

รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก ของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Competitive Advantage Model of Frozen Fruit Business for the Export of Thailand to the People's Republic of China

¹เซีย ฮวาลี, ²สุชาติ ปรัชทายานนท์, ³บุรพร กำบุญ และ ⁴ฐนันวริน โฆษิตคณิน

¹Xia Huali, ²Suchart Prakthayanon, ³Buraporn Kumboon and ⁴Thanawarin Kositkanin

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Thailand.

E-mail: ¹1330264479@qq.com, ²suchart.prak@bkkthon.ac.th, ³burapornkumboon@gmail.com

and ⁴Chonkanok_ple@hotmail.com

Received July 24, 2023; Revised September 4, 2023; Accepted October 3, 2023

บทคัดย่อ

ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องภายใต้นโยบายการปฏิรูปและการเปิดประเทศ ซึ่งเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนนั้นได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว บทความนี้เป็นบทความวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) วิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางการแข่งขัน และ 3) พัฒนารูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 495 คน และกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งออก นักวิชาการ หรืออาจารย์ รวมทั้งสิ้น 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และโครงสร้างเชิงเส้นแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุด ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งมากที่สุด คือ ความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก รองลงมา ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาดและบทบาทภาครัฐ
2. บทบาทภาครัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ
3. รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ประกอบด้วย บทบาทภาครัฐ การมุ่งเน้นตลาด และความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง

ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย ความพร้อมของธุรกิจ บทบาทภาครัฐ และการมุ่งเน้นตลาด

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก; ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Abstract

The People's Republic of China has continued to expand its economy under the policy of reform and opening up. The economy of the People's Republic of China has increased rapidly. This article is a research article with the objectives of 1) studying the causal factors that influence competitive advantage, 2) analyzing the role of the public sector in enhancing competitiveness, and 3) developing a competitive advantage model. competitive advantage of frozen fruit business for export of Thailand to the People's Republic of China The research design was a mixed research. The sample group for quantitative research was 495 entrepreneurs registered with the Department of Business Development and the sample group for qualitative research were entrepreneurs, export experts, academics or professors, totaling 15 people. Tools used There are 2 types of research which are 1) questionnaire 2) in-depth interview. Data were analyzed by percentage, mean, and standard deviation. and linear least squares path structure. The results showed that

1. The factor most influencing the competitive advantage of the frozen fruit business is the readiness of the frozen fruit business for export, followed by market focus and government role.

2. The role of the government sector has a positive influence on infrastructure development. which is combined with the promotion of entrepreneurial networking.

3. The competitive advantage of the frozen fruit business consists of the role of the government sector.

Market focus and readiness of frozen fruit business Competitive Advantage Factors of Frozen Fruit Business for Thailand's exports to the People's Republic of China, consisting of business readiness, government roles, and market focus.

Keywords: Competitive advantage; Frozen fruit for export; People's Republic of China

บทนำ

ประเทศจีนมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องภายใต้นโยบายการปฏิรูปและการเปิดประเทศ ซึ่งบทบาททางเศรษฐกิจของจีนนั้นได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอิทธิพลและความสำคัญที่มีต่อภูมิภาคข้อมูล GDP ที่มีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจจีนกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก (เนศรา สุขพานิช, 2564) ทั้งนี้ประเทศไทยนับว่าเป็นหนึ่งในคู่ค้าที่สำคัญของประเทศจีน โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรนับเป็นสินค้าหลักที่ทางประเทศจีน ได้นำเข้าจากไทยเข้ามาซึ่งมีมูลค่าการค้า ประมาณ 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2563 (Global Trade Atlas, 2021) และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี ซึ่งหนึ่งในสินค้าเกษตรที่ทำรายได้ให้กับประเทศมากที่สุด คือ ผลไม้ โดยผลไม้ นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญประเภทหนึ่งของประเทศไทย โดยผลไม้สามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท และผลไม้ไทย ยังเป็นที่นิยมบริโภคกันทั่วไปในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ความต้องการบริโภคผลไม้ในวันจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสาเหตุหลักคือ จำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น และความสนใจในสุขภาพก็เพิ่มมากขึ้นด้วย ในการผลิตผลไม้ถือว่าไทยเป็นประเทศที่มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผลไม้เมืองร้อนหลากหลายชนิด ตั้งแต่ภาคเหนือจนถึงภาคใต้ ส่วนฤดูกาลให้ผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดก็ยังคงแตกต่างกันไป ในแต่ละสภาพพื้นที่ของแต่ละภาค จึงเป็นข้อดีประการหนึ่งที่ส่งผลให้มีผลไม้หลากหลายชนิดหมุนเวียน ออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี ซึ่งในปี 2564 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกผักและผลไม้รวมทั้งสิ้น 751.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.12 จากปี 2563 โดยในสัดส่วนการส่งออกของผลไม้ทุกประเภท อยู่ที่ร้อยละ 72 ซึ่งผลไม้ส่งออกของประเทศไทยที่มีมูลค่า

การส่งออกมากที่สุด 5 อันดับ ได้แก่ ลำไย ทุเรียน มังคุด ลิ้นจี่ และมะม่วง ตามลำดับ โดยประเทศส่งออกที่สำคัญ 3 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศจีน ฮองกง และอินโดนีเซีย ตามลำดับ (World Bank, 2020)

จากการวิเคราะห์โครงสร้างของผลไม้แช่แข็งส่งออกของไทยไปยังประเทศจีนปี 2020 พบว่า ทุเรียนแช่แข็ง ครองสัดส่วนทางการตลาดร้อยละ 91.3 รองลงมาคือ ผลไม้แช่แข็งอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.8 ต่อมาสับปะรด แช่แข็ง คิดเป็นสัดส่วน 2.3 และมะม่วงแช่แข็ง คิดเป็นสัดส่วน 2.8 ส่วนลำไยแช่แข็ง มังคุดแช่แข็ง และลิ้นจี่แช่แข็ง ไม่มีค่าร้อยละ เนื่องจากในปี 2020 ไม่มีการส่งออก จากการวิเคราะห์แนวโน้มของความต้องการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้เลือกผลไม้แช่แข็งที่มีโอกาสในการลงทุน รวมถึงมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นในปีต่อ ๆ ไป โดยวิเคราะห์จากผลไม้แช่แข็งที่มีการส่งออกในปัจจุบัน การแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นคำถามว่า บทบาทของภาครัฐมีส่วนหรือไม่ในการส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างไร เพราะธุรกิจดังกล่าวเป็นเหตุผลให้ผู้วิจัยต้องการศึกษารูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนให้มีความพร้อมต่อการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจเสรีและการเปิดเสรีทางการค้าการลงทุนของประชาชนต่อไปในอนาคต

Batley and Larbi (2004) ได้กล่าวถึง บทบาทของรัฐทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยบทบาททางตรง ได้แก่ การจัดการบริการส่งผ่านการจัดการแบบการกระจายอำนาจและกลไกการตลาดภายในหน่วยงานภาครัฐ การจัดหาบริการโดยตรงผ่านการบริหารของภาครัฐ และบทบาททางอ้อม Zhou et al. (2009) กล่าวว่า การมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า เน้นย้ำการทำความเข้าใจลูกค้าเป้าหมายอย่างพอเพียงดูที่การสร้างคุณค่าที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องให้ลูกค้าเสมอ เพราะความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าจึงต้องการความเข้าใจของต้นทุนและรายได้ของลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยที่ Weiner, Amick, & Lee (2008) กล่าวว่า ความพร้อมขององค์กร ไม่ได้เป็นเพียงตัวแปรหลายหลายระดับเท่านั้น แต่เป็นตัวแปรที่มีหลายมุมมอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอ้างถึงข้อผูกมัดในการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกในองค์กรและควมมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนโยบายการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปปฏิบัติด้วย Barney (2002) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการที่จะบรรลุเป้าหมายขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมแต่ละกิจการ

บทความวิจัยนี้นำเสนอรูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของภาครัฐที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญต่าง ๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจ เกิดความพร้อมที่ส่งผลให้เกิดการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
3. เพื่อพัฒนารูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทภาครัฐ

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีทฤษฎีหลายทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับบทบาทภาครัฐ โดยเฉพาะ Neo Classical Economic Theories ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุนการดำเนินการกิจของภาครัฐโดยใช้กลไกตลาดที่เรียกว่า Marketization โดยเน้นการปรับลดงบประมาณรายจ่ายลงอันมีผลทำให้องค์กรเล็กลง และอัตราค่าจ้างลดลงด้วย ด้วยวิธีการแปรรูปจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชน (privatization) และการลดขนาดของภาครัฐ (downsizing) เป็นต้น นอกจากนี้ New Institutional Economic Theories ได้กล่าวถึง การปฏิรูปการมุ่งเน้นตลาด โดยมุ่งไปที่ทางเลือกและการแข่งขัน (Batley & Larbi, 2004)

Batley and Larbi (2004) ได้กล่าวถึงบทบาทของรัฐทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยบทบาททางตรง ได้แก่ การจัดการบริการส่งผ่านการจัดการแบบกระจายอำนาจและกลไกการตลาดภายในหน่วยงานภาครัฐ การจัดหาบริการโดยตรงผ่านการบริหารของภาครัฐ และบทบาททางอ้อม นโยบายและการวางกฎเกณฑ์ ได้แก่ การวิเคราะห์ทางเลือกนโยบายการระบุชื่อความต้องการสำหรับการแทรกแซงตลาด กรอบการจัดตั้งและผลกระทบจากการควบคุม การบังคับและการสนับสนุนกฎหมาย การวางระเบียบทางการตลาด เช่น การรักษาเงื่อนไขทางการแข่งขันหรือการทำให้เกิดความมั่นใจในช่วงที่ไม่มีการแข่งขันกัน การทำให้ผู้จัดเตรียมมีความสามารถในการอำนวยความสะดวกการจัดการตลาด การให้เงินทุนและการสนับสนุนผู้ผลิต และการจัดหาข้อมูลไปให้ผู้ผลิตและผู้บริโภค ผู้จัดหาอิสระที่มีสัญญาต่อกันในเรื่องการออกแบบ การจัดการและสัญญาการควบคุม เหมือนการทำให้เกิดมั่นใจว่า จะสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ของนโยบายได้

สรุปบทบาทภาครัฐ (Government Role) หมายถึง หน้าที่ของภาครัฐที่จะเข้ามาดูแลผลกระทบต่อธุรกิจ และต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก หรืออาจจะเป็นการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน จึงทำให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและรวมกลุ่มกันเป็นชมรม สมาคมหรือเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ การคมนาคม เครือข่ายอินเทอร์เน็ต การลงทุน การสร้างเครือข่าย การเชื่อมโยงความร่วมมือ การค้าประกัน ระยะเวลาการขอกู้เงิน ลดขั้นตอนการกู้เงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้

แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด

การมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า เน้นย้ำการทำความเข้าใจลูกค้าเป้าหมายอย่างพอเพียงดูที่การสร้างคุณค่าที่เป็นเลิศอย่างต่อเนื่องให้ลูกค้าเสมอ เพราะความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าจึงต้องการความเข้าใจของต้นทุนและรายได้ของลูกค้าเป้าหมายอย่างชัดเจน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (Zhou et al., 2009) ถ้าจัดการให้ฝ่ายต่าง ๆ ทำงานประสานกันในการให้บริการแก่ลูกค้าจะเป็นการสร้างความประทับใจให้ลูกค้า โดยทุกฝ่ายมีความรู้สึกเหมือนทำงานเป็นทีม โดยมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าเท่านั้น ย่อมทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นเจ้าของที่ทุกฝ่ายบริการดีเหมือนกันหมด (Narver & Slater, 1990) และ การมุ่งเน้นการตลาด เป็นการมุ่งเน้นคู่แข่งซึ่ง เป็นสิ่งที่ธุรกิจให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง การเฝ้ามองคู่แข่งอย่างใกล้ชิด การเข้าใจการทำตลาดของคู่แข่ง รู้จุดอ่อนและจุดแข็งของคู่แข่ง เพื่อจะได้กำหนดกลยุทธ์ในการทำตลาดเหนือคู่แข่งให้ได้ และมีการพัฒนาและปรับปรุงตลอดเวลาจนยากที่คู่แข่งจะตามทันได้ (Agarwal et al., 2003; Arumugam et al., 2011)

สรุปได้ว่า การมุ่งเน้นตลาด ควรทั้งเน้นลูกค้า เน้นคู่แข่งและเน้นการประสานงานภายในระหว่างหน้าที่ในองค์กรเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการทำตลาด จะเป็นการทำให้ ธุรกิจเตรียมความพร้อมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้โดยปริยาย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมขององค์กร

ความพร้อมขององค์กร ไม่ได้เป็นเพียงตัวแปรหลายหลายระดับเท่านั้น แต่เป็นตัวแปรที่มีหลายมุมมอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอ้างถึงข้อผูกมัดในการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกในองค์กรและควมมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การนโยบายการเปลี่ยนแปลงองค์กรไปปฏิบัติด้วย (Weiner, Amick, & Lee, 2008, p. 382) ความพร้อมเป็นลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งขององค์กรที่สะท้อนความคิดของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันของแต่ละองค์กร (Pruitt, 2007) ความพร้อมประกอบด้วย 2 ส่วน คือ การจูงใจ

การมองโลกในแง่ดีที่เกี่ยวข้องกับผลของการเจรจาต่อรองและการไกล่เกลี่ยผลประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ทฤษฎีปัญญาทางสังคม การประเมินผลทางปัญญาสมาชิกองค์การของตัวกำหนด 3 ตัว ของการนำนโยบายความสามารถขององค์การไปปฏิบัติ คือ ความต้องการในงาน (Task Demands) ทรัพยากรที่หาได้ง่าย (Resource Availability) และตัวประกอบที่ผันแปรตามสถานการณ์ (Situational Factor) (Weiner, 2009) โครงสร้างขององค์การการเรียนรู้ และทัศนคติของบุคลากร (ผู้จัดการและลูกจ้าง) ไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์การ (Alas, 2007, Jimmieson, White, & Zajdlewics, 2009) และความพร้อมในการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวโยงอย่างมากต่อธุรกิจและกลยุทธ์การตลาด ความรับผิดชอบขององค์การที่ต้องเตรียมไว้เพื่อรับการเปลี่ยนแปลงขององค์การและนำไปออกแบบ (Susanto, 2008) เพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างได้ผล

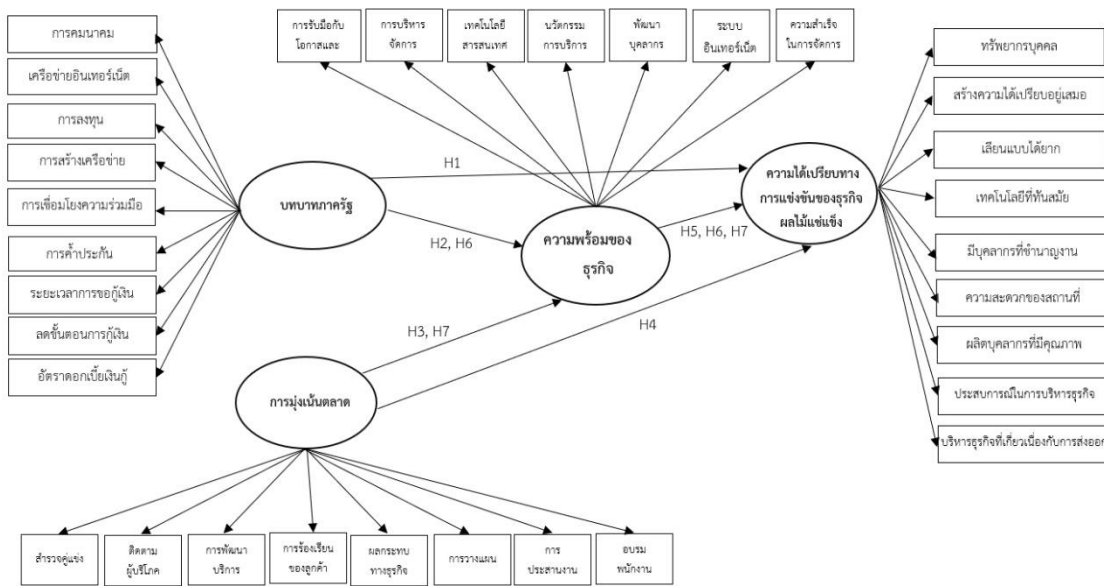
แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการที่จะบรรลุเป้าหมายขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมแต่ละกิจการ (Barney, 2002) องค์การที่เต็มไปด้วยความได้เปรียบทางการแข่งขันจะพัฒนาและรักษาผลงานได้อย่างยั่งยืนของระดับผลการปฏิบัติงานซึ่งจะแปรผลออกมาเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โอกาสในการได้ทำงานและความมั่งคั่งของประชาชน การสร้างพันธมิตรทางการตลาดที่เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในกลุ่มหรือเครือข่ายเหมือนกัน (Bretherton & Chaston, 2005) มี 4 แนวทางที่จะวัดการแข่งขันของธุรกิจ คือ ความอยู่รอดของกิจการ วิธีของผู้มีส่วนได้เสีย การจัดการทำบัญชีอย่างธรรมดา และการจัดการทำบัญชีแบบปรับปรุง เป้าหมายที่สำคัญของกิจการทางธุรกิจ คือการทำให้ผลตอบแทนให้กับผู้ถือหุ้นเหมาะสมที่สุด แต่การทำผลกำไรให้เหมาะสมที่สุดในระยะสั้น ไม่ใช่หลักประกันว่าผลตอบแทนในระยะยาวจะเหมาะสมที่สุดด้วย (Barney, 2002)

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การแข่งขันของธุรกิจผลไม่แพ้คู่แข่งเพื่อการส่งออกประกอบด้วยการจัดการทรัพยากรสินต่าง ๆ ระยะทางการสื่อสารระหว่างกัน ระบบการจัดการทั้งหมดรวมถึงทรัพยากรทางเทคนิคต่าง ๆ โครงสร้างองค์การ ความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การ ความแตกต่างทางด้านบริการ ฝ่ายบริการลูกค้าและบทบาทของเจ้าของธุรกิจ

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี ประกอบด้วยตัวแปรและแหล่งที่มา โดยมีรายละเอียดดังนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันแหล่งที่มาจาก Herrison and Enz (2005), Qu et al. (2002), Tsai et al. (2008), Yeung and Lau (2005), Zhou et al. (2009) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแหล่งที่มาจาก Kim (2000), OECD (2000), Pine and Philips (2005), Preble, Peichel, and Hoffm (2002), Ritchie and Crouch (2000), WEF (2013) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนแหล่งที่มาจาก สถาบันคินันแห่งเอเชีย (2554), Berger and Udell (1995), Harhoff and Korting (1998), Stiglitz and Weiss และการมุ่งเน้นการตลาดแหล่งที่มาจาก Agarwal, Erramilli, and Dev (2003), Arumugam, Guptan, and Shanmugam (2011) บทบาทภาครัฐ สถาบันคินันแห่งเอเชีย (2554), Berger and Udell (1995), Harhoff and Korting (1998), Stiglitz and Weiss (1981) และความพร้อมของธุรกิจแหล่งที่มาจาก Armenakis et al. (1993), Bouckenoghe, Devos, and Broeck (2009), Chonko, Jones, Robert, and Dubinsky (2002), Cinite, Duxbury, and Higgins, (2009)



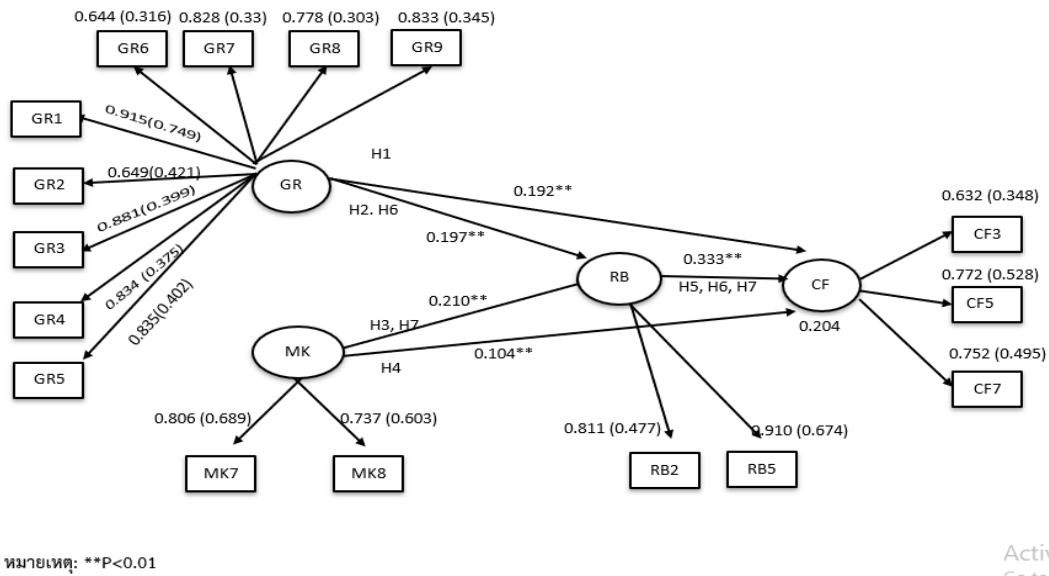
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยผสมผสานวิธี พื้นที่วิจัย คือ กรุงเทพมหานคร ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก ในประเทศไทย การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในปี 2565 จำนวน 16,322 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ปี 2565) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของแฮร์ และคณะ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ในปี 2565 จำนวน 495 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบแบ่ง ชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) การวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการสัมภาษณ์ (In-depth interview) เพื่อยืนยันข้อมูลโมเดลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการส่งออกหรือนักวิชาการ อาจารย์ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่ 1) แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทภาครัฐ แบบสอบถามเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด แบบสอบถามเกี่ยวกับความพร้อมขององค์กร และ แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ใช้ศึกษาอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน 2) แบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ในรูปแบบทำตามลำดับก่อนหลัง (Sequential Design) รวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 ถึงเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2566 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ผลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้เครื่องมือทางสถิติ โดยใช้เทคนิคโครงสร้างเชิงเส้นแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Structural Equation Modeling-Partial Least Square Graph, SEM-PLS Graph) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล แล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัย พบว่า การวิจัยตัวแบบสมการโครงสร้าง ที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ ศึกษาบทบาทต่าง ๆ ของภาครัฐที่มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง และข้อที่ 2 คือ ศึกษาปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจเกิดความพร้อมที่ส่งผลให้เกิดการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ซึ่งมีการกำหนดสมมติฐานในแต่ละเส้นทาง ดังแสดงในภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างที่เหมาะสม

จากภาพที่ 2 CF= ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง (Competitive Advantage) RB = ความพร้อมของธุรกิจ (Readiness Business) MK= การมุ่งเน้นตลาด (Marketing Focus) GR= บทบาทภาครัฐ (Government Role) จะเห็นได้ว่า ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด (MK) มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง (CF) ทั้งทางตรงและทางอ้อม ความพร้อมของธุรกิจ (RB) เท่านั้นที่มีอิทธิพลเฉพาะทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง (CF) และตัวแปรบทบาทภาครัฐ (GR) ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง (CF)

จากภาพที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน ตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐาน 7 ข้อ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย และผลวิเคราะห์หัตถ์แบบสมการโครงสร้าง ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถแสดงผลการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง Coef	ค่าสถิติ t-statistic	ผล	
H1: บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	GR → CF	0.192	3.057	สนับสนุน
H2: บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	GR → RB	0.197	3.336	สนับสนุน
H3: การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	MK → RB	0.210	4.247	สนับสนุน
H4: การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	MK → CF	0.104	2.138	สนับสนุน
H5: ความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน	RB → CF	0.333	3.472	สนับสนุน
H 6: บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ผ่านความพร้อมของธุรกิจ	GR → RB → CF	0.291	4.356	สนับสนุน

1450 | รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยัง
ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

สมมติฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง Coef	ค่าสถิติ t-statistic	ผล
H7: การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ผ่านความพร้อมของธุรกิจ	MK →RB→ CF 0.321	3.097	สนับสนุน

หมายเหตุ : 1. Coef หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง นำมาจาก Path Coefficients
2. t-stat นำมาจาก Path Coefficients Table (t-statistic)

สมมติฐานที่ 1 : บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง
เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า บทบาทภาครัฐมีอิทธิพลในทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยมี
ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน Coef = 0.192 มีค่า t-stat = 3.057 ยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 2 : บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของ
ประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิเคราะห์ พบว่า บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลในทางบวกต่อ
ความพร้อมของธุรกิจโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน Coef = 0.197 มีค่า t-stat = 3.336 มีความเป็นจริง
ยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 3 : การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการ
ส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนผลการวิเคราะห์ พบว่า การมุ่งเน้นตลาด ส่งผลดีต่อการ
สร้างความพร้อมของธุรกิจโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน Coef = 0.210 มีค่า t-stat = 4,247 มีความเป็นจริง
ยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 4: การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางบวกต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ
ผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนผลการวิเคราะห์ พบว่า การมุ่งเน้น
ตลาด ส่งผลดีต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน Coef =
0.104 มีค่า t-stat = 2.138 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 5: ความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง มีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ
ธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิเคราะห์พบว่า
ความพร้อมขององค์กรส่งผลในทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย
มาตรฐาน Coef = 0.333 มีค่า t-stat = 3.472 มีความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 6: บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง
ผ่านความพร้อมของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ พบว่า บทบาทภาครัฐส่งผลในทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของธุรกิจ ผ่านความพร้อมของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยมาตรฐาน Coef = 0.291 มีค่า t-stat = 4.356 มี
ความเป็นจริงยอมรับตามสมมติฐานที่นัยสำคัญ $P \leq 0.01$

สมมติฐานที่ 7: การมุ่งเน้นตลาด มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง
ผ่านความพร้อมของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์ พบว่า การมุ่งเน้นตลาด ส่งผลในทางบวกต่อความได้เปรียบทางการ
แข่งขันของธุรกิจ ผ่านความพร้อมของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์

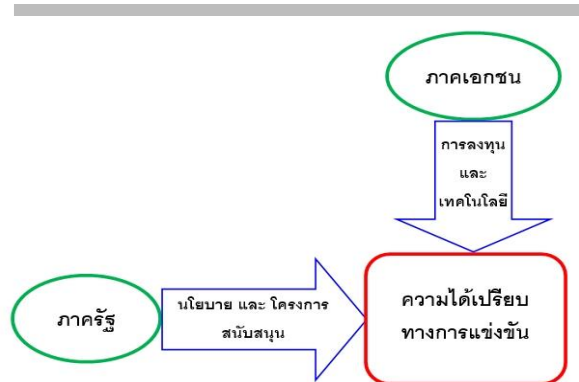
วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัย พบว่า การศึกษาบทบาทภาครัฐ ซึ่งรวมกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่าย
ผู้ประกอบการและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผลการวิจัยพบว่า บทบาทภาครัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อการพัฒนาโครงสร้าง
พื้นฐาน ซึ่งรวมกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized
loading) เท่ากับ 0.655 และมีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.429 สอดคล้องกับ
ผลการวิจัยของ Porter (1990), Sultan (2007) และ WEF (2013) และบทบาทภาครัฐยังมีอิทธิพลทางบวกต่อการ
เข้าถึงแหล่งเงินทุน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สถาบัน คีนันแห่งเอเชีย (2554), Asha (2011), Barbosa and

Moraes (2004), Bougheas et al. (2005) และ Irwin (2006) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน รายละเอียดในตัวข้อองค์ความรู้ใหม่

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ผู้ให้สัมภาษณ์ชี้ว่า บทบาทภาครัฐมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายหรือสร้าง หรือสนับสนุนทุกอย่างให้เกิดขึ้นต่อการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ยกตัวอย่างเช่น ภาครัฐออกเป็นนโยบายในการจัดตั้งกองทุนพิเศษที่ผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก สามารถกู้เงินได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์มาค้ำประกัน แต่จะกำหนดคุณสมบัติอื่น ๆ ที่จะเป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ต้องการและสามารถกู้เงินไปขยายกิจการที่เป็นประโยชน์ได้จริง หรือภาครัฐเป็นกำลังสำคัญหลักในการสร้างหรือพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การขนส่งทางถนน การขนส่งทางน้ำ การขนส่งทางอากาศ ซึ่งภาคเอกชนไม่สามารถจัดทำได้ เนื่องจากต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากนั่นเอง นอกจากนี้ ควรรนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำตลาด เช่น การลงทุนนำเอาอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งสามารถเป็นหลักประกันได้ว่า มีเงินเข้ามาแน่นอนนั่นเอง เพราะในโลกการแข่งขัน ความรวดเร็วและถูกต้อง จะเป็นสิ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นอย่างมาก และการทำตลาดก็ต้องมีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างแน่นอน



ภาพที่ 3 สาระสำคัญของผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ความพร้อมของธุรกิจ (RB) การมุ่งเน้นตลาด (MK) และบทบาทของภาครัฐ (GR) ต่างมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง(CF) โดยความพร้อมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงสูงสุด รองลงมา คือ บทบาทของภาครัฐ (GR) ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนการมุ่งเน้นตลาด (MK) จะมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมน้อยที่สุดในบรรดาตัวแปรทั้ง 3 ตัว ยุทธศาสตร์เทพจันทร์และคณะ (2563) สรุปได้สอดคล้องกันว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนของภาครัฐมากที่สุด และการสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า บทบาทภาครัฐมีอิทธิพลทางบวกต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบทบาทภาครัฐในเรื่องของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการสร้างถนน และสนามบิน ให้เชื่อมต่อกัน สะดวกกับการส่งออกได้ ถือเป็นเรื่องที่ภาครัฐต้องเป็นเจ้าของ แม้กระทั่งการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภาครัฐจะมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะเป็นผู้วางกรอบการปล่อยสินเชื่อ เพราะสถาบันการเงินภาคเอกชนจำเป็นต้องคำนึงที่จะปล่อยกู้ตามเกณฑ์ที่

กำหนดไว้ เพื่อป้องกันหนี้สูญโดยเฉพาะเรื่องหลักทรัพย์ค้ำประกันเป็นสิ่งที่สถาบันการเงินให้ความสำคัญมากที่สุด ฉะนั้น ภาครัฐจะปล่อยสินเชื่อให้ธุรกิจ จำเป็นต้องวางแผนให้รอบคอบ ให้เป็นไปตามเงื่อนไขที่ตกลงเพื่อป้องกันการนำเงินไปใช้ผิดประเภท แต่ขณะเดียวกันการบริหารธุรกิจให้เป็นหลักสากล จนกระทั่งทางผู้ประกอบการธุรกิจมีความเป็นมืออาชีพ และบริหารธุรกิจให้อยู่รอดและยั่งยืนได้ ฉะนั้น บทบาทภาครัฐจึงเป็นไปตามการศึกษาของทฤษฎีทางเลือกสาธารณะ (public choice theory) (Buchanan, 1975 Mueller, 1979) บทบาททั่วไปของภาครัฐ (Anderson, 1989, Batley & Larbi, 2004) เป็นต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Porter (1990), Sultan (2007) และ WEF (2013) และบทบาทภาครัฐยังมีอิทธิพลทางบวกต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สถาบันคีนันแห่งเอเชีย (2554), Asha (2011), Barbosa and Moraes (2004), Bougheas et al. (2005) และ Irwin (2006) สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 บทบาทภาครัฐ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งประกอบด้วย บทบาทภาครัฐ การมุ่งเน้นตลาด และความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากทรัพยากรภายในองค์กร (resource based view theory) ซึ่งเป็นไปตาม Barney (1991), บทบาทภาครัฐที่มีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นไปตามผลการวิจัยของ Porter (1990) นอกจากนี้ ทางภาครัฐยังสามารถออกเป็นนโยบายหรือกฎหมายเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ซึ่งจะเกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ประกอบด้วย ความพร้อมของธุรกิจ บทบาทภาครัฐ และการมุ่งเน้นตลาด ซึ่งธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกยังมีความพร้อมทางการแข่งขันมากเท่าไร ก็ยิ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสามารถนำโมเดลการประยุกต์ความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก โดยภาพรวมมาประยุกต์ใช้ ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การประยุกต์รูปแบบความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกของประเทศไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

สรุป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ ความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก บทบาทของภาครัฐ และการมุ่งเน้นตลาด โดยภาครัฐมีบทบาทอย่างมากในการสนับสนุนทุกอย่างให้เกิดขึ้นต่อการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โมเดลที่มีการประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถนำมาใช้กับธุรกิจเพื่อการส่งออกได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ ความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก บทบาทของภาครัฐ และการมุ่งเน้นตลาด ดังนั้นภาครัฐควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น และร่วมกับภาคเอกชนวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อกำหนดการมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อเป็นการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า บทบาทภาครัฐมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดนโยบายหรือสร้าง หรือสนับสนุนทุกอย่างให้เกิดขึ้นต่อการสร้างความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็ง เพื่อการส่งออกที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ เช่น ภาครัฐออกเป็นนโยบายในการจัดตั้งกองทุนพิเศษที่ผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก สามารถกู้เงินได้โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือกำหนดคุณสมบัติอื่นๆ ที่จะเป็นการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่ต้องการ และสามารถกู้เงินไปขยายกิจการที่เป็นประโยชน์ได้จริง เป็นต้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกยิ่งมีความพร้อมทางการแข่งขันมากเท่าไร ก็ยิ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออกควรนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำตลาด เช่น การลงทุนนำเอาอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งสามารถเป็นหลักประกันได้ว่า มีเงินเข้ามาแน่นอนนั่นเอง เพราะในโลกการแข่งขัน ความรวดเร็วและถูกต้อง จะเป็นสิ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นอย่างมาก และการทำตลาดก็ต้องมีอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างแน่นอน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญ คือ บทบาทของภาครัฐ ซึ่งได้แก่ ตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการคมนาคม ตัวแปรการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ในการสร้างความได้เปรียบและความพร้อมของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานในธุรกิจอื่น ๆ ได้ โดยควรให้ความสำคัญกับตัวแปรแทรกอื่น ๆ ในบทบาทภาครัฐ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับตัวแปรการสร้างเครือข่ายของธุรกิจผลไม้แช่แข็งเพื่อการส่งออก ตัวแปรการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในส่วนที่เป็นโทรคมนาคม

เอกสารอ้างอิง

- ณศรา สุขพานิช. (2564). รายงานประจำปี 2564. คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุภาภรณ์ เทพจันทร์, บุญทวารณ วิงวอน และ ปิยภิญญา โชติวนิช.(2563). โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5(12), 122-135.

- สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. (2554). *การศึกษาคความพร้อมขององค์กรและหน่วยงานในประเทศไทยเพื่อรองรับการปฏิบัติตามมาตรฐานสากลว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม*. กรุงเทพฯ : สถาบันคีนันแห่งเอเชีย.
- Agarwal, S., Erramilli, M. K., & Dev, C. S. (2003). Market orientation and performances in service firms: Role of innovation. *Journal of Services Marketing*, 17(1), 68-83.
- Alas, R. (2007). The triangular model for dealing with organizational change. *Journal of Change Management*, 7(4), 255-271.
- Anderson, J. E. (1989). *Government and the economy: What is fundamental?*. In W. J. Samuels (Ed.), *Fundamentals of the economic role of government* (pp. 19-22). New York: Greenwood.
- Armenakis, A. A., Harris, S. G., & Mossholder, K. W. (1993). *Creating readiness for organizational change*. *Human Relations*, 46, 681-703.
- Arumugam, G. S., Guptan, V., & Shanmugam, B. (2011). *Market orientation in a GLC: Evidence from Malaysia*. *Problem and Perspective in Management*, 9(2), 51-62.
- Asha, F. (2011). The impact of firm and entrepreneurial characteristic on access to debt finance by SMEs in King Williams's Town, South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6(8), 170-179.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. H. (2002). *Gaining and sustaining competitive advantage (2nd ed.)*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Batley, R., & Larbi, G. (2004). *Changing approaches to public sector management, in the changing role of government: The reform of public services in developing countries*. New York: Palgrave Macmillan.
- Berger, A. N., & Udell, G. F. (1995). Relationship lending and lines of credit in small firm finance. *Journal of Business*, 68(3), 351-382.
- Bouckennooghe, D., Devos, G., & Broeck, H. V. D. (2009). Organizational change questionnaire development of a new instrument. *The Journal of Psychology*, 143(6), 559-599.
- Bougheas, S., Mizen, P., & Yalcin, C. (2005). Access to external finance: Theory and evidence on the impact of monetary policy and firm-specific characteristics. *Journal of Banking & Finance*, 30(1), 199-227.
- Buchanan, J. M. (1975). *The limits of liberty: Between anarchy and leviathan*. Chicago: University of Chicago Press.
- Chonko, L. B., Jones, E., Robert, A. J., & Dubinsky, A. J. (2002). The role of environmental turbulence, readiness for change, and salesperson learning in the success of sales force change. *Journal of Selling and Sales Management*, 12(4), 227-245.
- Cinite, I., Duxbury, L. E., & Higgins, C. (2009). Measurement of perceived organizational readiness for change in the public sector. *British Journal Management*, 20, 265-277.

- Fisher, E., & Reuber, R. (2000). *Industrial clusters and SMES promotion in developing countries: Commonwealth trade and enterprise paper number 3*. London: Commonwealth Secretariat.
- Global Trade Atlas. (2021). *Trade statistics*. Retrieved March 22, 2013, from <http://www.gtis.com/GTA>
- Han, J., Kim, N., & Srivastava, R. (1998). Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link?. *Journal of Marketing*, 62, 30-45.
- Harhoff, D., & Korting, T. (1998). Lending relationships in Germany: Empirical results from survey data. *Journal of Banking and Finance*, 22, 1317-1354.
- Harrison, J., & Enz, C. (2005). *Strategic hospitality management: Concepts and cases*. New York: John Wiley & Sons.
- Jimmieson, N. L., White, M. K., & Zajdlewics, L. (2009). Psychological predictors of intentions to engage in change supportive behavior in an organizational context. *Journal of Change Management*, 9(3), 233-250.
- Jordan, B. (1995). Are new right policies sustainable?: Back to basics and public choice. *Journal of Social Policy*, 24(3), 363-384.
- Kim, C. (2000). *A model development for measuring global competitiveness of the tourism industry in the Asia-Pacific region*. Seoul, Korea: Korea Institute for International Economic Policy.
- Lane, J.-E. (2000). *The public sector: Concepts, models and approaches (3rd ed.)*. Newbury Park: Sage.
- Miller, D. (1987). The structural and environmental correlates of business strategy. *Strategic Management Journal*, 18, 55-76.
- Mueller, D. C. (1979). *Public choice*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35.
- Nicholls, J. A. F., & Roslow, S. (1989). *Segmenting the hotel market*. FIU Hospitality Review, 7(1), 39-47.
- OECD. (2000). *PISA 2000 list of participating countries/economies*. Retrieved from <https://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/pisa2000listofparticipatingcountriéseconomies.htm>.
- Ostrom, V., & Ostrom, E. (1971). *Public choice: A different approach to the study of public administration*. *Public Administration Review*, 31(2), 203-216.
- Pine, R., & Philips, P. (2005). Performance comparisons of hotels in China. *International Journal of Hospitality Management*, 24(1), 57-73.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press.
- Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). *The core competence of the corporation*. *Harvard Business Review*, 68(3), 79-91.

- Preble, J. F., Reichel, A., & Hoffman, R. C. (2002). Strategic alliances for competitive advantage: Evidence from Israel's hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 19(3), 327-341.
- Pruitt, D. G., (2007). *Readiness theory and the Northern Ireland conflict*. Sage Publication, 50(11), 1520-1541.
- Qu, H., Xu, P., & Tan, A. (2002). A simultaneous equations model of the hotel room supply and demand in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 21(4), 455-462.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2000). *The competitive destination: A sustainability perspective*. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Stiglitz, J. (1987). *Principal and agent*. In J. Eatwell, M. Milgate, & P. Nennan (Eds.), *The new Palgrave dictionary of economics* (pp. 241-253). London: Palgrave.
- Stiglitz, J., & Weiss, A. (1981). *Credit rationing in markets with imperfect information*. *American Economic Review*, 71, 393-410.
- Sultan, S. S. (2007). *The competitive advantage of small and medium sized enterprises: The case of Jordan's natural stone industry*. Maastricht, Netherlands: Universitaire Pers Maastricht.
- Susanto, A. B. (2008). *Organizational readiness for change: A case study on change readiness in a manufacturing company in Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Tarumanagara University.
- Tsai, H., Song, H., & Wong, K. K. F. (2008). Tourism and Hotel competitiveness research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26(5), 522-546.
- Walsh, K. (1995). *Public services and market mechanisms: Competition, contracting and the new public management*. London: Macmillan.
- Weiner, B. J. (2009). *A theory of organizational readiness for change*. *Implementation Science*, 4(1), 67-68.
- Weiner, B. J., Amick, H., & Lee, S. Y. (2008). *Conceptualization and measurement of organizational readiness for change: A review of the literature in health services research and other fields*. *Medical Care Research and Review*, 65, 379-436.
- World Bank. (2020). *Indicators for countries*. Retrieved March 22, 2020, from <http://data.worldbank.org/indicator>.
- World Economic Forum (WEF). (2013). *The travel & tourism competitiveness index 2013: Reducing barriers to economic growth and job creation*. Geneva, Switzerland: Author.
- Yeung, P. K., & Lau, C. M. (2005). Competitive actions and firm performance of hotels in Hong Kong. *International Journal of Hospitality Management*, 25(4), 611-633.
- Zhou, K. Z., Brown, J. R., & Dev, C. S. (2009). Market orientation, competitive advantage, and performance: A demand-based perspective. *Journal of Business Research*, 62, 1063-1070.