

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจ
ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
A CAUSAL MODEL OF FACTORS AFFECTING BUSINESS
SUCCESS OF ELECTRICAL AND ELECTRONICS PARTS
INDUSTRIES IN THAILAND

สมัชชา ไทวรรณเกษม

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย (2) ตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และ (3) ศึกษาอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 504 ราย ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ประกอบกิจการผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ปัจจัยความสามารถทางการแข่งขัน และปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจอยู่ในระดับมาก (2) หลังจากใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปรากฏว่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (3) ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ปัจจัยความสามารถทางการแข่งขัน มีอิทธิพล

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความสำเร็จทางธุรกิจ อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

ABSTRACT

The objectives of this research (1) to study influential factors toward business success of electrical and electronics parts industries in Thailand; (2) to examine the consistency of model with the empirical data that influence to business success of electrical and electronics parts industries in Thailand; and (3) to study the influence factors of direct, indirect and total toward the business success of electrical and electronics parts industries in Thailand.

This research is a quantitative research. The population and the sample group were electrical and electronics parts industries entrepreneurs of 504 people using a simple random sampling method. The questionnaire was used as a tool for collecting data. Statistics used for analysis were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and Pearson correlation coefficient analysis.

The results showed that (1) the electrical and electronics parts industries indicated their opinions at high level on marketing strategy, dynamic competencies, technological innovation management, competitive advantage, and business success; (2) after software package processing found that the consistency of the structural equation model were related. All criteria indicated above the benchmark. Therefore, it can be concluded that the results of this analysis are consistent with the empirical data; and (3) the factors of marketing strategy, dynamic competencies, technological innovation management, competitive advantage performed with the direct influential factors to the business success of electrical and electronics parts industries in Thailand at statistical significantly.

Keywords: A Causal Model, Business Success, Electrical and Electronics Parts Industries

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผู้วิจัยต้องการหารูปแบบความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยกำหนดเป็นปัญหาการวิจัยดังนี้ ณ ปัจจุบัน ระดับความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับใด รูปแบบความสำเร็จทางธุรกิจที่เหมาะสมแก่อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยควรเป็นแบบใด ปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และ อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อพัฒนาโมเดลและนำไปใช้ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้และความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาว

คำถามในการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความจริงโดยผู้วิจัยกำหนดคำถามคือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยมีระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จทางธุรกิจอยู่ในระดับใด
2. รูปแบบสมการโครงสร้างที่สร้างขึ้นโดยมีทฤษฎีและงานวิจัยสนับสนุนนั้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่
3. ปัจจัยเชิงสาเหตุใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 3 ประการประกอบด้วย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษา อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

รูปแบบ / วิธีการวิจัย

ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงบรรยายหรือพรรณนา (Descriptive research) เป็นการวิจัยเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในสภาพการณ์ในปัจจุบัน จึงหาความสัมพันธ์แบบสำรวจ (Exploratory Research) ระหว่างตัวแปร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยศึกษาจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 663 ราย (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2560) ส่วนการพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม Analysis of moment structures (Amos) ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของSchumacker & Lomax. (1996), Hair, Anderson, Tatham & Black. (1998) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้ คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร (Schumacker & Lomax, 1996., Hair et al., 1998 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) อัตราส่วนระหว่างขนาดกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ที่ต้องประมาณค่า (N:q) ในกรณีที่ดีที่สุดก็คือ 20:1 (Jackson, 2003) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 18 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 18 = 360$ ราย ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)

นอกจากนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailing) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้ตอบมักไม่ให้ความร่วมมือมากนักหรือหมายถึงสัดส่วนที่ผู้ตอบจะส่งแบบสอบถามคืน (Response Rate) ค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยจึงได้ทำการประมาณอัตราการตอบกลับเป็น $360 + (360 \times 0.4) = 504$ ราย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูล เพื่อเป็นการสำรองหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง กรณีที่มีการส่งแบบสอบถามคืนค่อนข้างต่ำและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน นำเชื่อถือมากขึ้นจากกรณีความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 504 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ

ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)

เครื่องมือวิจัย / วิธีการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นสอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในวิเคราะห์ 2 ประเภทได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics และ สถิติเชิงอนุมาน(Inferential statistics) สำหรับสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage),ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) และวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (Path analysis) จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานดังนี้ P-Value > 0.05, GFI \geq 0.90, AGFI \geq 0.90, CFI \geq 0.90, RMR < 0.05 และ RMSEA < 0.05 (Hair, J. F., et al.,2010 ; Diamantopoulos and Siguaw ,2000) ด้วยโปรแกรมคำนวณผลทางสถิติ Amos

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ดังนี้

1. ประโยชน์ทางด้านวิชาการ

ทำให้ได้ข้อค้นพบในเชิงวิชาการเกี่ยวกับการอธิบายถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน และความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จของธุรกิจ

2. ประโยชน์ทางด้านวิชาชีพหรือการนำไปปฏิบัติ

(1) ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนและกำหนดนโยบายของธุรกิจเข้าใจถึงปัจจัยเหตุที่มีความสำคัญต่อความสามารถทางการแข่งขัน ความสำเร็จของธุรกิจและสามารถนำผลการวิจัย ใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาปัจจัยเหตุให้มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ

(2) ผู้บริหารสามารถพยากรณ์ถึงผลสำเร็จทางธุรกิจจากผลการดำเนินงานที่เกิดจากความสามารถทางการแข่งขัน

3. ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและอื่นๆ

หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่จะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย ประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด(MKS) ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต (DC) ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (IVM) ปัจจัยความสามารถทางการแข่งขัน(CA) และปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจ(SUC) โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิด โดยการสร้างกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย โดย ปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ดังนี้

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy : MKS) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรด้วยกัน คือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ด้านราคา 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997)

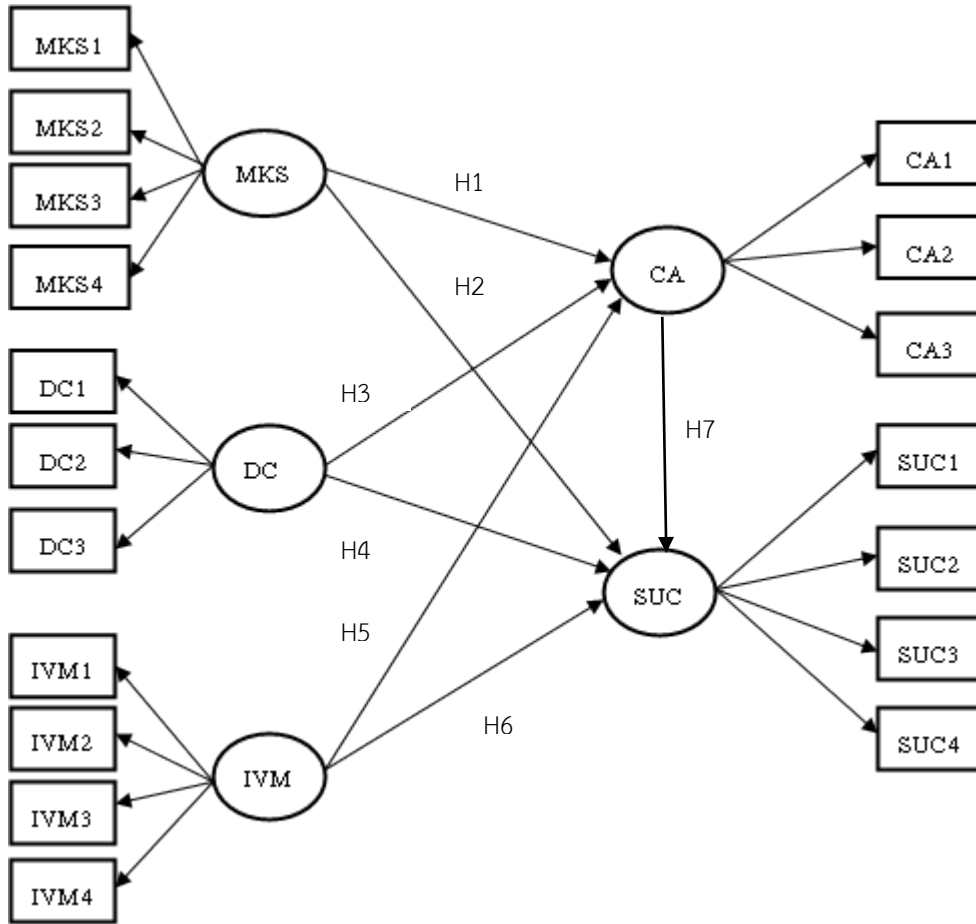
ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Competencies : DC)ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถเห็นโอกาส 2) ความสามารถเลือกโอกาส 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากร (Teece , Pisano & Schuen : 1997 ; Jantunen, Ellonen & Johansson : 2012 ; Drnevich & Kriauciunas : 2011)

การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation Management :IVM) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรด้วยกัน คือ 1)การค้นหา 2) การเลือกสรร 3)การนำไปปฏิบัติและ 4)การเรียนรู้

ความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage:CA) ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขันจะประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ 1)ความได้เปรียบด้านทางด้านต้นทุน 2)ความได้เปรียบทางด้านการสร้างความแตกต่าง และ3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ (Porter (1985); Leonidou, et al., (2013); Koseoglu, et al. (2013) และ Anatan (2014)

สำหรับการศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจ (Business Success : SUC)วัดความสำเร็จแบบสมดุลของ Kaplan & Norton. (1992) ซึ่งกำหนดแนวทางการวัดความสำเร็จจากผลการดำเนินงาน 4 ด้านคือ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

ซึ่งสามารถนำเสนอตัวแปรตามกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดเบื้องต้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
ที่มา : จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

เพื่อทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิดที่ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้แสดงไว้ในภาพที่ 1.3 จนสามารถนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานของการวิจัยได้ 8 ประการ (H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7, H8) ดังนี้ (แสดงดังภาพที่ 1.4)

H1 : กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H2 : กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H3 : ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

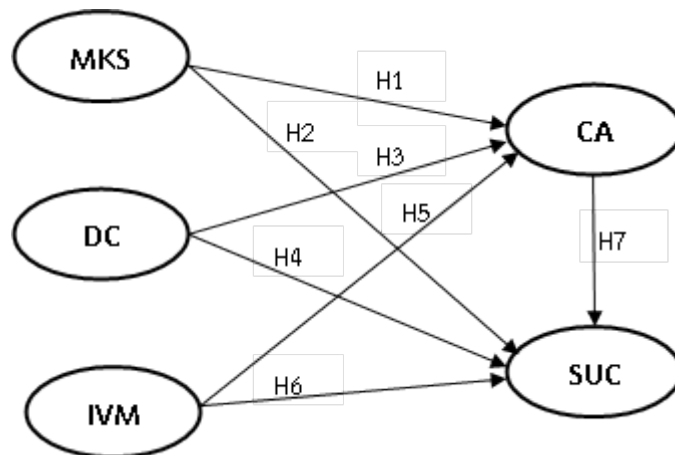
H4 : ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H5 : การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H6 : การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H7 : ความทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

H8 : โมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงหรือไม่



ภาพที่ 1.4 แสดงสมมติฐานในการวิจัย

ที่มา : จากการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งหัวข้อการนำเสนอออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่มีต่อความสำเร็จทางธุรกิจ (3) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (4) ผลการวิเคราะห์เส้นทาง มีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 385 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 41.82 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.22 รองลงมา มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.44 รองลงมา เป็นกรรมการจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 และเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 82 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.30 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 22.38 รองลงมา มีประสบการณ์ 5 – 10 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.58 ส่วนใหญ่มีขนาดธุรกิจหรือทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 50 ล้านบาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 รองลงมา มีขนาดธุรกิจทุนจดทะเบียนอยู่ระหว่าง 50-200 ล้านบาทจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 5-10 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.64 รองลงมา มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 11-15 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 50-200 คน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 45.97 รองลงมา มีจำนวนพนักงานประจำในกิจการ น้อยกว่า 50 คน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 ส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายในประเทศจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 57.66 และรายได้จากการส่งออกจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.34 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นเมื่อเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีการผลิตสินค้าของธุรกิจกับคู่แข่งต่างประเทศพบว่าเทคโนโลยีการผลิตสินค้าต่ำกว่าคู่แข่งจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 รองลงมา เทคโนโลยีการผลิตอยู่ในระดับใกล้เคียงกันกับคู่แข่ง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เน้นการแข่งขันในด้านคุณภาพ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 38.44 รองลงมา เน้นการแข่งขันในด้านราคา จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.13

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่มีต่อความสำเร็จทางธุรกิจ

1) กลยุทธ์ทางการตลาด(MKS) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่มีต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ กลยุทธ์ด้านราคา (Mean = 4.220 S.D. = 0.730) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Mean = 4.178 S.D. = 0.816) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย (Mean = 4.176 S.D. = 0.805) และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Mean = 4.163 S.D. = 0.760) ตามลำดับ

2) ความสามารถเชิงพลวัต(DC) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสามารถเชิงพลวัต โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากร (Mean = 4.158 S.D. = 0.839) ความสามารถเห็นโอกาส (Mean = 4.145 S.D. = 0.827) และความสามารถเลือกโอกาส (Mean = 4.141 S.D. = 0.906) ตามลำดับ

3) การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (IVM) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การนำไปปฏิบัติ (Mean = 4.220 S.D. = 0.730) การค้นหา (Mean = 4.213 S.D. = 0.742) ด้านการเรียนรู้ (Mean = 4.189 S.D. = 0.730) และการเลือกสรร (Mean = 4.182 S.D. = 0.762) ตามลำดับ

4) ความสามารถทางการแข่งขัน(CA) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับด้านความสามารถทางการแข่งขันโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากรายการตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความได้เปรียบด้านการสร้างความแตกต่าง (Mean = 4.167 S.D. = 0.873) ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Mean = 4.126 S.D. = 0.945) และความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการ (Mean = 4.046 S.D. = 0.954) ตามลำดับ

5) ความสำเร็จทางธุรกิจ(SUC) เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านเกี่ยวกับด้านความสำเร็จทางธุรกิจโดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปยังตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ความสำเร็จด้านลูกค้า(Mean = 4.469 S.D. = 0.790) ความสำเร็จด้านกระบวนการภายใน (Mean = 4.449 S.D. = 0.668) ความสำเร็จด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Mean = 4.411 S.D. = 0.751)และความสำเร็จด้านการเงิน (Mean = 4.374 S.D. = 0.790) ตามลำดับ

3. ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์โมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี $\chi^2/df=1.206$ P-Value=0.059 GFI=0.959 AGFI=0.944 CFI=0.988 RMSEA=0.023 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4. ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

1) กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.199 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.130 โดยสรุปพบว่า มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.329 ตามลำดับ สรุปได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และสมมติฐานที่ 2 ที่ตั้งไว้

2) ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.293 และ 0.205 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.120 โดยสรุปพบว่า มีอิทธิพลโดยรวมต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.293 และ 0.326 ตามลำดับ สรุปได้ว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และสมมติฐานที่ 4 ที่ตั้งไว้

3) การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อ ความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.290 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.130 โดยสรุปพบว่า มีอิทธิพลโดยรวมต่อ ความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.420 ตามลำดับสรุปได้ว่า การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6 ที่ตั้งไว้

4) ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.410 สรุปได้ว่าความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 ที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการอภิปรายผลในการวิจัยได้ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า โมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่สร้างขึ้นกับมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากผลการวิเคราะห์เส้นทางยังพบว่าตัวแปรแฝงปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต และปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ความสามารถเชิงพลวัต และการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานให้สูงขึ้นเพื่อให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น การที่ธุรกิจมีการมุ่งเน้นทางด้านการตลาด ความเป็นพลวัตของกิจการและมีการบริหารจัดการในด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นนั้น จะช่วยทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแต่ละเหตุการณ์และแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาด และนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปได้ซึ่งจะเป็นการเพิ่มผลการดำเนินงานของธุรกิจและสร้างความสำเร็จทางธุรกิจที่ยั่งยืน จากการศึกษาพบว่าปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler(1997) ที่ว่าการจัดการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่งเนื่องจากการจัดการตลาดเป็นเครื่องมือสำหรับการขับเคลื่อนและนำเสนอสินค้าและบริการให้เป็น ที่รู้จักและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างสูงสุด ธุรกิจต้องแสวงหากลยุทธ์โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาและให้ความสะดวกกับลูกค้า นอกจากนี้ยังมีกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจต้องใช้ความพยายามจูงใจให้ลูกค้าเกิดความชอบในสินค้าและดึงดูดความสนใจที่จะซื้อสินค้าในที่สุด (ณภัทร ทิพย์ศรีและคณะ,2558,Kotler, 1997; เสรี วงษ์มณฑา,2542) จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่สามารถส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจสามารถแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (ชาญยุทธ บุ่งทอง และคณะ, 2555) ทั้งนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถขององค์กรที่จะกระทำหรือให้บริการแก่ลูกค้าได้ดีกว่าและเหนือกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความแตกต่าง ความโดดเด่น สามารถนำเสนอรูปแบบการให้บริการพัฒนาและสร้างสรรค์ตัวสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและเติบโตได้อย่างมั่นคง (สุภมิตร ไชยรัตน์ และคณะ,2555) ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจสอดคล้องกับ Johannesssen and Olsen

(2003) ที่ได้เสนอว่าการพัฒนาความสามารถของกิจการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถของกิจการที่จะได้มาซึ่งแนวคิดใหม่ ๆ และข้อมูลที่สำคัญต่าง ๆ ถือเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดโอกาสให้กับกิจการ (Michailova and Zhan, 2015) องค์กรสามารถสร้างหรือพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง Deeds et al. (2000) พบว่าความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับจำนวนสินค้าที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ Griffith et al. (2006) กล่าวว่า การพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตนำองค์กรไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีกว่า ซึ่งผลลัพธ์เป็นไปในทางเดียวกับงานวิจัยของ Chien and Tsai (2012) ที่พบว่าความสามารถเชิงพลวัตจากการใช้ทรัพยากรขององค์กรจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน ดังนั้นองค์กรต้องการความสามารถเชิงพลวัตเพื่อพัฒนาและปรับปรุงทรัพยากรและความสามารถขององค์กร อย่างไรก็ตาม Eisenhardt and Martin (2000) แนะนำว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับการใช้ความสามารถเชิงพลวัตในการสร้างสมรรถนะขององค์กรให้มีลักษณะเฉพาะซึ่งจะนำองค์กรไปสู่ความได้เปรียบ นอกจากนี้ Helfat and Peteraf (2003) กล่าวว่าความสามารถเชิงพลวัตยังมีผลกระทบทางอ้อมต่อผลลัพธ์ขององค์กรโดยมีความสามารถเชิงปฏิบัติการเป็นตัวส่งผ่าน สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ซ้ำของ Zott (2003) ยืนยันว่ามีความสัมพันธ์ทางอ้อมระหว่างความสามารถเชิงพลวัตและผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ความสามารถเชิงพลวัตไม่สามารถเป็นแหล่งของความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ด้วยตัวมันเอง แต่ความสามารถเชิงพลวัตนำมาซึ่งความสำเร็จจากผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าโดยการผสมผสานและการเปลี่ยนแปลงของความสามารถเชิงปฏิบัติการ(Functional Competence) สอดคล้องกับ Deeds, et al. (2000) ที่เห็นว่าความสามารถเชิงพลวัตที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพ ชีตความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับจำนวนสินค้าที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าขององค์กร และสามารถนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับลูกค้าที่ดีกว่าคู่แข่ง (Li & Liu, 2014) ทำให้องค์กรอยู่รอดและเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Capron & Mitchell, 2009) และในส่วนของขีดความสามารถเชิงพลวัตกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ชีตความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Wang, 2014) เนื่องจากขีดความสามารถเชิงพลวัตเป็นพื้นฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็น สิ่งที่องค์กรสามารถหาได้ดีกว่าหรือได้เปรียบมากกว่าผู้อื่น (Tuan & Yoshi, 2010) หากธุรกิจมีขีดความสามารถเชิงพลวัตค่อนข้างต่ำจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Schilke, 2014) การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจซึ่งมีความสอดคล้องกับ Bogoslaw, D. (2010) ได้กล่าวถึงการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาภายใต้สถานการณ์เศรษฐกิจซบเซาในช่วงปี ค.ศ. 2007-2009 ที่ผ่านมามีว่า แม้ว่าการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาภายในประเทศโดยรวมจะลด

ต่ำลงอย่างเห็นได้ชัด แต่บริษัทขนาดใหญ่ในจำนวนที่สูงถึง 232 บริษัทใน Standard & Poor's 500 index กลับเพิ่มการลงทุนในด้านการศึกษาและพัฒนาโดยคาดการณ์ว่าการเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ ๆ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการฟื้นตัวของบริษัทในสถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีในการเข้ามาเป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าและบริการของบริษัทในทุกอุตสาหกรรม ไม่จำกัดแต่เพียงเฉพาะสำหรับบริษัทในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเท่านั้น (Veliyath, 1996; Zhu and Huang, 2012; Tung, 2012) โดยการพัฒนา นวัตกรรมในสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอจะช่วยสร้างเสริมความสามารถของบริษัทในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายรวมทั้งก่อให้เกิดความภักดีต่อบริษัท ตลอดจนอาจส่งผลในการสร้างเสริมประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตที่ทำให้บริษัทสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น และส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตลดต่ำลง ซึ่งจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Narasimhan, Surendra and Dutta (2006) ที่พบว่าขีดความสามารถในการดูดซับความรู้ที่วัดจากความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D Capability) ความสามารถในการตลาด (Marketing Capability) และความสามารถด้านการดำเนินงาน (Operations capability) นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลกำไรของบริษัท โดยมีตัวแปรกำกับคือความรวดเร็วของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Pace of technological change) และเมื่อความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเพิ่มมากยิ่งขึ้นผลกระทบต่อผลกำไรก็จะมากยิ่งขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนา นวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทยังได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยในอดีตจำนวนมากอีกด้วย งานวิจัยของ Daspit and D'Souza (2013) พบว่าขีดความสามารถในการดูดซับความรู้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัทเช่นเดียวกัน นวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยในปัจจุบันการพัฒนานวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีบทบาทและความสำคัญต่อหลายๆ อุตสาหกรรม นวัตกรรมทางเทคโนโลยี จึงเป็นได้ทั้ง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลัน และนวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป ถ้าการพัฒนา นวัตกรรมนั้นอยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Evan, 1966; Utterback & Abernathy, 1975; Kimberly & Evanisko, 1981 และ Damanpour, 1987) นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยียังจะส่งผลต่อรูปแบบ และระดับของการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย (Utterback & Suarez, 1993) ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Neely, et al., (2002) ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะทำงานบรรลุซึ่งเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ (Lok and Crawford, 2000) โดยการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้เกิดความสอดคล้องประสานกันกับวิธีที่จะทำให้งานต่าง ๆ เสร็จสิ้นสมบูรณ์ตามเป้าหมายโดยการใช้มีต้นทุนต่ำที่สุด โดย Neely, et al. (2002) ได้ให้ความเห็นว่าความสำเร็จเป็นสิ่งที่เป็ผลสัมฤทธิ์

จากการที่องค์กรมีการวางแผน (Plan and Build) การนำแผนไปปฏิบัติใช้ (Implement) และการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาวะแวดล้อม (Refresh) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ Solomon, et al. (2013) ที่กล่าวไว้ว่าความสำเร็จในภาคธุรกิจนั้นเป็นผลลัพธ์ของการวางแผนและการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่นำมาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และส่วนที่สองเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1) เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมของตัวแปรแฝงต่างๆ ในแบบจำลองพบว่า ตัวแปรแฝงความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มากที่สุด แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมความสามารถทางการแข่งขันมีความสำคัญต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในระดับสูง ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจจึงควรส่งเสริมและสนับสนุนเน้นให้มีการสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุน ความได้เปรียบทางด้านการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าการ โดยติดตามควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน มีความกระตือรือร้นที่จะใช้กลยุทธ์การลดต้นทุนสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ กิจการควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า มีการนำเสนอสินค้าใหม่ตลอดเวลา รวมถึงการสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้า มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริการแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องและมอบการบริการให้แก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตามเวลาที่นัดหมาย และเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเตรียมพร้อมพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการต่างๆทำให้ธุรกิจเกิดความสำเร็จทางธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

2) ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ความสามารถเชิงพลวัต และ การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานให้สูงขึ้นเพื่อให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่าง

รวดเร็ว อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต

3) โมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ที่สร้างขึ้นกับมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ธุรกิจสามารถนำโมเดลที่ได้ใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีซึ่งเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

4) หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำโมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่จะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป ดังรายละเอียด ดังนี้

1) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาและค้นหาปัจจัยเหตุที่ผู้บริหารของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลในด้านความสำเร็จทางธุรกิจ อาทิ วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

2) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสำเร็จทางธุรกิจอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เฉพาะกลุ่มผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้นเนื่องการบริหารงานในกลุ่มอื่นๆ ที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์อาจมีผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจที่แตกต่างกันการดั่งนั้นวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มอื่นๆหรืออุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ทั้งในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นๆ เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไปและเพื่อตรวจสอบระดับผลการดำเนินงาน และความสำเร็จทางธุรกิจต่อไป

3) การศึกษาความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ นั้นสมควรเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการพัฒนาการศึกษาไปสู่การศึกษาถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาวอัน โดยที่แม้ว่าตัวแปรที่ได้ใช้ในการศึกษา

ในครั้งนี้จะจัดได้ว่าเป็นแนวคิดเพื่อให้.....ตามดั่งนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุด้านอื่นๆที่เป็
 ความสำเร็จในด้านอื่นๆเช่น การจัดการ
 ลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพความรับผิดชอบ
 ภาวะผู้นำ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการ
 ช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เกิดการพัฒนาด้านต่างๆอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กวินรัตน์ โรจน์สิริดำรงกุล ภัคดี มานะหิรัญเวท. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ประเภทตัวเก็บประจุไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จรัสพล ธนพัทธกุล. (2538). **เคล็ดลับการจัดการการเงิน : สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก**. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.
- ชาญยุทธ บุ่งทอง, จินดารัตน์ ปิรมณี และพิรวัฒน์ ไชยล้อม. (2559). **ความสัมพันธ์ระหว่างการประชุมสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ ศักยภาพการแข่งขันทางการตลาด และผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชน**. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 4 (1) : 57-68.
- ไชย ณ พล *อัครศุภาเศรษฐ์*. (2560). **Creativity & Innovation การสร้างสรรค์นวัตกรรม เพื่อศักยภาพการแข่งขันสู่โลกอนาคต**.
- दनัย เทียนพุ่ม. (2559). **การออกแบบและพัฒนาความรู้ในองค์กรโดยมีอาชีพเพื่อมีอาชีพ**. กรุงเทพฯ : นาโกต้า. (ชุดกลยุทธ์การพัฒนาคน).
- ดุขฎี สีมาขจร. (2559). **กลยุทธ์สู่ความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์กาแฟสดของไทย**. ปริญญา มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บาร์โรว์, คอลิน. (2558). **การจัดการทางการเงินสำหรับ SMEs = Financial management for the small business**. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ปฐมาวดี ชาวลุ่มบัว. (2561). **ผลกระทบของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ต่อผลิตภาพแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์**. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- พสุ เดชะรินทร์. (2558). **“Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ”**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2560. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

- พัฒน์พงษ์ ผาทอง. (2559). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าระยะยาวของ บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน**. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พันธุ์อาจ ชัยรัตน์. (2560). **การจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
- พิชญ จงสถิตย์วัฒนา. (2559). **การบริหารการตลาด การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ**. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร
- นภดล เหลืองภิมย์. (2558). **การจัดการนวัตกรรม**. กรุงเทพฯ: ดวงกลมพัลลภซิง.
- ณัฐธิดา สุวรรณโณ; วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์. (2557). **ปัจจัยเชิงเหตุและผลของนวัตกรรมบริการ สำหรับธุรกิจนำเที่ยวภาคใต้ของประเทศไทย**. คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชา รัฐประศาสนศาสตร์.
- ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2558). **เครื่องมือประเมินขีดความสามารถทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม กรณี ตัวอย่างการประยุกต์ใช้สำหรับบริษัทผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์**. จุฬาลงกรณ์วารสาร, 22(86), 68-79.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2560). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัยสันติวงษ์และชัยศันติวงษ์. (2558). **พฤติกรรมบุคคลในองค์การ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญพัฒน์.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2555). **การตลาดสำหรับบริการ: แนวคิดกลยุทธ์**. เชียงใหม่: ภาควิชา การตลาดคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธเนศ ยุคันตวนิชชัย. (2557). **การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ = IMC (Integrated Marketing Communications)**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2557). **การตลาดธุรกิจบริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- _____. (2558). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).
- สุมาลี (อุณหะนันท์) จิระมิตร. (2559). **การบริหารการเงิน เล่ม 2**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สุกมิตร์ ไชยรัตน์, กมล เสวตสมบุรณ์, และ นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์. (2555). **ความสัมพันธ์ระหว่าง ระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสื่อสาร โทรคมนาคมในประเทศไทย**. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 4 (1) : 69-78.
- เสรีวงษ์มณฑา. (2559). **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์และศุภรเสรีรัตน์. (2557). **การบริหารตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ยุทธ ไภยวรรณ. (2556). **การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย = Multivariate statistical analysis for research**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2555). **กลยุทธ์การตลาด**. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และตลยา จาตุรงค์กุล. (2555). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัจฉรา จันทร์ฉาย. (2556). **สู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจคู่มือการวางแผนกลยุทธ์และการจัดทำ BSC = balanced scorecard**. พิมพ์ครั้งที่ 6 (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฮาเยส, ซามู แอล. (2559). **คัมภีร์การเงินสำหรับผู้จัดการ ชุด หัวใจในการบริหารธุรกิจจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ; Harvard Business Essentials**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.