพร้อมหรือขีดความสามารถในการจัดการความรู้เกี่ยวข้องกับความสามารถของกิจการในการได้มาของความรู้ การประมวลความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ซึ่งนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนั้นการจัดการความรู้จึงเป็นความสามารถของกระบวนการภายในของกิจการที่ฝังไว้ซึ่งความรู้ เช่นการถ่ายทอดประสบการณ์ ความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและการแข่งขัน เพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานตลอดจนการสร้างความรู้ใหม่สำหรับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Thepphawan, 2005) โดยกระบวนการจัดการความรู้ประกอบด้วย การสร้างและค้นหาความรู้ จัดเก็บความรู้และรวบรวมอย่างเป็นระบบ บูรณาการและถ่ายโอนความรู้ และใช้ประโยชน์จากความรู้ จึงกล่าวได้ว่าความสามารถการจัดการความรู้หมายถึงความสามารถของกิจการในการได้มาซึ่งความรู้ การประมวลความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการแบ่งปันความรู้ร่วมกันเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจต่อไป (Liu, Chen, and Tsai (2004))

ความสำเร็จของความสามารถการจัดการความรู้ กล่าวคือ ความรู้ เป็นผลที่ได้จากการเรียนรู้ เกิดจากความเข้าใจในสิ่งที่เรียนรู้ เป็นความสามารถในการระลึกรู้ในสิ่งที่ได้เรียนรู้มาแล้ว ความรู้ในองค์กรมีหลายลักษณะ เช่นความรู้ที่มีอยู่แล้ว และความรู้ใหม่ที่องค์กรต้องการผลผลิตที่ได้จากการสร้างองค์ความรู้ใหม่ เรียกว่านวัตกรรม โดยองค์ความรู้เกิดขึ้นจากการใช้ปัญญาของคนในองค์กรซึ่งกระบวนการใช้ปัญญาและทำให้เกิดปัญญาคือการวิจัยนั่นเอง (สุธีระ ประเสริฐสรรพ.2545) ดังนั้น ความรู้จึงเป็นความสามารถหนึ่งขององค์กรสำหรับสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนอันนำไปสู่ความเติบโตในระยะยาวยิ่งกว่านั้นปัจจุบันเป็นยุคเศรษฐกิจแห่งองค์ความรู้ (Knowledge Economy) ทุกองค์กรต้องแข่งขันกันด้วยความรู้

พยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ นวัตกรรมใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมใหม่ช่วยให้ธุรกิจแข่งขันได้ การจัดการความรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้วยการนำเอาความรู้และความเข้าใจถึงการทำงานร่วมกันเพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (ฐิติพร ชมพุดำ.2548) การจัดการความรู้เป็นการใช้ประโยชน์จากความรู้มาเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (พรธิดา วิเชียรปัญญา.2547)

### แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจ (Business Success) เป็นความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (พรธิดา วิเชียรปัญญา. 2555) โดยตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบด้วย ประเมินด้วย ดังนี้

1. ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เกี่ยวกับความพึงพอใจ ความรู้สึกคุณค่าของลูกค้าที่ได้รับบริการ ได้รับการยอมรับ ervice กลับมาซื้อซ้ำอีกอยู่เสมอ
2. การรักษาลูกค้า (Customer Retention) เกี่ยวกับความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมให้มาใช้บริการได้อย่างต่อเนื่องไม่เปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น
3. การเพิ่มขึ้นของลูกค้า (Increased Customer) เกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ที่เข้ามาใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ
4. การเติบโตของรายได้ (Increased Customer) เกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของยอดขายอันทำให้รายได้ของธุรกิจเพิ่มขึ้น
5. ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) เกี่ยวกับความสามารถของธุรกิจในการสร้างกำไรเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องอันนำไปสู่ความเติบโตของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

### วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย (Population) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 783 คน (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Sample) ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 260 ตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม โดยเปิดตารางสำเร็จรูปของ Yamane (Yamane, 1973) กำหนดขนาดความเชื่อมั่นที่ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่  $\pm 5\%$  การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ส่งทางไปรษณีย์ จำนวน 260 ชุด ไปตามที่อยู่ของธุรกิจ โดยแนบซองจดหมายพร้อมติดแสตมป์และที่อยู่ของผู้รับ บนซองจดหมายเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ ดำเนินการติดตาม (Follow Up) ไปยังผู้ตอบแบบสอบถามด้วยวิธีการทางโทรศัพท์เพื่อขอความร่วมมือกรอกแบบสอบถามกลับคืนผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 190 ชุด เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ ถูกต้อง 185 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 71.15% สอดคล้อง กับข้อเสนอแนะของ Aaker, Kumar and Day (2001) เสนอแนะว่าการส่งแบบสอบถามไปรษณีย์อัตราตอบกลับอย่างน้อย 20% จึงเป็นที่ยอมรับได้

ผู้วิจัยทำการทดสอบความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) ด้วย t-test ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่ม ที่ตอบกลับมาก่อน (Early Respondents) จำนวน 93 ชุด และกลุ่มที่ตอบกลับทีหลัง (Late Respondents) จำนวน 92 ชุด เปรียบเทียบ เพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้อมูลของกลุ่มผู้ที่ตอบมาก่อนและตอบมาทีหลังไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Armstrong and Overton (1977) ดังนั้น ข้อมูลของ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีปัญหาความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาตามความ มุ่งหมายและกรอบแนวคิดของกรวิจัย แบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย แบบสอบถามมีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ตำแหน่งงานปัจจุบัน และประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย แบบสอบถามมี ลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย รูปแบบของธุรกิจ จำนวนพนักงาน ทุนในการดำเนินธุรกิจในระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ประสบการณ์ส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศ และตลาดสินค้าหลัก

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการจัดการความรู้ แบบสอบถามมีลักษณะ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 9 ข้อ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถ ในการจัดการความรู้ ได้แก่ การตระหนักถึงความสำคัญและการสนับสนุนส่งเสริมการได้มาซึ่ง ความรู้ การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการใช้ความรู้ภายในกิจการ ให้เกิดประสิทธิภาพอันทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ



การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยนำไปทดลองใช้กับกลุ่มธุรกิจส่งออกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ ซึ่งการทดสอบความเชื่อมั่น ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ผลการทดสอบความเชื่อมั่น พบว่าค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา มีค่าระหว่าง 0.87-0.95 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงกล่าวได้ว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับสามารถนำไปเก็บรวบรวมจากกลุ่มกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (Nunnally and Berstein.1994)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความสว่างภายในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ กรณีศึกษาธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ผลการวิจัยสามารถนำเสนอตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ประชากรผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 83.50) อายุระหว่าง 30-40 ปี (ร้อยละ 34.10) ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 70.80) มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี (58.40) และตำแหน่งงานปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ (72.40)

2. ผลการวิเคราะห์ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า โดยส่วนใหญ่รูปแบบของธุรกิจอยู่ในรูปแบบบริษัท (ร้อยละ 89.20) ลักษณะการลงทุนเป็นกิจการของคนไทย (ร้อยละ 97.80) จำนวนพนักงานมีน้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 41.10) ทุนในการดำเนินงานอยู่ในระหว่าง 1,000,000-25,000,000 บาท (ร้อยละ 64.90) ระยะเวลาในการดำเนินงานของกิจการมากกว่า 15 ปี (ร้อยละ 61.60) มีประสบการณ์ในการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศหรือทำธุรกิจกับต่างประเทศน้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 36.20) ตลาดสินค้าหลักในต่างประเทศคือเอเชีย (ร้อยละ 70.80) และสัดส่วนของการส่งสินค้าไปจำหน่ายต่างประเทศเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดภายในประเทศคือต่างประเทศน้อยกว่าในประเทศ (ร้อยละ 61.60)

3. ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $= 3.82$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญกับการจัดการความรู้ที่ดีในองค์กรเพื่อให้การบริหารจัดการขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ( $= 4.01$ ) รองลงมา คือ กิจกรรมให้ความสำคัญกับระบบการจัดการความรู้มาใช้ในการทำงานเพื่อสนับสนุนการสร้างฐานความรู้ภายในและระหว่างหน่วยงานในกิจการ ( $= 4.00$ ) และกิจกรรมสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดความรู้ในการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กรเพื่อเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน ( $= 3.87$ )

4. ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $= 3.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อมีพบว่า กิจกรรมสามารถตอบสนองและรักษาลูกค้าไว้ทำให้ชื่อผลิตภัณฑ์ของกิจการได้เป็นอย่างดี ( $= 3.83$ ) รองลงมา คือ กิจกรรมได้รับรางวัลยอมรับจากลูกค้าว่าเป็นกิจการที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องและสามารถตอบสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี ( $= 3.71$ ) และกิจกรรมสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ให้มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ( $= 3.65$ )

5. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความสำเร็จในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อิทธิพลของความสำเร็จในการจัดการความรู้ที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ	ความสำเร็จของธุรกิจ		p-value
	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ค่าคงที่	1.46	0.29	0.00*
ความสามารถในการจัดการความรู้	0.56	0.79	0.00*

Adjust R<sup>2</sup>=0.31 SEEst=0.61 a=-0.00 F=52.08

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $b_1=0.56$ ,  $p<0.01$ ) ดังนั้น ผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่กำหนดไว้



## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่น กิจกรรมตระหนักถึงความสำคัญกับการจัดการความรู้ที่ดีในองค์กร เพื่อให้การบริหารจัดการขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กิจกรรมให้ความสำคัญกับระบบการจัดการความรู้มาใช้ในการทำงานเพื่อสนับสนุนการสร้างฐานความรู้ภายในและระหว่างหน่วยงานในกิจการและสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดความรู้ในการปฏิบัติงานทั่วทั้งองค์กรเพิ่มเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Liu, Chen and Tsai (2004) กล่าวว่าความสามารถในการจัดการความรู้เป็นความสามารถในการได้มาซึ่งความรู้ การประมวล การจัดเก็บและการแบ่งปันความรู้ภายในที่มุ่งสู่ศักยภาพทางการแข่งขัน ความรู้เป็นกระบวนการภายในของกิจการเช่น การถ่ายทอดประสบการณ์หรือความรู้ที่ได้รับจากการอบรมและการทดลองเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพปฏิบัติงานและสร้างความรู้ใหม่ในด้านนวัตกรรมก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sepphawan.2005) ยิ่งกว่านั้นองค์ประกอบของการจัดการความรู้ในองค์กร ได้แก่ การแสวงหาความรู้ที่มีประโยชน์จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร การสร้างความรู้ การจัดเก็บความรู้และค้นคืนความรู้ และการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์จากความรู้ (Marquardt.1996) เป็นสิ่งสำคัญต่อการบริหารธุรกิจ ดังนั้นกิจการต้องให้ความมุ่งมั่นและตระหนักต่อการจัดการความรู้ที่ การสร้างฐานความรู้ภายใน การสนับสนุนและส่งเสริมให้การถ่ายทอดความรู้ทั่วทั้งองค์กรเพื่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมที่ดีเยี่ยมอันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นอกจากนั้นผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ากิจการสามารถตอบสนองและรักษาลูกค้าเก่าให้ซื้อผลิตภัณฑ์ของกิจการได้เป็นอย่างดี กิจการได้รับการยอมรับจากลูกค้าว่าเป็นกิจการที่สามารถรับฟังสรรคัณฑ์กรรมและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องรวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันธุรกิจการส่งออกมีการแข่งขันกันสูงจำเป็นต้องมีการรักษาลูกค้า โดยพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดของ ผุสุตีส พลสารัมย์ (2541) เสนอแนะว่ากิจการใดก็ตามสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ที่เป็นเลิศย่อมเกิดความเปรียบทางการแข่งขันโดยมีผลการดำเนินงานของกิจการแบบก้าวกระโดด เช่น คุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพด้านต้นทุน ขณะเดียวกันยังสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ถือหุ้น ลูกจ้าง และลูกค้าอันส่งผลให้ผลกำไรของกิจการเพิ่มขึ้นนั่นเอง ขณะเดียวกันผลการศึกษาค้างนี้ยังพบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ

ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนันต์ ภาณุตานนท์ (2551) พบว่า กิจกรรมที่มีศักยภาพการจัดการความรู้ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาของกิจกรรมอันเกิดจากองค์ความรู้ใหม่ นั่นเอง จึงกล่าวได้ว่ากิจกรรมที่มีความสามารถในการจัดการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง อันทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและประสบผลสำเร็จทางด้านการส่งออกเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกับ ชฎารัตน์ สุขศีล (2551) กล่าวว่า การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือหรือกระบวนการที่ทำให้องค์กรสามารถจัดเก็บความรู้ รับความรู้ สร้างความรู้ และต่อยอดองค์ความรู้ที่นำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรให้สามารถทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และประหยัด เพื่อให้องค์กรอยู่รอดเติบโตได้อย่างมั่นคง เรื่องนี้มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ความสามารถในการจัดการความรู้ เป็นความสามารถของกิจกรรมในการได้มาความรู้ การประมวลความรู้ การจัดเก็บความรู้ และแบ่งปันความรู้ร่วมกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ อันนำไปสู่ศักยภาพทางการแข่งขันต่อไป

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัย

ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจด้วยความสามารถในการจัดการความรู้ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้และความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ขณะเดียวกันความสามารถในการจัดการความรู้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าว สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการส่งออกเฟอร์นิเจอร์วางแผนและพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ที่ทันสมัย และมีจุดเด่นไม่เหมือนใครออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด และเป็นที่ยอมรับของตลาดสากลต่อไป อันทำให้ธุรกิจส่งออกประสบความสำเร็จ สำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยควรศึกษาถึงการจัดการความรู้ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออกในบริบทของธุรกิจส่งออกของธุรกิจอื่น ประกอบกับควรมีการศึกษาถึงแนวทางและอุปสรรคในการจัดการความรู้ และแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยอันทำให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดสากลต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการส่งออก. (2555). รายชื่อผู้ส่งออก (Exporter List). เข้าถึงเมื่อ 30 มีนาคม 2555. เข้าถึงได้จาก (www.depthai.go.th)
- กิริติ ยศยิ่งยง. (2549). การวางแผนการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กรเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : มิสเตอร์ก๊อปปี.
- ชฎารัตน์ สุขศีล. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความรู้กับการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ใหม่ในเขตจังหวัดมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฐิติพร ชมพุกำ. (2548). การบริหารเพื่อจัดการความรู้ (Management for Knowledge Management). วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, ปีที่ 27 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม. 21-29.
- พรธิดา วิเชียรปัญญา. (2547). การจัดการความรู้: พื้นฐานและงานประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ : ธรรมมถการพิมพ์.
- ผุสดี พลสารรัมย์. (2541). การศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวชี้วัดกิจกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิทธิชัย ฝรั่งเศสทอง. (2553). ขับเคลื่อนโลจิสติกส์ด้วยการตลาด. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สุธีระ ประเสริฐสรรพ. (2545). สนุกกับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- สุรสิทธิ์ ลอย, อนิรุทธ์ ผงคลี, และแควงรุ้งา ชาปะวัง. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสร้างความจงรักภักดีของลูกค้ากับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วารสารวารปัญญาและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2555. 120-128.
- อนันต์ ภาวภูตานนท์. (2553). ผลกระทบของศักยภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมสิน. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar and G. S. Day. (2001). **Marketing Research**. New York : John Wiley and Sons.
- Armstrong, J. S. and T. S. Overton. (1977). Estimating Non-response Bias in Mail Surveys. **Journal of Marketing Research**. Vol. 14. pp.396-402.
- 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.

- Liu, P., Chen, W., and Tsai, C. (2004). An Empirical Study on the Correlation between Knowledge Management Capability and Competitiveness in Taiwan's Industries. **Technovation**. Vol 24. pp.971-977.
- Marquardt, M. J. (1996). **Building the Learning Organization**. McGraw-Hill, New York, NY.
- Nunnally, J. C. and I. H. Bernstein. (1994). **Psychometric Theory**. New York : McGraw-Hill.
- Thepphawan, P. (2005). Learning Organization: Best Practices for Innovation. **Naresuan University Journal**. Vol. 13. No. 3. pp.55-62.
- Yamane, T. (1973). **Statistics an introductory analysis**. 3rd ed. New York: Harper International Edition.

วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย