



SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2564 ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเช้าชีวีสหศึกษา (สาขานุชยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

บทความวิจัย

- แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมพฤติกรรมการซื้อสินค้าท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนบุคคล ทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชัน X และ เจเนอเรชัน Y สูงนำ ธีราบุตร, ชวิตี้ ณ กลาง
- การวิเคราะห์ต้นทุนตัวบ้านโลจิสติกส์ สำหรับผู้ประกอบการกิจกรรมขนาดเล็กเช่น กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด ศรีติรันทร์ สุขสุทธิ, กนกธิรยา อธิรัชชิรชัย, เอกนร ทุมพล, ตติวิมล วงศ์วิไล
- สถานการณ์และรูปแบบความร่วมมือในการจัดทำฝ่ายละน้ำบ้านกำแพงเช้า หมู่ที่ 2 ตัวบล๊อกกำแพงเช้า อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรีธรรมราช เดชา แขนบัวแก้ว
- การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน บุคลากรเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ของพลิตกันท์ สินค้าเกษตรม่วงเพื่อการส่งออกในเบริกพื้นที่จังหวัดยะลา อาษา อาษา
- การพัฒนาโปรแกรมฟิกทักษะการสอบภาษาอังกฤษ ALC จิตติ สัมภัตตะกุล, พิรพงษ์ พรหมจันทร์
- THE INFLUENCE OF NON-FINANCIAL, FINANCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE FACTORS ON THE PRACTICE OF GLOBAL REPORTING INITIAL (GRI) ENVIRONMENTAL DISCLOSURE
Benazir Mohamed Rafeek, Prawat Benyasrisawat

บทความวิชาการ

- ลักษณะการดำเนินธุรกิจของเตอร์สปาและโซเทลแอนด์รีสอร์ฟสปาไทยและต่างประเทศ : การบททวนวรรณกรรม ปิยะวิทย์ กิรรส, ติวาบันท์ ติวพิภักษ์, กลกิจ ไชยอิน
- ประเทศไทยกับความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เปญญาภรณ์ ชานากุจा

บทวิจารณ์หนังสือ

- Book Review : ปั้งด้วยกาฬ
วรสิริ ธรรมประติมส์





SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1

มกราคม – มิถุนายน 2564

ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเชาร์อิสท์บังกอก (สาขานุชยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

เจ้าของ : วิทยาลัยเชาร์อิสท์บังกอก

วัตถุประสงค์

- เพื่อเผยแพร่บทความทางวิชาการ บทความวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ การแนะนำหนังสือ ตำรา และบทวิจารณ์ จากบุคลากรภายในและภายนอกวิทยาลัย
- เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการนำเสนอความด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ นิติศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ตลอดจนบทความด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ การตรวจสอบทางวิชาการ

บทความทุกบทความได้ผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 2 คน กำหนดการเผยแพร่ : กำหนดออกเผยแพร่ราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

ประสานงานการผลิตและเผยแพร่ : กลุ่มงานวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยเชาร์อิสท์บังกอก

คำชี้แจง

ทัศนะหรือความคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารวิชาการเชาร์อิสท์บังกอกฉบับนี้ เป็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ วิทยาลัยเชาร์อิสท์บังกอก บรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขถ้อยคำหรือเนื้อหาที่อาจส่งผลกระทบในทางกฎหมาย



SOUTHEAST BANGKOK JOURNAL

(Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2564

ISSN 2697-6595 (Online)

วารสารวิชาการเชาอีสท์บังกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

ที่ปรึกษา

ดร.สมศักดิ์ รุ่งเรือง

อธิการบดีวิทยาลัยเชาอีสท์บังกอก

บรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี เพرمวิชัย

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยเชาอีสท์บังกอก

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ผ่องพรณ รัตนธนาวันต์

ที่ปรึกษาฝ่ายวิชาการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมพล น่ววงศ์เสถียร

วิทยาลัยเชาอีสท์บังกอก

รองศาสตราจารย์ ดร.จากรุวรรณ ขำเพčeร

ผู้ช่วยรองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัญญา เทพสิงห์

วิทยาลัยเชาอีสท์บังกอก

รองศาสตราจารย์ อมรครร ตันพิตมน์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ

ดร.ธนภูมิ อดิเวทิน

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ดร.อัจฉรา ไชยุปัลเมງ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฝ่ายจัดการสารและพิสูจน์อักษร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ญาณวัฒน์ พโลยเทศ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วรสิริ ธรรมประดิษฐ์

ดร.ภัทรดา รุ่งเรือง

อาจารย์สมชาย ชูประดิษฐ์

ดร.โศจิลักษณ์ กมลศักดาวิกุล

Maricel Nacpil Paras

ดร.วไลพร ฉายา

อาจารย์เยาวภาณี รอดเพ็ชร

อาจารย์มาวีร์ชญ์ พรศิยาวรรัญญ์

นางสาวพัชรินทร์ ยิ่งยืน

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer Review) ประจำฉบับ

- | | |
|--|--|
| รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล กิมภารณ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงดี | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| รองศาสตราจารย์ ดร.ศิลปพร ศรีจันเพชร | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิพร พิมพ์สกุล | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| รองศาสตราจารย์ ศิริ ภู่พงษ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจน์ภา พงศ์พนรัตน์ | วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีโนมา ໂທລໍາຍອງ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงศ์ จันทร์อุ่ย | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษยา วงศ์วัลติกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐ์เกشم | มหาวิทยาลัยรังสิต |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต รัชตพิบูลพา | มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรวรรณ นันทแพศย์ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชะเกริก | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมยศ อวägeยรติ | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อธิป ธรรมวิจิตร | มหาวิทยาลัยกรุงเทพ |
| | มหาวิทยาลัยมหิดล |



บทบรรณาธิการ

เนื่องในวาระอันเป็นครุภัณฑ์มงคลขึ้นปีใหม่ 2564 ขออาราธนาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายร่วมอำนวยพรอันประเสริฐ แด่ทุกท่านให้สุข สมหวัง ในทางที่ดีที่ท่านประทาน วารสารวิชาการเข้าร์อีสท์บังกอก ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2564) เสนอบทความเกี่ยวกับชีวิตของสังคมไทย

ที่น่าสนใจ บทความสตานการณ์ความร่วมมือในการสร้างฝ่ายชัลอน้า บทความเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพผลิตภัณฑ์มะม่วง เป็นต้น เพื่อแสดงถึงความสามารถของวิถีไทยในการดำเนินอยู่ท่ามกลาง Digital Disruption ทั้งนี้ยามที่เกิดวิกฤตหากสามารถนำมาเป็นโอกาสสร้างสิ่งใหม่ๆ ในธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งด้านการห้องเที่ยว และด้านโลจิสติกส์ ดังบทความหลากหลาย และบทวิจารณ์หนังสือในฉบับนี้ หากมีความรู้และปัญญา ก็เพียงใช้เพียงสมองและปากการวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อนด้วยการอธิบายเป็นภาษา เป็นการสร้างโอกาสเหนือกว่าคนอื่นๆ ในยุคนี้ วารสารวิชาการเข้าร์อีสท์บังกอกขอทำหน้าที่เป็นสื่อกลางด้านวิชาการสู่ทุก ๆ ท่าน ตลอดไป

ศาสตราจารย์ พลเรือตรีหญิง ยุวดี ประวิชัย
บรรณาธิการ

สารบัญ	หน้า
บทความวิจัย	
แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมพฤติกรรมการซื้อสินค้าท่องเที่ยวและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวเจเนอเรชัน X และ เจเนอเรชัน Y ¹ ธุรินี ชีราনุตรร, ชาลีย์ ณ ถลาง	1
การวิเคราะห์ต้นทุนด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้ประกอบการกิจกรรมการขนส่งเอกชน กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด	15
ศรีศรินทร์ สุขสุทธิ, ณัฐรยาน์ อธิรักษ์จิรชัย, เอกนรี ทุมพล, ศศิวิมล วงศ์วิไล	
สถานการณ์และรูปแบบความร่วมมือในการจัดทำฝายชะลอน้ำบ้านกำแพงเชา หมู่ที่ 2 ตำบลกำแพงเชา อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ² เดช แขน้วแก้ว	29
การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ของ พลิตภณ์สินค้าเกษตรม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ³ สุstrarัตน์ พิมลรัตนกานต์	41
การพัฒนาโปรแกรมฝึกทักษะการสอบภาษาอังกฤษ ALC จิตติ สัมภัตตะกุล, พีระพงษ์ พรอมจันทร์	55
THE INFLUENCE OF NON-FINANCIAL, FINANCIAL AND CORPORATE GOVERNANCE FACTORS ON THE PRACTICE OF GLOBAL REPORTING INITIAL (GRI) ENVIRONMENTAL DISCLOSURE Benazir Mohamed Rafeek, Prawat Benyasrisawat	68
บทความวิชาการ	
ลักษณะการดำเนินธุรกิจของเดย์สปาและโอยาเทลแอนด์รีสอร์ทสปาไทยและต่างประเทศ : การบททวนวรรณกรรม ⁴ ปิยะวิทย์ ทิพรส, ศิรัตนันท์ ศิรพิทักษ์, กุลทิวา ໂຍჟິນ	87
ประเทศไทยกับความพร้อมในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา	100

การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
ของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออก
ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา
THE INCREASING POTENTIAL COMPETITION, VALUE-ADDED AND INNOVATION
MANAGEMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTS, MANGOES FOR EXPORT
IN CHACHOENGSAO PROVINCE.

สุดารัตน พิมลรัตนกานต์*

Sudarat Pimonrattanakan

(Received : October 08, 2020 ; Revised : December 09, 2020 ; Accepted : December 09, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งนี้ผลที่ได้รับจากการศึกษาจะนำไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออก ระเบียบวิธีวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวมทั้งข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลที่ได้รับนำมาตรวจสอบแบบสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วง 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรม ของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วง 3) ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร ประโยชน์ที่ได้ทำให้เกิดนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้พร้อมรับต่อภาวะฉุกเฉินด้วย

คำสำคัญ : ศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

* อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Instructor , College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University.
e-mail : sudarat.pi@ssru.ac.th

Abstract

The objective of research was to elevate the potentiality competitiveness, value-added and innovation management of agricultural products, mangoes for export in Chachoengsao Province. The research findings will be proposed as a policy recommendations and innovative management guidelines of agricultural products, mangoes for export. The research method was qualitative research that employed phenomenological approach. The main informants were 15 farmers or the president of community enterprise, selected by the purposive sampling technique. Research tools consisted of in-depth interviews and non-participant observation together with data from documents. Then the obtained data were triangulated and analyzed using content analysis method. The findings from the content analysis were as follows. 1) The potentiality of competitiveness is crucial and affects the innovation management of local wisdoms in agricultural products, mangoes. 2) The value-added creation is essential and affects the innovation management of local wisdoms in innovation management of agricultural products, mangoes. 3) The innovation management is essential and affects the farmer performance. The benefits have resulted in creative innovation of local wisdoms to farmers in order to be prepared for emergency situations.

Keywords : Potential competition, Value-added, Innovation management

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบันทึกฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 ซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการพัฒนาศักยภาพของประชากร มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศไทย เพื่อส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืนอย่างมั่นคงยั่งยืน และหนึ่งในแนวทางการดำเนินการคือ เพิ่มการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศในทุกภาคส่วนของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) และหนึ่งในหลักการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทย คือ ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตมะม่วงเป็นอันดับ 3 ของโลก ประมาณ 2.6 ล้านตัน บริมาณผลผลิต ในลำดับที่ 3 ปริมาณผลผลิตต่อไร่เพียง 1.01 เมตริกตันต่อไร่ ซึ่งในขณะที่ประเทศไทยอีนมีผลผลิตได้สูงถึง 1.97 – 1.35 เมตริกตันต่อไร่ (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี พ.ศ. 2561-2564, 2563) พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญของไทยคือจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและสร้างรายได้ให้กับประเทศ อีกทั้งจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ในพื้นที่ที่อยู่ในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor, EEC) เพื่อยกระดับพื้นที่ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเข้มแข็งภูมิภาค การพัฒนาเมืองและสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้และพัฒนาบุคลากรทุกระดับที่เป็นฐานสำคัญในการสนับสนุน รวมถึงการยกระดับชุมชน รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกำลังคนความรู้สูง จำเป็นต้องมีแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตั้งแต่ต้นทาง ผู้ผลิตวัตถุดิบพัฒนาวัตถุดิบ กลางทาง การแปรรูปเพิ่มมูลค่า และปลายทาง การพัฒนาคนสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ให้เข้มแข็งกันตามทั่วโลกค่าต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ตามแนวทางประชาธิรัฐแบบบูรณาการและความต้องการของผู้ประกอบการ ภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560). ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีเกษตรกรทำสวนมะม่วงกำลังประสบปัญหาด้านศักยภาพและการควบคุมคุณภาพในการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สัดส่วนการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์มะม่วง มีแนวโน้มเป็นไปได้ว่าผลิตภัณฑ์มะม่วงของประเทศไทยในมุมมองของตลาดโลก ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับคุณภาพของมะม่วงของไทย

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ซึ่งปัญหาจากการวิจัยนี้คือด้านศักยภาพและการควบคุมคุณภาพในการผลิต ในด้านการปรับโครงสร้างการผลิตมะม่วงคุณภาพมาตรฐานที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ GAP, GMP, GACCP ปัญหาการสร้างการสร้างมูลค่าเพิ่ม ด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากหลายพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในลักษณะสดและแข็ง และเพิ่มการส่งออกในตลาดเดิม และขยายการส่งออกในตลาดใหม่ ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรที่ปลูกมะม่วงในจังหวัดฉะเชิงเทรา ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ไม่ใช่การผลิตในครัวเรือนโดยการผลิตในครัวเรือนและคุณภาพผลผลิต การแปรรูปภายในชุมชน กลุ่มเกษตรกร หรือเป็นวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมในการแปรรูป และส่งเสริมด้านการตลาดในการส่งออกสินค้าเกษตรมะม่วง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่นับว่ามีความสำคัญอย่างหนึ่งของไทยที่จะเพิ่มมูลค่าในการส่งออกให้มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมั่นคงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ค้นคว้าทฤษฎี ตลอดจนรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้
ศักยภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันเป็นโดยใช้กรอบแนวคิด Thailand Competitiveness Matrix (TCM) และการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของโลกมาจัดกลุ่มธุรกิจบริการอุตสาหกรรม น่าสนใจ (Attractiveness) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น แบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่มีศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งในด้านความน่าสนใจและขีดความสามารถ 2) กลุ่มธุรกิจเฉพาะด้านที่มีศักยภาพ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพปานกลางควรเพิ่มความชำนาญในบางกลุ่มที่มีศักยภาพให้โดดเด่นมากขึ้น 3) กลุ่มที่มีศักยภาพที่เน้นการให้บริการในประเทศหรือบริการสาธารณะ 4) กลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มมาแรงเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามปัจจัยแวดล้อมและกระแสโลกวิถีที่เปลี่ยนแปลงไป (กาญจนา สุคัณธ์สิริกุล, 2558)

แนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองระบบเพชร (Diamond Model) (Porter, 1990) ในการพัฒนาโมเดลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองไดมอนด์เพื่อใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมี 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรที่เข้าไปในส่วนของวัตถุดิบที่เข้าสู่กลุ่มอุตสาหกรรม 2) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กร 3) กิจการสนับสนุนและเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการมีอยู่ของธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรม 4) ภาวะอุปสงค์ ได้แก่ ทัศนคติ รสนิยม และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ (Porter, 1990)

โดยสรุปความหมายของศักยภาพการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ

มูลค่าเพิ่ม

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดประกอบด้วยลักษณะ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมในการจัดจำหน่าย 2) การปรับรูปผลิตภัณฑ์ บรรจุของจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเป็นสากล 3) การจัดหาสถานที่จำหน่าย โดยมีการจัด

จำหน่ายทางสื่อออนไลน์ การอกร้านจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและการวางแผนจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว 4) ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (กัลยารัตน์ คุณชุมพู, 2554)

โดยสรุป ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การปรับรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม เป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ความรู้ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบอันเป็นประโยชน์กับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างต่อเนื่อง (Lawson & Samson, 2011) ความสามารถด้านนวัตกรรมนั้นสามารถอธิบายได้หลายมิติ ทั้งกลยุทธ์ที่ส่งเสริมนวัตกรรม กระบวนการทำงาน สินค้าและการแสวงหาตลาดใหม่ หรือในส่วนของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่สนับสนุนนวัตกรรม ความสามารถและทรัพยากรการบริหารจัดการ ความคิดสร้างสรรค์ (Zhou, K Z, & Li, 2010)

โดยสรุป ความหมายของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม หมายถึงการส่งเสริมให้มีการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การมีความคิดสร้างสรรค์ วิธีการทำงานใหม่ การเปลี่ยนแปลงยอมรับความคิดและวิธีการทำงานใหม่ มีการพัฒนาการสร้างสรรค์ซึ่งทางการตลาดใหม่ที่หลากหลายที่เป็นนวัตกรรมทางการตลาด และการยกระดับคุณภาพการบริการ

ผลการดำเนินงานของเกษตรกร

ระบบการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์รวมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่การวัดผลทางด้านเศรษฐกิจ ที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลกระทบต่อด้านสังคม และผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม (Huang, 2012; Santos, J. B. & Brito, 2012)

ดังนั้น ความหมายของผลการดำเนินงานของเกษตรกร หมายถึง ผลการดำเนินงานของเกษตรกรในด้านผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงาน และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพวิธีทางแบบประภากลาง ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความรู้ ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจ

ความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาญ โพธิสิตา, 2556) ตลอดจนความรู้ ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างใน งานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความหลากหลายที่ให้มุ่งมองและการตอบคำถามที่สามารถตอบ ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีคุณสมบัติต่างๆ ที่เป็นตัวอย่างที่ดีในการศึกษาได้ (ชาญ โพธิสิตา, 2556) กำหนดเกณฑ์การเลือก คือ เป็นเจ้าของสวนเกษตรมະม่วงที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกัน ตามจำนวนเนื้อที่การเพาะปลูก คือ 10-20 ไร่ 21-30 ไร่ และมากกว่า 30 ไร่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยวิธีวิทยาแบบ pragmatics ตามแนวคิด pragmatics ตามแนวทางของ Heidegger ที่เน้นการหา ความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ ไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้นเพื่อมุ่งทำความ เข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็น เครื่องมือที่สำคัญ ช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า พิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งของข้อมูลและแหล่งที่มา เพื่อนำมา พิจารณาในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี การ ตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล เป็นการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการ สัมภาษณ์ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวมข้อมูล คือการใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี โดย ครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับวิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการยืนยัน และหาข้อมูลเพื่อความชัดเจน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาจากบทความ เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับโดยใช้แนวคิดความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมการเกษตรเพื่อให้ ทราบถึงความหมายและหลักการของแนวคิดนี้ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ ขั้นตอนที่หนึ่ง ดำเนินการ เลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าของสวนเกษตรมະม่วง ขั้นตอนที่สอง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลายโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ขั้นตอนที่สาม เครื่องมือที่ใช้ใน การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่ ออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างทำหน้าที่ในการสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่สี่ การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูล หลักผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลโดยใช้นามสมมุติของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยไม่เปิดเผยชื่อจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย 1) การจัดระเบียบข้อมูล เป็น การทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบเพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งานสามารถแบ่งเป็นการจัด

ระเบียบทางกายภาพข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วนั้นกลับเข้ามารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม โดยจำแนกตามประเด็นหัวข้อในการวิเคราะห์ 3) การหาข้อสรุป ตีความและตรวจสอบประเด็นความถูกต้องของผลงานวิจัย 4) การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และเรียบเรียงเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ชาญ โพธิสิตา, 2556)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. **ศักยภาพการแข่งขัน ลักษณะด้านศักยภาพการแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ** ใน การประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ สามารถสรุปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ด้านปัจจัยนำเข้า 2) ด้านปัจจัยอุปสงค์ 3) ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ 4) ด้านนโยบายภาครัฐ แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพการแข่งขัน ด้านปัจจัยนำเข้าโดยการที่เกษตรกรมีการคัดเลือกผลมะม่วงที่มีคุณภาพ เกษตรกรมีความรู้ความสามารถในการในด้านการใช้เครื่องมือในการแปรรูปมะม่วง ด้านปัจจัย อุปสงค์ เกษตรกรมีเงินทุนสำรองที่เพียงพอแต่สัดส่วนของยอดขายจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และสำหรับด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ เกษตรกรมีการวางแผนที่ดีที่หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น เกษตรจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร และมหาวิทยาลัย ได้มีการนำองค์ความรู้ต่างๆ ในด้านการ พลิต การแปรรูป การสร้างและการใช้แอพพลิเคชันในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย

2. **การสร้างมูลค่าเพิ่ม ลักษณะการสร้างมูลค่าเพิ่ม สรุปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) การปรับรูปผลิตภัณฑ์ 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ 3) การจัดหาสถานที่จำหน่าย 4) การประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม เกษตรกรมีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มีการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ และได้ทำการเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มเกษตรกรโดยการแปรรูป ด้านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าโดยเน้นความสดช้วก ความ爽やหาม ความทันสมัย และออกแบบแบรนด์โลโก้ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้สะท้อนความดูดดูด สวยงาม เพื่อสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดหาสถานที่จำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์มะม่วงที่ผ่านการแปรรูปแล้ว และผ่านการออกแบบแพคเกจผลิตภัณฑ์ มาทำการจำหน่ายในช่องทางโซเชียลมีเดียที่เป็นแอพพลิเคชันในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย และด้านการประชาสัมพันธ์เป็นการนำผลิตภัณฑ์มะม่วงที่ผ่านการแปรรูปแล้วและผ่านการออกแบบแพคเกจผลิตภัณฑ์มาทำการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อทำการสร้างการรับรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง**

3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ลักษณะของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม เป็นการส่งเสริมให้มีการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สรุปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการบริการ แสดงให้เห็นว่าการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการรวมถึงการสร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาคิดค้นการดูแลรักษาและรักษาคุณภาพเพื่อเน้นการส่งออกที่ดีโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ออกแบบบรรจุภัณฑ์ เอง เพื่อเป็นการยกระดับการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมีมาตรฐานสากล ในการส่งออกรวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมีมาตรฐานสากล ด้านกระบวนการ กลุ่มเกษตรกรมีการใช้อุปกรณ์เครื่องมือมาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงาน ด้านการผลิตและกระบวนการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องพ่นที่มีประสิทธิภาพและการจัดหาถุงห่อที่มีคุณภาพซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากล แต่ก็ต้องมีการลดการใช้ยาฆ่าแมลง และลดการใช้สารเคมี ด้านการตลาดกลุ่มเกษตรกรมีการใช้แอพพลิเคชันของสื่อออนไลน์ในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม เป็นต้น และด้านการบริการมีการให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจโดยการใช้การจัดการความรู้ (KM: Knowledge Management) เชิงสร้างสรรค์ โดยเป็นการแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือกันในกลุ่ม มีการรวมกลุ่มเพื่อปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่องการรับรองมาตรฐาน เรื่องการขออนุญาตส่งออก การวิเคราะห์แหล่งน้ำ มีการแบ่งปันในอุปกรณ์เครื่องมือการเกษตร การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร รวมถึงการให้บริการและการเอาใจใส่ต่อลูกค้า

4. ผลการดำเนินงานของเกษตรกร ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกร เป็นความสามารถในการสร้างผลกำไร การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า สามารถสรุปได้ 2 ประเด็น คือ 1) ผลการดำเนินงานทางการเงิน 2) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน แสดงให้เห็นว่ามีผลการดำเนินงานของเกษตรกร ซึ่งถ้าเป็นผลการดำเนินงานทางการเงินจะเป็นรายได้ในรูปแบบความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรายได้ที่มาจากการส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสำหรับผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงินจะเป็นในรูปแบบการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

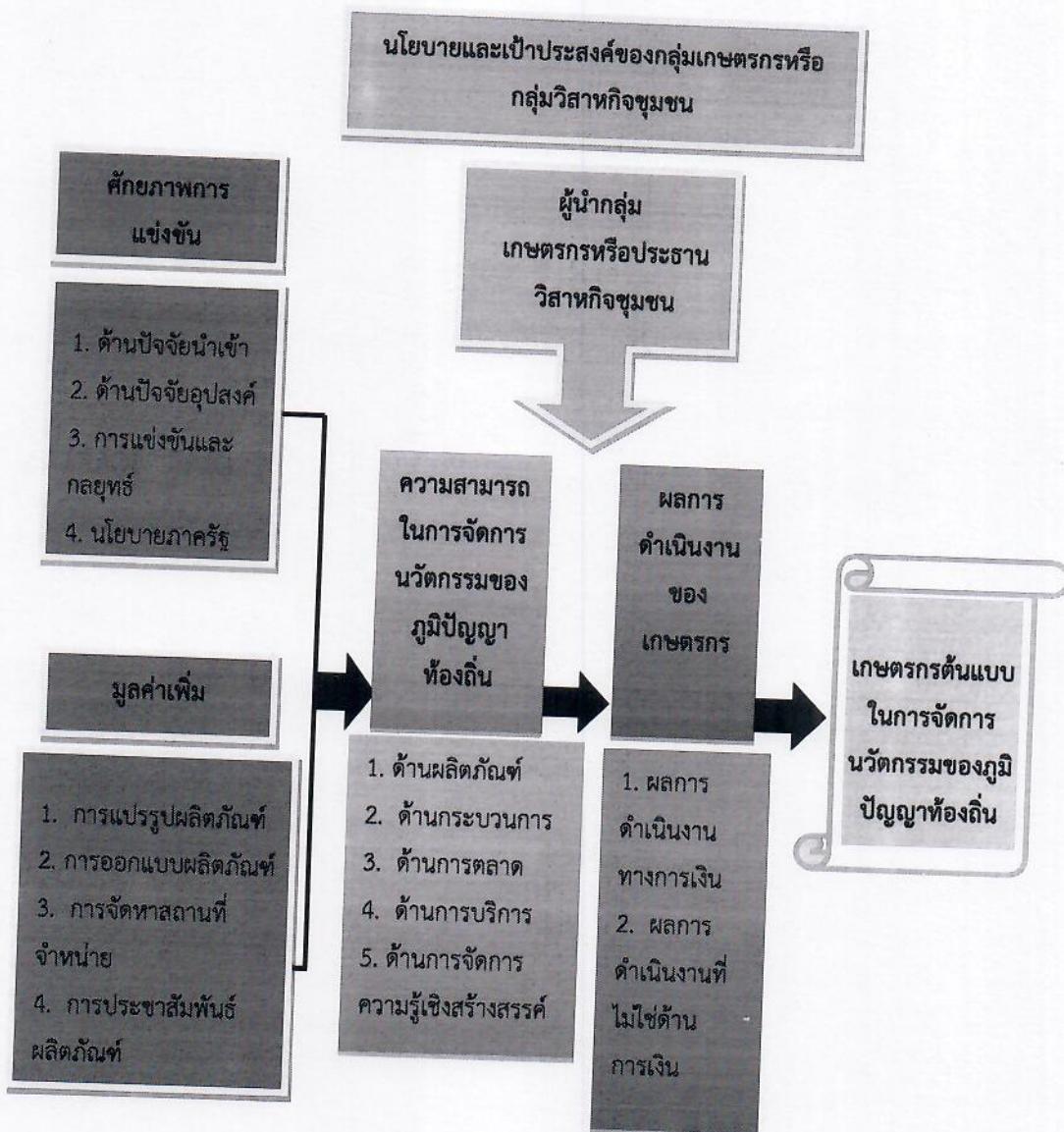
5. การส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมีมาตรฐานสากล แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานสากล ให้สามารถส่งออกไปต่างประเทศ ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาในด้านคุณภาพของมีมาตรฐานสากล ให้ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออก และเกษตรกรต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประเด็น	สรุป
1. ศักยภาพการแข่งขัน	ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญเนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึง การเปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ ที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขัน และกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม	การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึง การสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การปรับรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด
3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม	ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญเนื่องจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการรวมถึงการสร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนวัตกรรม ที่ได้จากการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านเทคโนโลยีช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของกลุ่มเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น
4. ผลการดำเนินงานของเกษตรกร	ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกรมีความสำคัญเนื่องจากเป็นความสามารถในการสร้างผลกำไร การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า

สรุปผลการวิจัย รูปแบบองค์ประกอบหลัก 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ศักยภาพการแข่งขัน 2) การสร้างมูลค่าเพิ่ม มิติที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการบริการ และ มิติที่ 3 ผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมະม่วงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ผลการดำเนินงานของ

เกษตรกร มิติที่ 4 เกษตรกรต้นแบบในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรรวมม่วงของจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ สินค้าเกษตรรวมม่วงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

อภิปรายผลและสรุป

จากการศึกษาพบว่าความสามารถในการจัดการนวัตกรรมนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะ เชิงนโยบายและการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรรวมม่วงเพื่อการส่งออก มีดังนี้

- ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรรวมม่วง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการ

เปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืนให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขัน และกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Porter (1990) ที่แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งมี 4 องค์ประกอบหลัก คือ ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรในส่วนของวัตถุดิบ ทรัพยากรม努ย ความสามารถด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันขององค์กร กิจการสนับสนุนและเกี่ยวข้อง และสภาพอุปสงค์ได้แก่ หัตถศิลป์ สนับสนุน และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การประรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยารัตน์ คุณชุมกุ (2554) โดยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้ เป็นที่ยอมรับของตลาด มี 4 ประการ คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีรีหัตสินค้า การค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การประรูปผลิตภัณฑ์บรรจุของจำหน่ายเป็นการ พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเป็นสากล การจัดหาสถานที่จำหน่าย โดยมีการจัด จำหน่ายทางสื่อออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย

3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร ทั้งนี้เนื่องจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ รวมถึงการ สร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนวัตกรรมที่ได้จากการพัฒนา และนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านเทคโนโลยีช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน และที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของกลุ่มเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นหรือผลการ ดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Santos & Brito (2012) และ Huang, (2012) ที่ว่าผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์รวมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่การ วัดผลทางด้าน เศรษฐกิจที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การ เติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลทางด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียของ องค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลประกอบการด้านสังคม และ ผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย

1.1 ได้ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการ นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก โดยที่สามารถพัฒนาศักยภาพในการ

แข่งขันของท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมีมาตรฐานอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง อีกทั้งสามารถยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมีมาตรฐานนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออก และได้สังเคราะห์ตัวแบบขึ้นรูปเพื่อนำตัวแบบศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของสินค้าเกษตรมีมาตรฐาน ถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในการยกระดับศักยภาพเพื่อส่งเสริมการส่งการออกมีมาตรฐานของตลาดโลก

1.2 ได้ทราบถึงแนวทางการยกระดับศักยภาพการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและจัดการอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรมีมาตรฐานเพื่อการส่งออก ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปจัดการสำหรับชุมชนผู้ผลิตเพื่อช่วยผลักดันความสำเร็จให้กับกลุ่มเกษตรกรประกอบกับผลการวิจัยเชิงพื้นที่เชิงพร่องนาทำให้ทราบถึงบริบทของชุมชน การมีส่วนร่วมในชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนต่อไป

1.3 ได้ทราบถึงการเป็นเกษตรกรต้นแบบในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่น ในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรของจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมถึงประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในการเพิ่มศักยภาพแนวคิดและการพัฒนาที่ยั่งยืนหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตร มีมาตรฐานนั้นทำให้เกษตรกรผู้ประกอบการและบุคลากรได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาช่องทางตลาดใหม่ใน การเปลี่ยนแปลงกระบวนการทัศน์การตลาดทั้งในผู้บริโภค เทคโนโลยี ข้อมูล และการสื่อสาร รวมถึง เทคโนโลยีที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีการใช้ช่องทางออนไลน์ ซึ่งในส่วนของเกษตรกรต้องปรับตัวให้ ทันเรื่วมเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการให้หัดเหยียดต่างประเทศ สำหรับการเปลี่ยน รูปแบบวิธีการทำงานใหม่นั้นทำให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นรูปแบบวิธีการทำงานใหม่ ใน การออกแบบปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการทำงานให้ดีขึ้นร่วมกัน มีเทคโนโลยีที่สร้างสรรค์และ หลากหลายโดยปราศจากการปิดกั้นความคิดเห็นที่ประโยชน์ และสำหรับการยกระดับคุณภาพ ผลิตภัณฑ์นั้นเมื่อเกษตรกรมีการควบคุมต้นทุนภายใต้จังหวัดมีการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์หาสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตมีการลดต้นทุนการใช้วิธีการลดการสูญเสียและ กำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่เป็นมาตรฐานที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เนื่องจากการเพิ่มผลิตภัณฑ์ ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์จะต้องเริ่มจากจุดภาคคือตั้งแต่ระดับบุคคลดังนั้นเกษตรกรต้องปรับบทบาทเพื่อ ยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องรอภาครัฐซึ่งสามารถทำได้โดยการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินงาน และใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

3. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การศึกษานี้ช่วยยืนยันองค์ประกอบของศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของสินค้าเกษตรมีมาตรฐานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรและปัจจัย

สาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และก่อให้เกิดประโยชน์เชิงทฤษฎี ได้แก่ การบูรณาการทางแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่ม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมของ มาประยุกต์ใช้โดยพิจารณาคือความสามารถในการจัดการนวัตกรรม มาเป็นตัวแปรส่งผ่าน และในการศึกษาปัจจัยผลลัพธ์ในที่นี้คือการดำเนินงานของเกษตรกร โดยเป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยแบบ Casual Research เพื่อพิสูจน์ความสามารถสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปรศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม กับผลการดำเนินงานของเกษตรกร หน้าที่เน้นการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางหรือตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม อีกทั้งยังเป็นการศึกษาในบริบทของเกษตรกรสินค้าเกษตรมีมูลค่า เช่น ผักกาดขาว แตงกวา เป็นต้น ซึ่งมีงานวิจัยไม่มากนักที่มุ่งศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมในฐานะตัวแปรกลางหรือตัวแปรส่งผ่าน เนื่องจากในอดีตงานวิจัยส่วนใหญ่มักจะศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรม เป็นตัวแปรอิสระ (Antecedent Variable) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวในเชิงวิชาการสามารถนำไปต่อยอดเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรนี้กับตัวแปรอื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนและมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาห้องถังกลุ่มเกษตรกรไทย สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการให้ความรู้ต่อผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนในการจัดการเพื่อสร้างความสามารถในการจัดการนวัตกรรมในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเกษตรกร โดยที่ปัจจัยที่มาจากการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนนี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาห้องถัง

1.2 การกำหนดให้มีการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาห้องถังให้กับกลุ่มเกษตรกรภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการสินค้าเกษตร เพื่อสร้างความร่วมมือ แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และความคิดเห็น ควรจัดตั้งระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อเป็นศูนย์กลาง

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

2.1 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร มีการส่งเสริม พัฒนาด้านต่างๆ ใน การสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งทำให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน ได้ทราบถึง ความสำคัญของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างระบบการปฏิบัติงานด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มีประสิทธิภาพ

2.2 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร ได้ทราบถึงการที่จะทำให้ชุมชนนั้นมีศักยภาพการสร้าง กระบวนการเรียนรู้จากกลุ่มเกษตรกร ในด้านกระบวนการทำงาน นวัตกรรมหรือเทคนิคิวิธีการทำงานต่างๆ ที่ไม่สามารถเรียนรู้ได้มากำหนดเป็นความรู้ที่ได้รับโดยผ่านการประมวลความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรประสบ ความสำเร็จทางธุรกิจ

2.3 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและบุคลากรได้ทราบผลการดำเนินงานของเกษตรกรโดยมีความชัดเจนในสิ่งที่จะให้บรรลุ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดผลลัพธ์ การให้ความสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นและการกระตุ้นจูงใจสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ คุณชุมกุ. (2554). การสร้างมูลค่าราคาให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องอ่ำเภอแม่ท่าจังหวัดลำพูน. (รายงานการค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการปกครอง ห้องถัน มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- กาญจนा สุคันธสิริกุล. (2558). การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโอมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา (รายงานผลการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุนaruhi โพธิสิตา. (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อิมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชิ่ง.
- แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2561-2564. (2563). ข้อมูลพื้นที่เศรษฐกิจจังหวัดฉะเชิงเทรา. สีบคัน 8 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.cco.chachoenasao.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). สรุปสาระสำคัญร่าง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 -2564). สีบคัน 8 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.nesdb.go.th>
- Huang, Par Alin. (2012). *The effect of human resource practices on firm performance in Chinese Smes : an empirical study in service sector.* (Degree of Philosophy, UNIVERSITE DU QUEBEC).
- Lawson, B., & Samson, D. (2011). Developing innovation capability in organizations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5, 377.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.
- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a subjective measurement model for firm performance. *Brazilian Administration Review*, 9(6), 95-117.
- Zhou, K Z, & Li, C. B. (2010). How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63(3), 224-231.

ระดับปริญญาโท

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

- กลุ่มวิชาการตลาด
- กลุ่มวิชาการเป็นผู้ประกอบการ
- กลุ่มวิชาการจัดการอุตสาหกรรม
- กลุ่มวิชาการจัดการโลจิสติกส์
- กลุ่มวิชาการจัดการสมัยใหม่

หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

- สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

ระดับปริญญาตรี

หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตร 4 ปีเทียบโอน

ภาคปกติ ภาคสมทบ (ค่า และ เสาร์-อาทิตย์)

คณะบัญชีและวิทยาการจัดการ

- หลักสูตรบัญชีบัณฑิต
- สาขาวิชาการตลาด
- หลักสูตรการจัดการบัณฑิต
- สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

คณะโลจิสติกส์และเทคโนโลยีการบิน

- สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

คณะนิติศาสตร์

- สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะศิลปศาสตร์

- สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ
- สาขาวิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์
- สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม
- สาขาวิชาเทคโนโลยีมัลติมีเดียและแอนิเมชัน

วิทยาลัยเซ้าร์อีสท์บังกอก

298 ถนนสรพาธุ์ แขวงบางนา เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260

โทรศัพท์ 0-2744-7356-65 โทรสาร 0-2398-1356

<http://www.southeast.ac.th>