

บุพปัจจัยและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเล ในประเทศไทย

Antecedents and Success of Entrepreneurs in Seafood Exporting Industry in Thailand

ชุติมา คล้ายสังข์¹ ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสถียร² และ บัณฑิต ผังนรินทร์³

Received: 25.07.2023, Revised: 15.08.2023, Accepted: 16.08.2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรม การจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย 2) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรม การจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย และ 3) สร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย งานวิจัยนี้ใช้วิธีผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน 460 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการส่งออกด้านธุรกิจอาหารทะเล จำนวน 20 คน ผลการศึกษพบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรม การจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย อยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้ปรับแก้แล้วมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ($\chi^2=409.36$, $df=210$, $p\text{-value}=.00000$, $\chi^2/df=1.94$, $RMSEA=.045$, $RMR=.027$, $SRMR=.035$, $CFI=.99$, $GFI=.93$, $AGFI=.91$, $CN=282.87$) และพบว่านวัตกรรม การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 รวมทั้ง จากผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้นำมาสร้างเป็นแบบจำลองความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีชื่อว่า LIMOAS Model (L=Innovative Leadership, I=Management Innovation, M=Knowledge Management, O=Learning Organization, A=Organizational Agility, S=The success of entrepreneurs) ซึ่งให้เห็นว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม นวัตกรรม การจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความคล่องตัวขององค์กร มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

คำสำคัญ: บุพปัจจัย, ความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเล, ประเทศไทย

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อีเมลล์: chutima.kl@ssru.ac.th

² อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อีเมลล์: nattapong.te@ssru.ac.th

³ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม อีเมลล์: bundit.pu@ssru.ac.th

Antecedents and Success of Entrepreneurs in Seafood Exporting Industry in Thailand

Chutima Klaysung¹, Nattapong Techarattanased² and Bundit Pungnirund³

Received: 25.07.2023, Revised: 15.08.2023, Accepted: 16.08.2023

Abstract

The purposes of this research were to: 1) study the level of innovative leadership, organizational agility, management innovation, knowledge management, learning organization, and success of entrepreneurs in the seafood exporting industry in Thailand; 2) study the influence of innovative leadership, organizational agility, management innovation, knowledge management, and learning organization on the success of the Thai seafood export industry; and 3) develop a success model for entrepreneurs in the seafood export industry in Thailand. This research uses mixed methods of quantitative and qualitative research. In the quantitative research, the sample group consisted of 460 seafood export industry entrepreneurs in Thailand using multi-stage sampling. A questionnaire was used to collect data and analyze the data using structural equation modeling. The qualitative research used in-depth interviews with a target group of 20 seafood export entrepreneurs. The findings revealed that innovative leadership, organizational agility, management innovation, knowledge management, learning organization and success of entrepreneurs in the seafood exporting industry in Thailand were at a high level. The results of the adjusted structural equation model analysis were consistent with the empirical data at an acceptable level ($\chi^2=409.36$, $df=210$, $p\text{-value}=0.00000$, $\chi^2/df=1.94$, $RMSEA=0.045$, $RMR=0.027$, $SRMR=0.035$, $CFI=0.99$, $GFI=0.93$, $AGFI=0.91$, $CN=282.87$). As well as, the relationship between the variables in the model found that management innovation, knowledge management, and learning organizations have a direct influence on the success of entrepreneurs in the seafood export industry in Thailand with statistical significance at the .05 level. In addition, from the results of quantitative and qualitative analysis, it has been used to create a success model for seafood export industry entrepreneurs in Thailand, as developed by the researcher named LIMOAS Model (L=Innovative Leadership, I=Management Innovation, M=Knowledge Management, O=Learning Organization, A=Organizational Agility, S=The success of entrepreneurs). The model suggested that innovative leadership, management innovation, knowledge management, learning organization and organizational agility had an influence on promoting the success of entrepreneurs in the seafood export industry in Thailand.

Keywords: Antecedents factors, Success of entrepreneurs in seafood export industry, Thailand

¹ Doctor of Philosophy program students Management Innovation Program Suan Sunandha Rajabhat University
E-mail: chutima.kl@ssru.ac.th

² Thesis Advisor E-mail: nattapong.te@ssru.ac.th

³ Associate thesis advisor E-mail: bundit.pu@ssru.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปมีการขยายตัวต่อเนื่องท่ามกลางการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น ประเทศคู่ค้าหลักมีแนวโน้มที่จะผลิตเองและนำเข้าสินค้าจากประเทศในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลง (วิจัยกรุงศรี, 2565) โดยแหล่งผลิตอาหารทะเลของโลกส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากมีที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรประมงทะเล โดยเอเชียเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปอันดับ 1 ของโลก และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายใหญ่ที่สุดของโลก สำหรับประเทศไทยจัดเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปรายใหญ่อันดับ 5 ของโลก อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) อุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่เย็นแช่แข็ง 2) อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง และปรุงสุก/ปรุงรส (กระทรวงพาณิชย์, 2565)

ในช่วงเวลาที่ผ่านมาสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทยเติบโตได้แม้ในภาวะเศรษฐกิจโลกผันผวนเนื่องจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปของไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2565) ความตกลงการค้าเสรีช่วยปลดล็อกกำแพงภาษีศุลกากรที่ประเทศคู่ FTA ปัจจุบันประเทศที่ไทยทำ FTA กับ 15 ประเทศจาก 18 ประเทศ ได้แก่ อาเซียน 9 ประเทศ สาธารณรัฐประชาชนจีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซิลิ โปแลนด์ และฮ่องกง ได้ยกเลิกภาษีศุลกากรที่เก็บจากไทยแล้วทุกรายการ ยกเว้น 3 ประเทศที่ยังคงเก็บภาษีนำเข้าบางรายการ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดีย ปัจจุบันดังกล่าวทำให้การส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปขยายตัวต่อเนื่อง ซึ่งอาเซียนเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ เนื่องจากมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังประเทศสมาชิกขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกตลาด ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปอันดับที่ 2 ของโลก รองจากสาธารณรัฐประชาชนจีน และครองแชมป์ผู้ส่งออกสินค้าทูน่ากระป๋องอันดับที่ 1 ของโลก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2565)

รัฐบาลปัจจุบัน โดยกระทรวงพาณิชย์สนับสนุนผู้ประกอบการส่งออกอาหารทะเลแปรรูป-แช่แข็งและสร้างภาพลักษณ์อุตสาหกรรมอาหารไทย โดยอาหารทะเลแช่แข็งและแปรรูปของไทยมีตัวเลขมูลค่าการตลาดทั้งหมดในภาพรวม ปี พ.ศ. 2562 ประมาณ 172,235 ล้านบาท ผลผลิตทั้งหมด 1,188,523 ตัน สำหรับตลาดหลักประกอบด้วยสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และออสเตรเลีย ผลิตรภัณฑ์สำคัญมี 5 ชนิด คือ 1) ปลาทูน่ากระป๋องปลาซาร์ดีนกระป๋อง 2) อาหารสัตว์เลี้ยงที่ทำจากทูน่า 3) กุ้ง 4) ปลาหมึก 5) ปลา ซึ่งทูน่ากระป๋องในประเทศไทยส่งออกเป็นลำดับหนึ่งของโลกมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.5 โดยมีกรมการค้าระหว่างประเทศ 4 มาตรการ คือ 1) การช่วยเหลือต้นทุนบรรจุกุ้ง 2) กระทรวงพาณิชย์เร่งรัดในการเจรจา FTA กับสหภาพยุโรปและสหราชอาณาจักร 3) กระทรวงพาณิชย์กับภาคเอกชนหาตลาดในสาธารณรัฐประชาชนจีน รัสเซีย แอฟริกาใต้ และอเมริกาใต้ 4) ภาครัฐและภาคเอกชนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น (ศูนย์ข่าวกระทรวงพาณิชย์, 2563)

อย่างไรก็ตาม การส่งออกอาหารทะเลมีมาตรการของภาษีนำเข้าแยกเป็น 3 ระดับ คือ 1) ภาษีนำเข้าทั่วไป 2) อัตราภาษีนำเข้าที่เป็นลักษณะสิทธิพิเศษทางศุลกากร และ 3) การให้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรกับประเทศที่ผู้นำเข้าต้องการจะให้สิทธิพิเศษเหนือกว่ากรณีระบบสิทธิพิเศษทั่วไปทางภาษี (GSP: Generalized System of Preference) ซึ่งการมีอัตราอากรขาเข้าจากประเทศผู้นำเข้าหลายระดับ ทำให้การส่งออกสินค้าอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูปจากประเทศไทยมีอุปสรรคเกิดขึ้น เพราะในอดีตประเทศไทยได้อยู่ในกลุ่มของประเทศผู้ได้สิทธิ GSP จากประเทศนำเข้าที่สำคัญ ๆ การไม่ได้รับสิทธิ GSP จะทำให้ประเทศไทยต้องเสียภาษีนำเข้าสูงกว่าประเทศคู่แข่งบางประเทศ นอกจากนี้ บทบาทของประเทศไทยในตลาดสินค้าอาหารทะเลแปรรูปโลก ในปี ค.ศ. 2012-2019 มีผลการดำเนินงานโดยคำนวณจากอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีแบบทบต้น (CAGR: Compound Annual Growth Rate) ลดลงเฉลี่ยถึงร้อยละ 5.1 ต่อปี ทำให้ในปี ค.ศ. 2019 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงร้อยละ

ละ 3.7 อยู่อันดับ 7 ของโลก ผู้ประกอบการไทยสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในด้านต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง มาตรการกีดกันทางด้านภาษี และสินค้าส่งออกส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มต่ำ ทำให้การแข่งขันด้านราคารุนแรงมากขึ้น ผู้ประกอบการส่งออกอาหารทะเลในประเทศอื่นเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดจากคู่ค้าเดิมของผู้ประกอบการไทย ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการส่งออกมากขึ้น (วิจัยกรุงศรี, 2565) รวมทั้ง ผู้ประกอบการส่งออกอาหารทะเลรายใหม่ของไทยยังขาดประสบการณ์และทักษะในการดำเนินธุรกิจส่งออก ทำให้ไม่สามารถนำความสำเร็จมาสู่ธุรกิจ

จากประเด็นความสำคัญและปัญหาที่กล่าวมา การสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกให้มีอำนาจทางการตลาดและมีความได้เปรียบในการแข่งขันระดับสากลได้นั้น นักวิชาการเช่น Bashir et al. (2019) และ Visser & Scheepers (2022) พบว่าภาวะผู้นำที่มีแนวคิดเชิงนวัตกรรมและมีพฤติกรรมการทำงานที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่จะเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในองค์กร สามารถสร้างความร่วมมือในองค์กรและเครือข่ายที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะที่ นักวิชาการเช่น Mustafa et al. (2021) และ Chang & Huang (2022) พบว่านวัตกรรมการจัดการทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการบริการ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจส่งออก และมีความเห็นว่าการจัดการทำให้ธุรกิจส่งออกมีประสิทธิภาพในการแข่งขันทางการตลาด ทำให้ธุรกิจเติบโตจากการขยายตลาด นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจต้องมีความยืดหยุ่นและคล่องตัวในการตอบสนองลูกค้า ทั้งการก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา องค์กรต้องมีมิติของการตัดสินใจที่รวดเร็วเพื่อการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการทางธุรกิจให้ลดความเสี่ยงและมีโอกาสในการได้เปรียบทางการตลาดมากขึ้น สอดคล้องกับ McKenzie et al. (2021) และ Mataveli et al. (2022) พบว่าความคล่องตัวขององค์กรทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่นในการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในตลาดส่งออก นอกจากนั้น Glavee-Geo & Engelseth (2018), Dung & Giang (2021) และ Chatterjee et al. (2022) พบว่าการเรียนรู้ขององค์กรที่มีการสร้างความรู้ การได้มาของความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ ส่งผลต่อความยืดหยุ่นขององค์กร รวมทั้ง Örtenblad (2018) และ Sidani & Reese (2020) พบว่ากระบวนการเรียนรู้ในองค์กรสามารถทำให้บุคลากรมีประสิทธิภาพที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ และทำให้องค์กรธุรกิจส่งออกประสบความสำเร็จ

จากความสำคัญและความจำเป็นของบุปผัจัยและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเล ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องบุปผัจัยและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ผลของการศึกษาที่ได้รับความเห็นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย และการพัฒนาแบบจำลองภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จะนำมาใช้เพื่อพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ให้มีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดในระดับสากลอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

3. เพื่อสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาและสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย รวมทั้งความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ตามลำดับ ดังนี้

ความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

ความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย หมายถึงตัวแปรสำคัญที่แสดงถึงประสิทธิภาพของธุรกิจส่งออกอาหารทะเลทางด้านการเงิน การลงทุน รายได้ และกำไรจากผลประกอบการ รวมทั้ง การมีประสิทธิภาพในการตอบสนองลูกค้า การสร้างความพึงพอใจและการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับลูกค้า การจัดการด้านกระบวนการภายในธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจต่างประเทศให้มีความได้เปรียบทางการตลาด และการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคลในธุรกิจเพื่อพัฒนาการปฏิบัติงานในธุรกิจส่งออกอาหารทะเลให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ธุรกิจเติบโตและขยายตลาดในต่างประเทศได้อย่างมั่นคง ประกอบด้วยมุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต สำหรับมุมมองด้านการเงินพิจารณาจากเงินทุนหมุนเวียน ต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ภาษีสินค้า รวมถึงค่าขนส่ง การลดต้นทุนการผลิต รายได้ และกำไรสุทธิของธุรกิจที่สามารถทำให้ธุรกิจส่งออกอาหารทะเลมีประสิทธิภาพด้านการเงิน ซึ่งผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงทางการเงิน เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการตลาดมากขึ้น (Glavee-Geo & Engelseth, 2018; Shao et al., 2020; Dung & Giang, 2021) สำหรับมุมมองด้านลูกค้ามีส่วนสำคัญในความสำเร็จของธุรกิจส่งออกอาหารทะเลที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดี มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสินค้าและธุรกิจ ลูกค้าให้การยอมรับในสินค้าอาหารทะเล มีการสื่อสารในเชิงบวกเกี่ยวกับสินค้าและธุรกิจลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เชื่อมมั่นและไว้วางใจและนำมาสู่ความภักดีต่อสินค้าและธุรกิจ (Rua, 2018; Glavee-Geo & Engelseth, 2018; Bashir et al., 2019; Dung & Giang, 2021) นอกจากนี้ มุมมองด้านกระบวนการภายในเป็นความสำเร็จของธุรกิจส่งออกอาหารทะเลที่มีการจัดการภายในธุรกิจอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนชัดเจน สะดวกและรวดเร็ว ในการสร้างคุณภาพอาหารทะเลเพื่อการส่งออกจนถึงมือลูกค้าในแต่ละประเทศได้ตามความต้องการและเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการกระบวนการภายใน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจส่งออกอาหารทะเล (Baškarada & Koronios, 2018; Bashir et al., 2019) รวมทั้ง มุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโตของธุรกิจส่งออกอาหารทะเลที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาและสร้างการเรียนรู้ให้กับทรัพยากรบุคคลในธุรกิจ เพื่อการตอบสนองลูกค้าด้านคุณภาพของอาหารทะเล ซึ่งจากการเรียนรู้ในการตอบสนองตลาดของทรัพยากรบุคคลที่มีประสิทธิภาพสูง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองบุคลากรที่มีศักยภาพให้เติบโตไปพร้อมกับความสำเร็จของธุรกิจ (Örtenblad, 2021; Gui et al., 2021)

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างบุปปัจจัยและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

การสังเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม นวัตกรรม การจัดการ ความคล่องตัวขององค์กร การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ สามารถสรุปความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัยและนำมาตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการจัดการ

การสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกให้มีอำนาจทางการตลาดและมีความได้เปรียบในการแข่งขันระดับสากลได้นั้น นักวิชาการเช่น Bashir et al. (2019) พบว่าภาวะผู้นำที่มีแนวคิดเชิงนวัตกรรมและมีพฤติกรรมการทำงานที่เป็นนวัตกรรมเป็นแรงผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ในองค์กร จากความกล้าหาญที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ ทำให้องค์กรธุรกิจส่งออกอาหารทะเลมีประสิทธิภาพสูง สอดคล้องกับ Wang et al. (2018) ที่พบว่าผู้นำองค์กรที่พัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จจากความรู้ความสามารถของผู้นำ และ Visser & Scheepers (2022) พบว่าภาวะผู้นำที่มีทักษะในการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างความร่วมมือในองค์กรและเครือข่ายที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

H1 : ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมการจัดการ

2. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวขององค์กร

ความคล่องตัวขององค์กรเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถสร้างความยืดหยุ่นและความฉับไวในการตรวจจับสถานการณ์ต่างๆ ทางตลาดที่ปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนความไวในการตัดสินใจเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะทำให้ธุรกิจส่งออกมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Gunsberg et al. (2018) ที่มีความเห็นว่าความคล่องตัวขององค์กรเป็นศักยภาพขององค์กรที่สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก Baškarada & Koronios (2018) กล่าวถึงความคล่องตัวขององค์กรเป็นความสามารถขององค์กรในการปรับตัวเชิงวิวัฒนาการที่รวดเร็วต่อเนื่องและเป็นระบบ ทำให้ผู้ประกอบการมุ่งไปที่การได้รับและรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน Khan et al. (2022) พบว่าผู้นำองค์กรมีอิทธิพลต่อความคล่องตัวขององค์กร ทั้งในมิติการตรวจจับ มิติการตัดสินใจและมิติการตอบสนอง นวัตกรรมองค์กรมีผลกระทบต่อความคล่องตัวและผลการดำเนินงานขององค์กร เช่นเดียวกันกับ Alrowwad et al. (2020) พบว่าภาวะผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงและเชิงแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับประสิทธิภาพขององค์กร สามารถทำให้องค์กรมีความคล่องตัวและยืดหยุ่นมากขึ้น

H2 : ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความคล่องตัวขององค์กร

3. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้

การสร้างอำนาจในการแข่งขันทางการตลาดของการส่งออกสินค้าอาหารทะเลให้ประสบความสำเร็จนั้น นักวิชาการเช่น Visser & Scheepers (2022) มีความเห็นว่าเป็นศักยภาพของภาวะผู้นำที่สามารถใช้แนวคิดและวิธีการแปลกใหม่มาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจ มีการหาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สอดคล้องกับ Rehman & Iqbal (2020) ที่มีความเห็นว่าภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นความรู้ การจัดการความรู้ และนวัตกรรม สามารถทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ใช้การจัดการความรู้และสนับสนุนองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร นอกจากนี้ Haider et al. (2021) พบว่าภาวะผู้นำมีผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการแบ่งปันความรู้ ผู้จัดการจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ที่เน้นการสื่อสารกลยุทธ์ให้ทั่วทั้งองค์กร เพื่อปรับปรุงพฤติกรรมการทำงานที่เป็นนวัตกรรมของพนักงาน โดยมีบทบาทในการเป็นสื่อกลางของการแบ่งปันความรู้ และจัดบรรยากาศให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้อย่างปลอดภัยในองค์กร

H3 : ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้

4. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

การดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจต้องมีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการตอบสนองลูกค้าและเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา องค์กรต้องมีความฉับไวในการตัดสินใจที่รวดเร็ว ฉับไว เพื่อการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการทางธุรกิจให้ลดความเสี่ยงและมีโอกาสในการได้เปรียบ

Gunsberg et al. (2018) มีความเห็นว่าความคล่องตัวขององค์กรสามารถจัดการความปลอดภัยและลดความเสี่ยงของธุรกิจจากการตรวจจับสถานการณ์แวดล้อมที่รวดเร็ว รวมทั้ง Mataveli et al. (2022) พบว่าความคล่องตัวขององค์กรสามารถสร้างทุนทางปัญญาในการให้บริการลูกค้า ส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่นเดียวกันกับ Chan & Muthuveloo (2020) พบว่าโครงสร้างความสามารถขององค์กร และการเรียนรู้ขององค์กร มีสาเหตุมาจากความคล่องตัวเชิงกลยุทธ์อย่างมีนัยสำคัญ และจำเป็นต้องให้ความสำคัญขององค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างความคล่องตัวเชิงกลยุทธ์และเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร

H4 : ความคล่องตัวขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

5. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

การได้มาของความรู้ในองค์กรเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการจัดการความรู้ที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้นจากการนำความรู้มาใช้ นักวิชาการเช่น Vince (2018) พบว่าการจัดการความรู้ที่เป็นระบบและมีกระบวนการที่ชัดเจน สามารถพัฒนาองค์กรสู่ความสำเร็จจากการแบ่งปัน และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพกลายเป็นองค์กรการเรียนรู้ Giménez et al. (2022) พบว่าการที่องค์กรมีกระบวนการเรียนรู้ที่ชัดเจน สามารถสร้างศักยภาพให้กับทรัพยากรบุคคลในองค์กรและทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมทั้ง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์กรสร้างความปลอดภัยทางจิตใจให้กับบุคลากร ซึ่งสามารถส่งเสริมการเรียนรู้ได้มากขึ้น เช่นเดียวกับ Örtengren (2021) พบว่าวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กรส่งเสริมความสำเร็จและความมีประสิทธิภาพให้กับองค์กร และมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเรียนรู้ของแต่ละคน ที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรด้วยบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ที่ปลอดภัย

H5 : การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

6. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรนวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

นวัตกรรมจัดการเป็นการคิดและทำในสิ่งใหม่ของบุคลากรในองค์กรจากการสนับสนุนของผู้นำ โดยการสร้างบรรยากาศของนวัตกรรมในองค์กรที่เอื้อต่อความเป็นอิสระ มีการใช้แนวทางปฏิบัติที่มีปฏิสัมพันธ์ในแต่ละวันเพื่อขับเคลื่อนพฤติกรรมที่เป็นนวัตกรรมของพนักงาน และพัฒนาระบบการให้รางวัลเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร นักวิชาการ เช่น Chatterjee et al. (2022) พบว่านวัตกรรมจัดการทำให้องค์กรเกิดการเรียนรู้ องค์กรสามารถส่งเสริมบรรยากาศของนวัตกรรมให้บุคลากรสร้างสรรค์นวัตกรรมการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่อองค์กร เช่นเดียวกับ Örtengren (2021) และ Sidani & Reese (2020) ยังพบว่ากระบวนการเรียนรู้ในองค์กรสามารถทำให้อุปกรณ์มีประสิทธิภาพที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

H6 : นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้

7. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรนวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการส่งออกอาหารทะเล ส่วนสำคัญเกิดจากการนำนวัตกรรมจัดการมาใช้ในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ กระบวนการของธุรกิจส่งออก และการบริการที่ปรับแต่งให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เชื่อมั่น และไว้วางใจในธุรกิจมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการ เช่น Safari et al. (2022) ที่มีความเห็นว่าการนำแนวคิดวิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตสินค้าและการบริการ สามารถทำให้การส่งออกได้รับการยอมรับจากลูกค้ามากขึ้น ประสิทธิภาพของธุรกิจสูงขึ้น เช่นเดียวกันกับ Dung & Giang (2021) ที่พบว่านวัตกรรมจัดการทำให้อุตสาหกรรมส่งออกมีอำนาจทางการตลาดมากขึ้นและมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการส่งออก สอดคล้องกับ

Nguyen (2022) ที่พบว่านวัตกรรมการจัดการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจด้วยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการและการบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

H7 : นวัตกรรมจัดการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

8. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

การเพิ่มศักยภาพให้กับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงใช้การจัดการความรู้มาเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร โดยการสร้างความรู้ การได้มาของความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดเก็บความรู้ และการประยุกต์ใช้ความรู้ ทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าจากประสิทธิภาพในการส่งออกสินค้า สอดคล้องกับ Glavee-Geo & Engelseth (2018) กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่า เป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพการส่งออกของธุรกิจอาหารทะเล จากการค้นหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการส่งออกอาหารทะเล นอกจากนี้ Velarde-Moreno et al. (2019) พบว่าการจัดการความรู้โดยการแบ่งปันความรู้สามารถและสร้างการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร ทำให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และ Asghar et al. (2022) พบว่าความตั้งใจในการแบ่งปันความรู้บนสื่อสังคมออนไลน์ของบุคลากรในองค์กรมีความเกี่ยวข้องกับเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับภาวะผู้นำ ซึ่งสามารถส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

H8 : การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

9. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรองค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

การสร้างประสิทธิภาพของธุรกิจส่งออกอาหารทะเลให้มีความสามารถทางการตลาดในต่างประเทศนั้น ส่วนสำคัญคือการทำให้ธุรกิจเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ทรัพยากรบุคคลมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการสร้างคุณภาพของสินค้าอาหารทะเล และกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นระบบทั้งระดับบุคคลและทีมงาน สภาพแวดล้อมในองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ การสนับสนุนของผู้บริหาร และความร่วมมือของบุคลากรทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับ Örtengren (2018) และ Vince (2018) ที่มีความเห็นว่าองค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นการสร้างความรู้ให้กับทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพจากการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร มีวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่ทุกคนให้การยอมรับและปฏิบัติติดต่อกันมา มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ที่สามารถแสดงความรู้หรือแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างปลอดภัย ทำให้องค์กรมีอำนาจในการแข่งขัน สอดคล้องกับ Glavee-Geo & Engelseth (2018) ที่พบว่าบทบาทของการเรียนรู้ขององค์กรทำให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่มีนัยสำคัญ ผ่านความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร จึงได้เปรียบในการแข่งขันที่ยากต่อการเลียนแบบและนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น

H9 : องค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการแบบผสมวิธี (Mixed methods research) โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้จุดเด่นของแต่ละวิธีมาสนับสนุนคุณภาพของการวิจัยให้ดียิ่งขึ้น โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน 592 คน ,กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์)2565กลุ่มตัวอย่างได้มาโดย (การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการกำหนด สัดส่วนจากตัวแปรสังเกต)Observation Variable) ต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า เท่าของตัวแปรสังเกต 20ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกต จำนวน 23 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 460 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเชิงคุณภาพ ได้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน คน แ 10ผู้เชี่ยวชาญของอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน คน รวม 10) คน โดยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง 20 ทั้งสิ้น จำนวนPurposive Sampling(

แนวทางดำเนินการวิจัย

1. แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ เริ่มจากการทบทวนเอกสาร วารณกรรม และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ที่ประกอบไปด้วย ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ทำการสังเคราะห์ข้อมูล สรุปเป็นคำนิยามศัพท์เฉพาะในการวิจัย กำหนดตัววัดของตัวแปรตามกรอบความคิดการวิจัย แล้วนำไปสร้างแบบสอบถามตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert, 1932) โดยมีการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามทุกข้อคำถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎี ด้วยเทคนิค การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence: IOC) แล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า .60 ขึ้นไป แล้วจึงดำเนินการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminate Power) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงที่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ที่ไม่ใช่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คน เพื่อตรวจสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อด้วยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์คะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-total correlation) โดยให้ข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อมากกว่า .20 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพเพียงพอและหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (Reliability) ด้วยเทคนิคแบบอัลฟา (Cronbach Alpha) โดยให้แบบสอบถามตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) ที่มีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า .70 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพที่เพียงพอ ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .78-.87 ความคล่องตัวขององค์กร มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .79-.89 นวัตกรรมจัดการ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .79-.85 การจัดการความรู้ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .75-.87 องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .85-.88 ความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออก มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .80-.87 และแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นรวม เท่ากับ .83 แสดงว่ามาตรวัดของตัวแปรมีความน่าเชื่อถือได้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นจึงดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจริงตามที่ได้กำหนดไว้ในวิธีการสุ่ม (Random Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัยในการอธิบายระดับของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย และสถิติเชิงอนุมาน ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation modeling : SEM) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย ในการตรวจสอบความกลมกลืน

ระหว่างแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา กับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ หลังจากที่ได้ทราบผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มเป้าหมาย (Key Informants) ได้แก่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญของอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 20 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พิจารณาจากผลงานและกิจกรรมที่ปฏิบัติ การได้รับรางวัลผลงานด้านการสร้างความสำเร็จ และการปฏิบัติงานที่เกี่ยวกับการสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงานและผ่านการปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนลึกซึ้ง จากนั้นจึงนำข้อมูลเชิงคุณภาพมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ทั้งในกรณีที่เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสอดคล้องและไม่สอดคล้องตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยไม่ปล่อยให้อคติของผู้วิจัยเข้าไปเกี่ยวข้องกับข้อมูล และทำการมองข้อมูลที่ได้ในลักษณะของภาพรวมทั้งหมด โดยไม่แยกส่วน (Holistic) แล้วทำการตีความหมายที่ได้จากถ้อยคำอย่างเป็นระบบ (Interpretation approaches)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย มีดังนี้

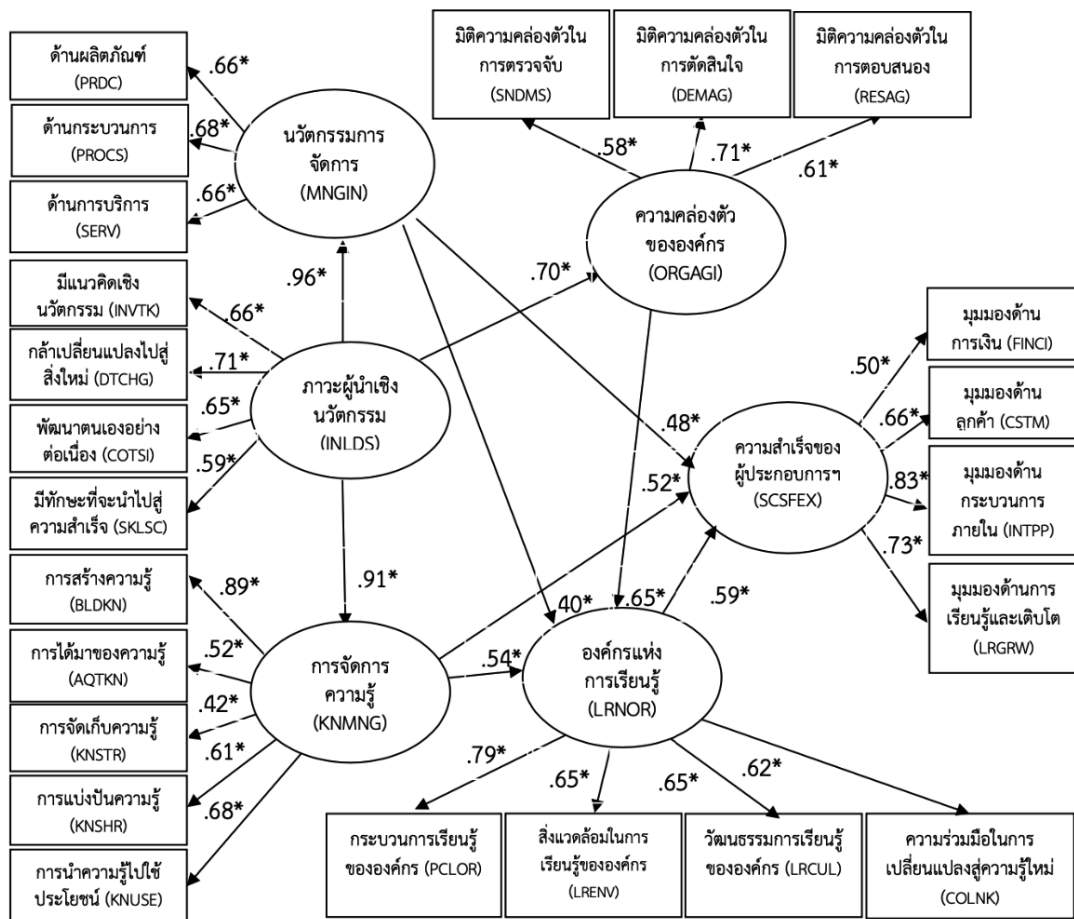
ผลการศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมการจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (INLDS) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (S.D. เท่ากับ .89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความคิดเชิงนวัตกรรม (INVTK) กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ (DTCHG) พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (COTS) มีทักษะที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ (SKLSC) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.97-4.27 (S.D. ระหว่าง .80-1.01) ความคล่องตัวขององค์กร (ORGAGI) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D. เท่ากับ .91) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความคล่องตัวในการตรวจจับ (SNDMS) มีความคล่องตัวในการตัดสินใจ (DEMAG) มีความคล่องตัวในการตอบสนอง (RESAG) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.99-4.09 (S.D. ระหว่าง .87-.96) นวัตกรรมการจัดการ (MNGIN) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. เท่ากับ .89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ (PRDC) ด้านกระบวนการ (PROCS) ด้านการบริการ (SERV) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.02-4.18 (S.D. ระหว่าง .84-.91) การจัดการความรู้ (KNMNG) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. เท่ากับ .85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการสร้างความรู้ (BLDKN) การได้มาของความรู้ (AQTKN) การจัดเก็บความรู้ (KNSTR) การแบ่งปันความรู้ (KNSHR) การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (KNUSE) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.12-4.37 (S.D. ระหว่าง .79-.92) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LRNOR) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D. เท่ากับ .85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากระบวนการเรียนรู้ขององค์กร (PCLOR) สิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ขององค์กร (LRENV) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร (LRCUL) ความร่วมมือในการเปลี่ยนแปลงสู่ความรู้ใหม่ (COLNK) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.04-4.35 (S.D. ระหว่าง .79-.90) ความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย (SCSFEX) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D. เท่ากับ .81) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามุมมองด้านการเงิน (FINCI)

มุมมองด้านลูกค้า (CSTM) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (INTPP) และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต (LRGRW) อยู่ในระดับมากทั้งหมด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.15 - 4.35 (S.D. ระหว่าง .77-.83)

ผลการศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

ผู้วิจัยดำเนินการปรับแก้แบบจำลองตามสมมติฐานเพื่อให้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการยอมให้ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Θ) ของตัวแปรเชิงประจักษ์จำนวน 11 ตัวให้มีความสัมพันธ์กัน (df ก่อนปรับ เท่ากับ 221 และ df หลังปรับ เท่ากับ 210) จนกระทั่งพบว่าแบบจำลองที่ได้ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับแก้ (Adjust Model)

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) พบว่ามีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 409.36$, $df = 210$, $p\text{-value} = .00000$, $\chi^2/df = 1.94$, $RMSEA = .045$, $RMR = .027$, $SRMR = .035$, $CFI = .99$, $GFI = .93$, $AGFI = .91$, $CN = 282.87$ ผู้วิจัยจึงได้ให้การเชื่อถือการประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลอง และพบการประมาณค่าในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Model) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกันเองตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยพบว่านวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .48, .52 และ .59 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถอธิบายความแปรปรวน หรือทำนาย ได้ร้อยละ 90 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n=460)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น				
			ความ คล่องตัวของ องค์กร (ORGAGI)	นวัตกรรม การจัดการ (MNGIN)	การจัดการ ความรู้ (KNMNG)	องค์กรแห่ง การเรียนรู้ (LRNOR)	ภาวะผู้นำ เชิง นวัตกรรม (INLDS)
ความคล่องตัวของ องค์กร (ORGAGI)	.70	DE	-	-	-	-	.70*(14.74)
		IE	-	-	-	-	-
		TE	-	-	-	-	.70*(14.74)
นวัตกรรมการ จัดการ (MNGIN)	.92	DE	-	-	-	-	.96*(15.84)
		IE	-	-	-	-	-
		TE	-	-	-	-	.96*(15.84)
การจัดการความรู้ (KNMNG)	.82	DE	-	-	-	-	.91*(12.25)
		IE	-	-	-	-	-
		TE	-	-	-	-	.91*(12.25)
องค์กรแห่งการ เรียนรู้ (LRNOR)	.81	DE	.65*(5.45)	.40*(4.00)	.54*(3.00)	-	-
		IE	-	-	-	-	.78*(13.57)
		TE	.65*(5.45)	.40*(4.00)	.54*(3.00)	-	.78*(13.57)
ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการฯ (SCSFEX)	.90	DE	-	.48*(5.41)	.52*(4.13)	.59*(6.59)	-
		IE	.62*(5.44)	.33*(3.95)	.32*(2.88)	-	.84*(15.21)
		TE	.62*(5.44)	.81*(2.33)	.84*(3.59)	.59*(6.59)	.84*(15.21)
χ ² = 409.36, df = 210, p-value = .00000, χ ² / df = 1.94, RMSEA = .045, RMR = .027, SRMR = .035, CFI = .99, GFI = .93, AGFI = .91, CN = 282.87							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ในวงเล็บ เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง -1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 การประมาณค่าในแบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่าสมการเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกที่ส่งผลโดยรวม (Total Effect) ต่อตัวแปรแฝงภายใน (Reduced equations) ที่ได้ทำการศึกษาในแบบจำลองที่พัฒนาและปรับแก้แล้ว (Adjust Model) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (INLDS) ส่งผลโดยรวมต่อความคล่องตัวขององค์กร (ORGAGI) นวัตกรรมการจัดการ (MNGIN) การจัดการความรู้ (KNMNG) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LRNOR) และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย (SCSFEX)

ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .70, .96, .91, .78, .84 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ถึง 9 (H1- H9) โดยนวัตกรรมการจัดการ (MNGIN) การจัดการความรู้ (KNMNG) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LRNOR) สามารถร่วมกันทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการฯ (SCSFEX) ได้ร้อยละ 90 ความคล่องตัวขององค์กร (ORGAGI) นวัตกรรมจัดการ (MNGIN) การจัดการความรู้ (KNMNG) สามารถร่วมกันทำนาย องค์กรแห่งการเรียนรู้ (LRNOR) ได้ร้อยละ 81 รวมทั้ง ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (INLDS) สามารถทำนายการจัดการความรู้ (KNMNG) นวัตกรรมจัดการ (MNGIN) และความคล่องตัวขององค์กร (ORGAGI) ได้ร้อยละ 82, 92 และ 70 ตามลำดับ

ผลการสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย มีตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ จากสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย และพบว่าตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ องค์กรแห่งการเรียนรู้ ความคล่องตัวขององค์กร มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ด้วยแนวคิดนี้ผู้วิจัยจึงนำมาสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ที่ชื่อว่า LIMOAS Model (L =Innovative Leadership, I = Management Innovation, M = Knowledge Management, O = Learning Organization, A = Organizational Agility, S = The success of entrepreneurs) ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ประกอบโดยรวมของโมเดล LIMOAS

เมื่อนำองค์ประกอบทั้งหมดมารวมกันจะเกิดเป็นรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย ซึ่งในการส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยนั้นต้องให้ความสำคัญกับตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมากที่สุด เพราะตัวแปรภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ที่ประกอบด้วยมีแนวคิดเชิงนวัตกรรม กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ พัฒนatenเองอย่างต่อเนื่อง และมีทักษะที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่น ๆ ในการส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ข้อค้นพบที่ได้ตามวัตถุประสงค์ทางการวิจัย ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทั้งจากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ผลการทดสอบสถิติได้ข้อค้นพบว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่ประกอบด้วย มีแนวคิดเชิงนวัตกรรม กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีทักษะที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ส่งอิทธิพลต่อนวัตกรรมการจัดการ ความคล่องตัวขององค์กร การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ สอดคล้องกับข้อค้นพบของนักวิชาการหลายท่าน เช่น Nguyen et al. (2022) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบความเป็นผู้นำและนวัตกรรมองค์กรในเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่าภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนเป็นตัวทำนายที่สำคัญของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานและนวัตกรรมองค์กร เช่นเดียวกับ Haider et al. (2021) พบว่าการเรียนรู้ขององค์กรได้รับผลกระทบจากความสามารถในการเป็นผู้นำ ในขณะที่ ความสามารถด้านความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ส่งผลกระทบในทางบวกต่อ นวัตกรรมขององค์กร มีความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ขององค์กร นวัตกรรมองค์กร และผลการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังเน้นถึงบทบาทการเป็นสื่อกลางของการเรียนรู้ขององค์กรและนวัตกรรมขององค์กรในความสัมพันธ์ระหว่าง ความสามารถในการเป็นผู้นำกับผลการดำเนินธุรกิจ การเรียนรู้ขององค์กรและนวัตกรรมขององค์กรยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง ในความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถทางปัญญาและประสิทธิภาพทางธุรกิจ รวมทั้ง Rehman & Iqbal (2020) ที่มีความเห็น ว่าภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นความรู้ การจัดการความรู้ และนวัตกรรม สามารถทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงที่ใช้การจัดการความรู้และสนับสนุนองค์กรแห่งการเรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร ดังนั้น การได้มาซึ่งความรู้ การเผยแพร่ความรู้ และการตอบสนองความรู้ด้วยนวัตกรรมสามารถสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร การขับเคลื่อนการจัดการความรู้ และกระบวนการแบ่งปันความรู้จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Vince, 2018; Giménez et al., 2022)

2. ผลการทดสอบสถิติได้ข้อค้นพบว่าความคล่องตัวขององค์กร และการจัดการความรู้ ส่งอิทธิพลต่อองค์กรแห่งการเรียนรู้ สอดคล้องกับข้อค้นพบของนักวิชาการหลายท่าน แสดงให้เห็นว่าการดำเนินธุรกิจส่งออกสินค้าให้ประสบความสำเร็จ ธุรกิจต้องมีความยืดหยุ่น คล่องตัวในการตอบสนองลูกค้า ทั้งการก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของตลาดที่ผันผวนอยู่ตลอดเวลา องค์กรต้องมีมิติของการตัดสินใจที่รวดเร็ว ฉับไว เพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการทางธุรกิจให้ลดความเสี่ยง และมีโอกาสในการได้เปรียบทางการตลาดมากขึ้น สอดคล้องกับ Khan et al. (2022) ที่พบว่าความคล่องตัวขององค์กรมีผลต่อประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานในการส่งออก เช่นเดียวกับ Mataveli et al. (2022) พบว่าความคล่องตัวขององค์กรสามารถสร้างทุนทางปัญญาในการให้บริการลูกค้า ส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ Örtenblad (2018) มีความเห็นว่าการแบ่งปันความรู้ในองค์กรเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการความรู้ที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ การได้มาของความรู้ในองค์กรเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการจัดการความรู้ที่จะนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ที่มีการแบ่งปันความรู้ระหว่างกัน ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพสูงขึ้นจากการนำความรู้มาใช้ สอดคล้องกับ Wang et al. (2018) มีความเห็นว่าการจัดการความรู้เป็นการนำความรู้ที่ได้รับของแต่ละคนมาแบ่งปันกันและนำมาใช้ในธุรกิจอาหารทะเล ทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและภักดีต่อสินค้าและธุรกิจอาหารทะเล เช่นเดียวกับ Sidani & Reese (2020) ที่มีความเห็นว่าการจัดการความรู้สามารถลดความเสี่ยงในการบริหารธุรกิจจากการแข่งขันที่มีความรุนแรงในตลาดส่งออก การจัดการความรู้ที่เป็นระบบและมีกระบวนการที่ชัดเจนสามารถพัฒนาองค์กรสู่ความสำเร็จ จากการแบ่งปันและการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้

3. ผลการทดสอบสถิติได้ข้อค้นพบว่านวัตกรรมการจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ส่งอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่าประสิทธิภาพการส่งออกอาหารทะเล ส่วนสำคัญเกิดจากการที่ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมการจัดการมาใช้ในการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ การใช้ในกระบวนการของธุรกิจส่งออก และการบริการที่ปรับแต่งให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เชื่อมั่น และไว้วางใจในธุรกิจมากขึ้น รวมทั้ง การจัดการความรู้เป็นตัวแปรสำคัญที่แสดงถึงการบริหารความรู้ในองค์กรของธุรกิจการส่งออกอาหารทะเล เพื่อให้ทรัพยากรบุคคลในองค์กรมีศักยภาพเพิ่มขึ้นและมีการพัฒนาตนเองจากการเรียนรู้ มีการจัดเก็บความรู้ มีการแบ่งปันความรู้และการนำความรู้มาประยุกต์ใช้ ทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพในการบริการลูกค้ามากขึ้น ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการตลาดจากความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้ธุรกิจส่งออกอาหารทะเลสามารถขยายธุรกิจให้เติบโตในตลาดต่างประเทศ รวมทั้ง องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างศักยภาพให้กับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรธุรกิจส่งออกอาหารทะเล โดยการเปิดโอกาสให้กับทุกคน ในการแสดงความรู้อย่างปลอดภัย มีขั้นตอนที่ชัดเจน เพื่อให้ทุกคนได้เกิดการเรียนรู้อย่างมีความสุข มีการสร้างบรรยากาศภายในองค์กรให้เอื้อต่อการเรียนรู้ ทั้งระดับบุคคลและระดับทีม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน มีการถอดบทเรียน และการแบ่งปันความรู้อยู่ตลอดเวลา บุคลากรทุกคนปฏิบัติตามวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรที่สามารถสร้างประสิทธิภาพให้กับองค์กรด้วยความร่วมมือเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่า ซึ่งจะนำความสำเร็จมาสู่ธุรกิจส่งออกอาหารทะเล สอดคล้องกับข้อค้นพบของนักวิชาการหลายท่าน เช่น Dung & Giang (2021) ที่พบว่านวัตกรรมการจัดการสามารถทำให้ธุรกิจส่งออกมีอำนาจทางการตลาดและประสิทธิภาพในการแข่งขันทางการตลาดมากขึ้น เช่นเดียวกับ Velarde-Moreno et al. (2019) กล่าวถึงการจัดการความรู้ว่า เป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพการส่งออกของธุรกิจอาหารทะเล จากการค้นหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ การจัดเก็บความรู้ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการส่งออกอาหารทะเลทั่วโลก ทูทางสังคมของ SMEs และการจัดการความรู้ในองค์กรมีอิทธิพลมากที่สุดต่อประสิทธิภาพการส่งออก ซึ่งจะส่งเสริมความสามารถด้านนวัตกรรมและการตลาดในการขับเคลื่อนการส่งออกในอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง Vince (2018) ที่มีความเห็นว่าองค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถทำให้ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรมีประสิทธิภาพจากการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร ซึ่งบรรยากาศที่ดีจะช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ในองค์กรมากขึ้นทำให้องค์กรมีอำนาจในการแข่งขัน การที่ธุรกิจสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันในการสำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคอาหารทะเลทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองลูกค้าของแต่ละประเทศได้ตามความคาดหวัง ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเชื่อมั่นในธุรกิจส่งออกอาหารทะเลมากขึ้น สอดคล้องกับ Glavee-Geo & Engelseth (2018) ที่พบว่าความสำเร็จของการส่งออกอาหารทะเลเกิดจากการที่ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามความต้องการ โดยการแบ่งปันความรู้จากภายในองค์กร ทำให้บุคลากรมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจได้ตามเป้าหมายของการส่งออกทั่วโลก บทบาทของการเรียนรู้ขององค์กรทำให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่มั่นคง เพราะการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่มั่นคงผ่านความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร จึงได้เปรียบในการแข่งขันที่ยากต่อการเลียนแบบและนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการทำวิจัยเรื่อง นวัตกรรมและความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. รัฐบาลควรกำหนดนโยบายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ในการพัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปกำหนดนโยบายและแผนแบบบูรณาการ เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย โดยพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการและการนำไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อค้นพบไปใช้ส่งเสริมในเชิงวิชาการด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย

2. รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์และองค์กรที่เกี่ยวข้องในการสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทย สามารถนำไปศึกษา ต่อยอดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินการแบบบูรณาการ เพื่อภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความคล่องตัวขององค์กร นวัตกรรมจัดการ การจัดการความรู้ และองค์กรแห่งการเรียนรู้ ในการส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยควรศึกษาประเด็น ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อศึกษาระดับของตัวแปรและอิทธิพลที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรแตกต่างกันหรือไม่

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เช่น ตัวแปรการรับรู้คุณค่าของสินค้าที่แสดงถึงประโยชน์ในการนำไปใช้ มาตรฐานของสินค้า คุณภาพของสินค้า และความคุ้มค่าของสินค้าที่จะทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยและต่างประเทศประสบความสำเร็จมากขึ้น

3. ควรทำการศึกษาในประเทศที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในระดับสูงเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเล เพื่อนำข้อค้นพบมาสร้างความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมส่งออกอาหารทะเลในประเทศไทยให้มีความยั่งยืนต่อไป

รายการอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2565). สรุปสินค้าไทยที่มีศักยภาพส่งออก ด้วย FTA ในปี 2565. สืบค้นจาก

<https://api.dtn.go.th/files/v3/63dba9e8ef4140684f5447de/download>

กระทรวงพาณิชย์. (2565). กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สืบค้นจาก

https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub.php?cate=531&catetab=662&d=531&d_rop=4

ศูนย์ข่าวกระทรวงพาณิชย์. (2563). สืบค้นจาก <https://www.moc.go.th/th/gallery/article/detail/id/5/id/68>

วิจัยกรุงศรี. (2565). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2565-2567 สืบค้นจาก

<https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/outlook-2022-2024>

References

- Alrowwad, A., Abualoush, S.H. & Masa'deh, R. (2020). Innovation and intellectual capital as intermediary variables among transformational leadership, transactional leadership, and organizational performance. *Journal of Management Development*, 39(2), pp. 196-222.
- Asghar, M.Z., Barbera, E., Rasool, S.F., Seitamaa-Hakkarainen, P. & Mohelská, H. (2022). Adoption of social media-based knowledge-sharing behavior and authentic leadership development: evidence from the educational sector of Pakistan during COVID-19. *Journal of Knowledge Management*. pp. 59-83.
- Bashir, K.M.I., Kim, J.-S., Mohibbullah, M., Sohn, J.H. & Choi, J.-S. (2019). Strategies for improving the competitiveness of Korean seafood companies in the overseas halal food market. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), pp. 606-632.
- Başkarada, S. & Koronios, A. (2018). The 5S organizational agility framework: a dynamic capabilities perspective. *International Journal of Organizational Analysis*, 26(2), pp. 331-342.
- Chan, J.I.L. & Muthuveloo, R. (2020). Vital organisational capabilities for strategic agility: an empirical study. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 12(3/4), pp. 223-236.
- Chang, C.-W. & Huang, H.-C. (2022). How global mindset drives innovation and exporting performance: the roles of relational and bricolage capabilities. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(12), pp. 2587-2602.
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R. & Vrontis, D. (2022). "Knowledge sharing in international markets for product and process innovation: moderating role of firm's absorptive capacity", *International Marketing Review*, 39(3), pp. 706-733.
- Department of Trade Negotiations. (2022). *Summary of Thai products with export potential with FTA 2022*. Retrieved from <https://api.dtn.go.th/files/v3/63dba9e8ef4140684f5447de/download>. (in Thai).
- Dung, L.T. & Giang, H.T.T. (2021). The effect of international intrapreneurship on firm export performance with driving force of organizational factors. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(11), pp. 2185-2204.
- Giménez Espín, J.A., Jiménez Jiménez, D. & Martínez Costa, M. (2022). Effects of the organizational culture and knowledge exploration and exploitation on results in the EFQM model framework. *Journal of Knowledge Management*, 27(6) pp. 1607-1636.
- Glavee-Geo, R. & Engelseth, P. (2018). Seafood export as a relationship-oriented supply network: Evidence from Norwegian seafood exporters. *British Food Journal*, 120(4), pp. 914-929.
- Gui, L., Lei, H. & Le, P.B. (2021). Determinants of radical and incremental innovation: the influence of transformational leadership, knowledge sharing and knowledge-centered culture. *European Journal of Innovation Management*, 25(5), pp. 1221-1241.
- Gunsberg, D., Callow, B., Ryan, B., Suthers, J., Baker, P.A. & Richardson, J. (2018). Applying an organisational agility maturity model. *Journal of Organizational Change Management*, 31(6), pp. 1315-1343.
- Haider, S.A., Zubair, M., Tehseen, S., Iqbal, S. & Sohail, M. (2021). How does ambidextrous leadership promote innovation in project-based construction companies? Through mediating role of knowledge-sharing and moderating role of innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 26(1), pp. 99-118.
- Industry Team. (2022). *Thailand Industry Outlook*. Retrieved from Krungsri Research: <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/outlook-2022-2024>. (in Thai).

- Khan, N.A., Ahmed, W. & Waseem, M. (2022). Factors influencing supply chain agility to enhance export performance: case of export-oriented textile sector. *Review of International Business and Strategy*, 33(2), pp. 301-316.
- Likert, R. (1932). *A technique for measurement of attitudes*. Archives of Psychology, 140, pp. 5-55.
- Mataveli, M., Ayala Calvo, J.-C. & Gil, A.J. (2022). The role of intellectual capital and service agility in banking service provision: the perspective of Brazilian export companies. *International Journal of Emerging Markets*, 17(2), pp. 141-157.
- McKenzie, E., Bogue, J. & Repar, L. (2022). Market-oriented product development of novel sustainably sourced seafood product concepts: consumers' preferences for a different kettle of fish cake. *British Food Journal*, 124(11), pp. 4072-4102.
- Ministry of Commerce. (2020). *The Department of International Trade Promotion*. Retrieved from https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub.php?cate=531&catetab=662&d=531&dop=4. (in Thai).
- Ministry of Commerce News Center. (2020). Retrieved from <https://www.moc.go.th/th/gallery/article/detail/id/5/iid/68>. (in Thai).
- Mustafa, G., Ali, Z., Bodolica, V. & Kayastha, P. (2021). International business competence and innovation performance: the role of ambidextrous organizational culture and environmental dynamism. *International Journal of Organizational Analysis*, 31(4), pp. 907-926.
- Nguyen, M.V. (2022). Corporate social responsibility performance and its effects on climate for innovation and opportunism: evidence from Vietnamese architectural design firms. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 16(6), pp. 771-792.
- Örtenblad, A. (2018). What does learning organization mean? *The Learning Organization*, 25(3), pp. 150-158.
- Örtenblad, A. (2021). The learning organization: the time is ripe for starting to certify the Idea. *Development and Learning in Organizations*, 36(1), pp. 1-3.
- Rehman, U.U. & Iqbal, A. (2020). Nexus of knowledge-oriented leadership, knowledge management, innovation and organizational performance in higher education. *Business Process Management Journal*, 26(6), pp. 1731-1758.
- Rua, O.L. (2018). From intangible resources to export performance: Exploring the mediating effect of absorptive capabilities and innovation. *Review of International Business and Strategy*, 28(3/4), pp. 373-394.
- Safari, A., Saleh, A.S. & Balicevac Al Ismail, V. (2022). Enhancing the export activities of small and medium-sized enterprises in emerging markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(5), pp. 1150-1166.
- Shao, L.H., Bouzdine-Chameeva, T. & Lunardo, R. (2020). The interacting effect of business and cultural distances on relationship management and export performance: the case of wine export between France and China. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), pp. 1659-1672.
- Sidani, Y. & Reese, S. (2020). Nancy Dixon: empowering the learning organization through psychological safety. *The Learning Organization*, 27(3), pp. 259-266.
- Velarde-Moreno, O., Alarcón-Osuna, M. & Blanco-Jimenez, M. (2019). Mexico's Challenges in Commercial Integration with Pacific Alliance Countries. *Regional Integration in Latin America*, Emerald Publishing Limited, Bingley, pp. 61-71.
- Vince, R. (2018). The learning organization as paradox: Being for the learning organization also means being against it. *The Learning Organization*, 25(4), pp. 273-280.
- Visser, J. & Scheepers, C.B. (2022). Exploratory and exploitative innovation influenced by contextual leadership, environmental dynamism and innovation climate. *European Business Review*, 34(1), pp. 127-152.

Wang, O., Somogyi, S. & Ablett, R. (2018). General image, perceptions and consumer segments of luxury seafood in China: A case study for lobster. *British Food Journal*, 120(5), pp. 969-983.