

โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศ
เชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อ
ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย
A Causal Factors model of Strategic Information Technology Together
with Competitive Advantage Strategy Affecting to The Franchise Business
Success in Thailand

ธำมรงค์ เวียงอินทร์¹, ปภาวีน พชรโชติสุธี²

ปัทมากร เนตยวิจิตร³ และ ปรมะ แขวงเมือง⁴

Tummarong Wiangintra¹, Paphawin Patcharachotsuthi²

Pathamakorn Netayawijit³ and Parama Kwangmuang⁴

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Isan Khon Kaen Campus

Email: tummarong.wi@gmail.com

Received March 17, 2023; Revised May 8, 2023; Accepted May 30, 2023

Abstract

The purpose of this study was to study the influence of strategic information technology-oriented management by passing on competitive advantage strategies that affect the operational success of franchise businesses in Thailand. The sample for the study consists of 175 executives, including managers and business owners. The data will be analyzed using descriptive statistics, multiple regression equations, and structural equation models. The test results show that a strategic focus on information technology has a positive impact on strategy, competitive advantage, and operational success. Management focused on strategic information technology has a positive impact on operational success by passing on strategies for competitive advantage. Interestingly, the greatest impact on the operational success of franchise businesses in Thailand is the ability to exchange

technology knowledge, followed by a focus on technology development and innovation. The resilience of the information technology infrastructure and the ability to respond rapidly demonstrate that franchise businesses prioritize the exchange of knowledge, the development of technology, and innovation, as well as competitive advantage strategies that emphasize quick response, cost leadership, and niche market focus. Tests have indicated that modern franchise businesses rely on strategic information technology to achieve their goals and maintain a competitive advantage.

Keywords: Strategic Information Technology Orientation; Competitive Advantage; Operation Success; Franchise businesses; a casual factor

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์โดยส่งผ่านกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ในธุรกิจแฟรนไชส์ จำนวน 175 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง จากผลการทดสอบพบว่าการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ มีผลกระทบในทิศทางบวกกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินงาน การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ มีผลกระทบในทิศทางบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยส่งผ่านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่น่าสนใจพบว่าผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย มากที่สุด คือความสามารถในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยี ตามด้วย การมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม ความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การเป็นผู้นำ ด้านต้นทุน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมควบคู่ไปกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยการทดสอบแสดงให้เห็นว่าในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในปัจจุบันต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้กิจการบรรลุเป้าหมายได้

คำสำคัญ: การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์; กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ความสำเร็จในการดำเนินงาน; ธุรกิจแฟรนไชส์; ปัจจัยเชิงสาเหตุ

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ลุกลามไปทั่วโลก องค์การอนามัยโลก ได้ประกาศให้การระบาดนี้เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ ในวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 ส่งผลให้นำไปสู่การหยุดชะงักครั้งใหญ่ต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ นำไปสู่ความไม่สมดุล เหตุเพราะโรคติด

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมากกว่าความสิ้นสະเทือนครั้งใหญ่ในรอบก่อน ๆ เป็นอย่างมาก เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ในทศวรรษที่ 1930 และภาวะสงครามโลกครั้งที่สอง วิกฤตการณ์ทางการเงินในปี พ.ศ. 2550 – 2551 (Charunsiripaisan et al., 2022) ทำให้ผู้คนได้แปรเปลี่ยนสภาพการใช้ชีวิตในแบบวิถีใหม่ (New Normal) ชีวิตประจำวันถูกปรับเปลี่ยนโดยมีเทคโนโลยีและการสื่อสารเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คน เป็นการเร่งปฏิริยาทำให้การเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ นั้นเร็วขึ้น โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เพื่อที่จะตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่ต้องนำมาปรับใช้ให้เท่าทันต่อสถานการณ์ ซึ่งสวนทางกับกิจการต้องปรับตัวในการหารายได้ให้เพียงพอกับรายจ่ายที่สูงขึ้น ผู้คนมองหาธุรกิจใหม่หรือธุรกิจเสริมที่สามารถลงทุนได้โดยมีความเสี่ยงน้อย ส่งผลให้รูปแบบการดำเนินการธุรกิจนั้นเปลี่ยนไป และธุรกิจแฟรนไชส์กลายเป็นตัวเลือกของนักลงทุนรุ่นใหม่ เป็นธุรกิจสำเร็จรูปที่ไม่ต้องเสียเวลาลองผิดลองถูก เริ่มต้นไม่ยาก ลงทุนน้อย และต่อยอดก้าวหน้าได้ง่ายกว่า (SME Social Planet, 2020)

ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจแฟรนไชส์ โอกาสที่จะไม่ประสบความสำเร็จนั้นสูง ทั้งปัญหาจากเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์และผู้ซื้อธุรกิจแฟรนไชส์ ที่ไม่มีการวางแผนระบบให้ดีพอ ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่ตั้ง ระบบบัญชี การสต็อกสินค้า รวมถึงระบบหน้าร้าน จากงานวิจัยเกี่ยวกับความล้มเหลวของธุรกิจแฟรนไชส์ พบว่าสาเหตุส่วนหนึ่งที่ก่อให้เกิดความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์เป็นผลมาจากการขาดการดูแลและขาดการสนับสนุนจากเจ้าของแฟรนไชส์อย่างต่อเนื่อง (Roh & Yoon, 2009) ซึ่งจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างการสนับสนุนที่เหมาะสม ดังนั้นเจ้าของแฟรนไชส์จำเป็นที่จะต้องสร้างตราสินค้าของแฟรนไชส์ให้แข็งแรงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งนี้ประสิทธิภาพของผู้ขายสิทธิ์แฟรนไชส์เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีบทบาทต่อธุรกิจแฟรนไชส์อย่างมาก เนื่องจากผู้ขายสิทธิ์แฟรนไชส์จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญ ดำเนินการที่ลองผิดลองถูกจนได้วิธีที่ดีที่สุดแล้ว จึงทำให้ผู้ที่ซื้อแฟรนไชส์ประหยัดเวลาในการเรียนรู้ (Nyadzayo, Matanda & Ewing, 2016) ดังนั้น การนำกลยุทธ์ด้านการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากการที่สภาพเศรษฐกิจผันผวนระดับมหภาค ที่มีสาเหตุจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การมีแผนธุรกิจที่สอดคล้องกับระบบสารสนเทศ มีความยืดหยุ่นของโครงสร้างที่สามารถรองรับเทคโนโลยีสารสนเทศ และองค์กรมีความสามารถในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Rassameethes, 2007) เพื่อให้ได้มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจแฟรนไชส์ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และอีกปัจจัยหนึ่งที่ขาดไม่ได้ก็คือกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันเป็นความสามารถในการสร้างผลงาน โดยมียอดขายผลิตภัณฑ์เหนือกว่าคู่แข่ง ธุรกิจแฟรนไชส์ที่ประสบความสำเร็จต้องสร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ตรงตามความต้องการเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการนำเสนอที่มีเสน่ห์ สร้างตัวตนของธุรกิจ (DBD Franchise standard, 2018) รวมถึงความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์โดยใช้ต้นทุนต่ำสุด อีกทั้งสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือลูกค้า ให้เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น (Vimanyang, Chapawang & Jirawuttinan, 2015) ส่งผลให้องค์กรได้รับความเชื่อถือ และความไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่นำเสนอต่อลูกค้า

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญของสถานการณ์ในบริหารงานของเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ และผู้วิจัยยังพบช่องว่างทางวิชาการว่า ยังมีงานวิชาการไม่มากพอที่นำเอาองค์ประกอบในการบริหารงาน

ที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์และกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น งานวิจัยนี้ต้องการที่จะพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย โดยผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย
4. เพื่อนำเสนอโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย ตัวแปรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์

ขอบเขตด้านประชากร ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย จำนวน 498 กิจการ จากศูนย์ข้อมูลไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งแบ่งสถานประกอบการธุรกิจแฟรนไชส์เป็น 6 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจเครื่องดื่มและไอศกรีม ธุรกิจอาหาร ธุรกิจการศึกษา ธุรกิจเบเกอรี่ ธุรกิจบริการ และธุรกิจค้าปลีก ขั้นตอนถัดมาจะใช้วิธีแผนการสุ่มตัวอย่าง โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic sampling : SYS) ซึ่งเป็นการเลือกหน่วยตัวอย่างที่ได้มีการเรียงลำดับตามเกณฑ์ราคาการขอซื้อแฟรนไชส์ (Sort by price) ได้กลุ่มตัวอย่าง 221 คน และเก็บข้อมูลได้ทั้งสิ้น 175 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย ประเภทกิจการ ได้แก่ เครื่องดื่มและไอศกรีม อาหาร การศึกษา เบเกอรี่ บริการและค้าปลีก จากศูนย์ข้อมูลไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ขอบเขตด้านเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ระหว่างเดือนสิงหาคม – ธันวาคม 2565

ทบทวนวรรณกรรม

จากประเด็นปัญหาของธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อให้การพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นองค์ประกอบในการสร้างเครื่องมือวิจัยได้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์

Lee-Partridge, Teo and Lim (2000) พบว่าการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ (Strategic Information Technology Orientation) หมายถึงการนำเอากระบวนการบริหารงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจให้เกิดความสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานะการที่เกิดขึ้น และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่า จากการศึกษาของ Hsu and Fang (2009) พบว่าความสามารถในการเรียนรู้ของในการพัฒนาอย่างเป็นระบบความรู้และทักษะของบุคลากรในองค์กรช่วยให้การดำเนินงานของบริษัท และการบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

พบแนวคิดด้านการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ (Strategic Information Technology Orientation) ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ (Lee-Partridge et al., 2000; Satchawatee, Boonlua & Jantarajaturapath, 2020) ได้แก่

(1) ด้านการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ (Business-Driven Information Technology Development) การบริหารงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดการสร้างความรู้ ความเข้าใจ พัฒนาทักษะความรู้ความสามารถ เพื่อก้าวทันต่อการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลง

(2) ความสอดคล้องกับแผนธุรกิจและระบบสารสนเทศ (Aligning with the Business and Information System Plans) คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้ร่วมกับการวางแผน ธุรกิจ เป็นส่วนที่ใช้สนับสนุนการดำเนินงานตามแผนธุรกิจต่าง ๆ

(3) ความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Infrastructure Flexibility) คือปรับเปลี่ยนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยมีการเลือกใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสมกับองค์กร

(4) การมุ่งเน้นนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Innovation Orientation) คือการส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้กับองค์กร โดยการส่งเสริมบุคลากรให้สามารถคิดค้นและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงานเพื่อสร้างมูลค่าให้กับองค์กร และให้มีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่ง

(5) ความสามารถในการเรียนรู้เทคโนโลยี (Technology Learning Capability) คือความสามารถขององค์กรในการพัฒนาอย่างเป็นระบบความรู้และทักษะของบุคลากรในองค์กรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดนิ่ง ปรับเปลี่ยนได้ตลอด

(6) ความสามารถในการแลกเปลี่ยนเทคโนโลยี (Technology Exchange Competency) เป็นกระบวนการที่กำหนดให้เป็นความสามารถของบริษัทในการจัดการความรู้และทักษะของข้อมูลทางเทคโนโลยี และข้อกำหนดต่าง ๆ เป็นการแบ่งปันองค์ความรู้สองทางซึ่งเป็นประโยชน์ร่วมกันในองค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เพื่อให้ธุรกิจอยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและมีความสอดคล้องกับทรัพยากรและความพร้อมของธุรกิจ ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งหนึ่งที่องค์กรธุรกิจต่างพึงปรารถนาและองค์กรจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้น (Porter, 1990) อีกทั้ง Vimanyang, Chapawang and Jirawuttinan (2015) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันหมายถึง ความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่น ๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า พื้นฐานสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือความเหนือกว่าในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค ซึ่งลักษณะของความได้เปรียบทางการแข่งขัน Chatreewisit et al. (2010) กล่าวว่า การสร้างความสามารถที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งและส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งรายอื่นในตลาด ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสามารถแบ่งออกมาได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวของสินค้า และบริการที่นำมาซึ่งความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น องค์กรจึงต้องสร้างสินค้าและบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงสุด

(2) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) หมายถึงการมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าเหมือน การปรับปรุงสินค้า การพัฒนาสินค้าใหม่ หรือแม้กระทั่งตัดสินใจของการบริหาร

(3) ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน หมายถึง ขอบเขตซึ่งบริษัทเน้นการตลาดอยู่ในวงจำกัด ที่เน้นการตลาดอยู่ในวงแคบ ซึ่งก็คือการมุ่งเน้นไปในตลาดที่เฉพาะเจาะจงโดยให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ กับกลุ่มผู้บริโภคที่เฉพาะเจาะจงเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริง

(4) ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เนื่องจากกำไรของธุรกิจเท่ากับราคาขาย-ต้นทุนขาย ดังนั้นหากต้องการให้มีกำไรสูงขึ้นมีสองวิธีคือ การเพิ่มราคาขายและ/หรือลดต้นทุนขาย กลยุทธ์นี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้ธุรกิจ มีประสิทธิผลด้านต้นทุนสูงสุด แต่ต้องรักษาลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญที่ผู้ซื้อต้องการ โดยมีทางเลือกสองประการคือการใช้ต้นทุนที่ต่ำ ทำให้สามารถตั้งราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่ง และจูงใจให้ผู้ซื้ออ่อนไหวต่อราคาให้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มกำไร

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Operation Success) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และเป็นความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรนั้น และ Wootishingchai and Wimonard (2018) ได้ให้ความหมายว่าความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ทั้งด้านการ

ดำเนินงานขององค์กร ด้านลูกค้าและรวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจให้กับบุคลากรภายในองค์กร โดยประเภทของ การวัดผลความสำเร็จในการดำเนินงาน ร่วมกันเป็น 4 ด้าน BSC (Balance Scorecard) เป็นกระบวนการบริหารจัดการ ขององค์กรและมีการวัดผลการดำเนินงาน (Kanbunjong, 2012) ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) และด้านการ เรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์

การขยายตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจ โดยผ่านผู้ประกอบการอิสระที่เรียกว่าแฟรนไชส์ซึ่ง ส่วนแฟรนไชส์เซอร์ คือ ผู้ที่ทำข้อตกลงซึ่งรูปแบบธุรกิจ และข้อกำหนด ซึ่งจะได้รับการสนับสนุนจากเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการฝึกอบรม ด้านระบบงาน ด้านการปฏิบัติงาน มีแผนการตลาดที่ดี มีจุดเด่นผลิตภัณฑ์ สถานที่ ราคา การส่งเสริมการขาย (SMEONE, 2020)

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2565 รหัสโครงการ HEC-02-65-029 และแบบสอบถามที่นำมาใช้ประกอบด้วย 5 ตอน และได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือโดย ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามโดยใช้การวัดดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและ วัตถุประสงค์ (IOC) จำนวน 3 ท่าน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร หรือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ จำนวน 7 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจแฟรนไชส์ จำนวน 5 ข้อ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้น เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ จำนวน 30 ข้อ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ 0.83 ตอนที่ 4 ความคิดเห็น เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 20 ข้อค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ 0.97 ตอนที่ 5 ความ คิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน จำนวน 20 ข้อ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามที่ 0.90

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ หาค่า ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) และ สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ วิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) วิเคราะห์ความถดถอย อย่างง่าย (Simple Regression Analysis) วิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) วิเคราะห์ องค์กรประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factory Analysis) และวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลได้ทั้งหมด 175 กิจการ จากผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นเพศชาย 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.86 อายุ 30 – 40 ปี 126 คน คิดเป็นร้อยละ 72 ประสพการณ์ 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.71 รายได้ต่อเดือน อยู่ระหว่าง 35,000 – 50,000 จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 35.43 ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ 168 คน คิดเป็นร้อยละ 96.00 ประเภทธุรกิจอาหาร 60 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ทุนในการดำเนินงาน ต่ำกว่า 50,000 และ ระหว่าง 100,001-500,000 58 คน คิดเป็นร้อยละ 33.14 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 – 10 ปี 89 คน คิดเป็นร้อยละ 50.86 จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 10 คน อยู่ที่ 125 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รายได้จากการดำเนินงาน ต่ำกว่า 5,000,000 จำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 92.00

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์

การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ : IT	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม : Sitio	4.20	0.39	มาก
ความสอดคล้องกับแผนธุรกิจและระบบสารสนเทศ : Sisp	4.20	0.40	มาก
ความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ : Sif	4.23	0.42	มาก
ความสามารถในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยี : Stle	4.27	0.43	มาก
โดยรวม	4.23	0.41	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ในธุรกิจแฟรนไชส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.41$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านความสามารถในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.43$) เช่น กิจการเชื่อว่าการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบช่วยเพิ่มศักยภาพของงานให้บรรลุเป้าหมายมากขึ้น ด้านความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.42$) เช่น กิจการสนับสนุนให้มีการจัดเตรียมฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ บุคลากร ระบบเครือข่ายและระบบโทรคมนาคม ให้สามารถปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น และรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง และด้านความสอดคล้องกับแผนธุรกิจและระบบสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.40$) เช่น กิจการเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งว่าการมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่สอดคล้องกับแผนธุรกิจ จะสนับสนุนให้กิจการมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้น

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน : CA	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การสร้างความแตกต่าง : CAd	4.26	0.60	มาก
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว : CAqr	4.27	0.64	มาก
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน : CAmf	4.20	0.64	มาก
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน : CAcl	4.23	0.66	มาก
โดยรวม	4.24	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ในธุรกิจแฟรนไชส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.64$) เช่น กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.60$) เช่น กิจการเชื่อมั่นว่ามีนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่แตกต่างจากคู่แข่ง และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.66$) เช่น กิจการสามารถรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิมหรือลดลงได้

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์

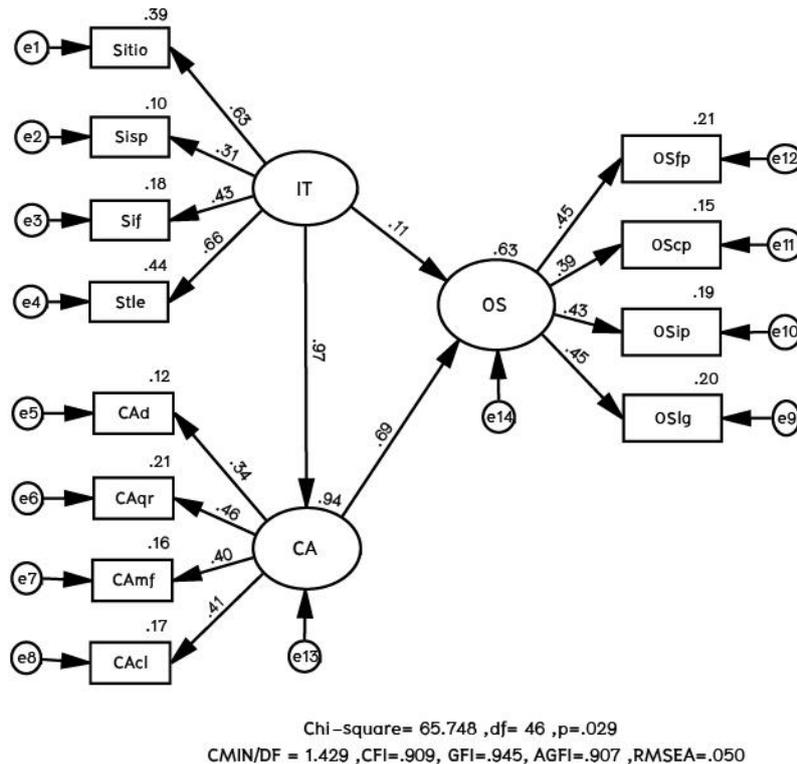
ความสำเร็จในการดำเนินงาน : OS	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเงิน : OSfp	4.16	0.61	มาก
ด้านลูกค้า : OScp	4.24	0.65	มาก
ด้านกระบวนการภายใน : OSip	4.25	0.65	มาก
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา : OSlg	4.19	0.66	มาก
โดยรวม	4.21	0.64	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ ในธุรกิจแฟรนไชส์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$, $SD = 0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.65$) เช่น กิจการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ไอที และระบบหน้าร้าน (POS) ตลอดจนระบบสั่งออนไลน์ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.65$) เช่น มีการนำเสนอข้อมูลสินค้ารุ่นใหม่ที่น่าสนใจอยู่เสมอส่งผลให้ลูกค้ามาใช้บริการมากขึ้น และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X} = 4.19$, $SD = 0.66$) เช่น กิจการมีการฝึกอบรมแก่พนักงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างสม่ำเสมอ

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ของโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยได้จากการออกแบบคิด

ในการวิจัย โดยผลการทดสอบพบความกลมกลืนสอดคล้องของโมเดลในภาพรวมพบว่า ค่า $\chi^2/df = 1.429$ ค่า CFI = 0.91 AGFI = 0.91 GFI = 0.95 และค่า RMSEA = 0.05 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จึงสรุปได้ว่ารูปแบบโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (D.E.)	อิทธิพลทางอ้อม (I.E.)	อิทธิพลรวม (T.E.)
IT→CA	0.97	-	0.97
CA→OS	0.69	-	0.69
IT→OS	0.11	-	0.11
IT→CA→OS	0.97	0.86	1.83

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 4 ผลการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.97

2. กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.69

3. การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.11

4. การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.86

การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)

การตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างด้วยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เพื่อตรวจสอบความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ มีรายละเอียดดังนี้ การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ มีค่าดัชนี $\chi^2/df = 0.83$ ค่า $p = 0.43$ CFI = 1.000 GFI = 0.99 AGFI = 0.98 และค่า RMR = 0.003 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าดัชนี $\chi^2/df = 0.98$ ค่า $p = 0.39$ CFI = 1.000 GFI = 0.99 AGFI = 0.97 และค่า RMR = 0.004 และความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าดัชนี $\chi^2/df = 0.34$ ค่า $p = 0.73$ CFI = 1.000 GFI = 0.99 AGFI = 0.99 และค่า RMR = 0.002 ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้มาวัดตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน

เกณฑ์ผ่าน/ตัวแปร	ผลการวิจัย				
	χ^2/df	p-value	GFI	AGFI	RMR
เกณฑ์ผ่าน	<2.00	>0.05	≥0.90	≥0.90	<0.05
การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์	0.83	0.43	0.99	0.98	0.003
กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	0.98	0.38	0.99	0.97	0.004
ความสำเร็จในการดำเนินงาน	0.34	0.73	0.99	0.99	0.002

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาปัจจัยการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย พบว่าการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานในธุรกิจแฟรนไชส์ ที่เป็นเช่นนี้เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยเฉพาะการปฏิบัติงานที่เปลี่ยนแปลงจากเดิมเข้าสู่ยุคสารสนเทศที่ต้องอาศัยข้อมูล ทั้งการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความยืดหยุ่นของโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการมุ่งเน้นนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thawornkasem, Attharangsun and Konthong (2015) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Raymond (2020) กล่าวว่าความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านไอที และความสามารถในการเรียนรู้วิจัยและพัฒนาช่วยให้บรรลุเป้าหมายและประสิทธิภาพในการแข่งขันโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Promma, Bhongchirawattana and Songsrirode (2018) ที่ชี้ว่ากิจการตระหนักถึงการนำระบบสารสนเทศเข้ามาใช้ในองค์กร เป็น

เครื่องมือที่นำมาใช้ร่วมกับการวางแผนธุรกิจและกิจการเชื่อมั่นว่าการจัดเตรียมข้อมูลที่ถูกต้อง สอดคล้องกับแผนธุรกิจและระบบสารสนเทศ จะช่วยในการสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์รายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ที่เป็นเช่นนี้เพราะความสำเร็จของกิจการขึ้นอยู่กับความสามารถในการวางแผนทางและทิศทางในการพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการตอบสนองอย่างรวดเร็วระหว่างทิศทางของตลาดและผลการดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Correia, Dias and Teixeira (2020) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chiu and Yang (2019) การยอมรับเทคโนโลยีและนวัตกรรมบริการมีผลต่อรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ซึ่งแต่ละกิจการย่อมมีประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยีแตกต่างกันไปตามประเภทของเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อเพิ่มรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันได้หากใช้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Krimjai, Seesura and Deesukanan (2018) พบว่ารายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันในด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน และด้านตอบสนองอย่างรวดเร็วมีผลต่อการพัฒนากิจการอย่างยั่งยืนและยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถและรายได้เปรียบเทียบที่เหนือกว่าคู่แข่ง

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาอิทธิพลการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจแฟรนไชส์ในประเทศไทย พบว่าการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน พบว่า ที่เป็นเช่นนี้เพราะ โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ ความสามารถในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gomes et al. (2022) พบว่าความสามารถในการเรียนรู้จะส่งผลให้องค์กรมีความกระตือรือร้นและสร้างสรรค์มากขึ้น ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมบุคลากรให้เป็นผู้ประกอบการอย่างถาวร ทำให้เป็นข้อได้เปรียบโดยธรรมชาติทางธุรกิจ หากกิจการเน้นให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ และกลยุทธ์รายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน มีองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wootishingchai and Wimoonard (2018) ความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ตลาดเฉพาะส่วน เพื่อได้ส่วนแบ่งทางการตลาดและความสามารถในการรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มลูกค้าใหม่ รวมไปถึงด้านกระบวนการภายในที่มีกรตอบสนองอย่างรวดเร็ว ที่ช่วยให้กิจการมีความแข็งแกร่ง มีคุณภาพของระบบงาน ไปจนถึงด้านการเรียนรู้และการพัฒนาที่จะส่งเสริมให้ภายในกิจการมีต้นทุนขององค์กรที่ดี

สรุปผล

1. เมื่อพิจารณาในมิติของการยอมรับผลการวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.23) ทำให้อาจกล่าวได้ว่าการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดนโยบาย หรือยุทธศาสตร์ในการทำธุรกิจแฟรนไชส์ในปัจจุบัน หรือแม้กระทั่งในธุรกิจประเภทอื่น โดยสะท้อนได้จากการทำธุรกิจนั้นต้องอาศัยเครือข่ายและปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเห็นได้ชัดเช่น

2. กลยุทธ์รายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน พบว่า ค่าเฉลี่ยในกลยุทธ์รายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก (4.24) โดยอาจกล่าวได้ว่า กลยุทธ์รายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน มาจากการที่กิจการสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูล

ข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา มุ่งเน้นปรับปรุงการบริการจากข้อเสนอแนะของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ดีกว่าลูกค้าโดยทั่วไป สามารถรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิมหรือลดลงได้ สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก (4.21) ทำให้อาจกล่าวได้ว่าการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ในปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการใช้การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ และกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันควบคู่กันไปในสถานการณ์ด้านการแข่งขันด้านธุรกิจที่ทวีความเข้มข้นขึ้นเพื่อให้กิจการยังคงรอดขายไว้ และต้องมองหานวัตกรรมและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ เพื่อเพิ่มยอดขาย ดึงดูดลูกค้า ส่งเสริมโอกาสความสำเร็จของธุรกิจแฟรนไชส์ที่ดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปใช้

1.1 กิจการควรให้ความสำคัญกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์เป็นหลัก ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากลยุทธ์ด้านการตลาดอื่น

1.2 การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอกิจการสามารถใช้แนวทางในการวิจัยครั้งนี้ควบคู่ไปกับสถานการณ์ด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันเพื่อผนวกเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

1.3 การศึกษาครั้งนี้สามารถเป็นข้อมูลให้กับองค์กรของรัฐในการวิเคราะห์กลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจได้ไม่มากนักน้อย ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มีข้อมูลด้านความคิดเห็นในการบริหารงานของเจ้าของกิจการแฟรนไชส์อยู่หลายด้าน เป็นผลดีในด้านการนำข้อมูลไปวิเคราะห์ให้ในเชิงธุรกิจ SMEs ได้

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์นั้นเปลี่ยนแปลงไปทุกปี หรืออาจทุกเดือนในบางเรื่อง ซึ่งยากที่จะคาดการณ์ ผู้วิจัยควรเน้นศึกษากลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นประเด็นหลักของโลกในปัจจุบัน เพื่อเป็นประโยชน์แก่นักธุรกิจที่มีทัศนคติไปในทิศทางหลากหลายให้รู้เท่าทันสถานการณ์ในปัจจุบัน

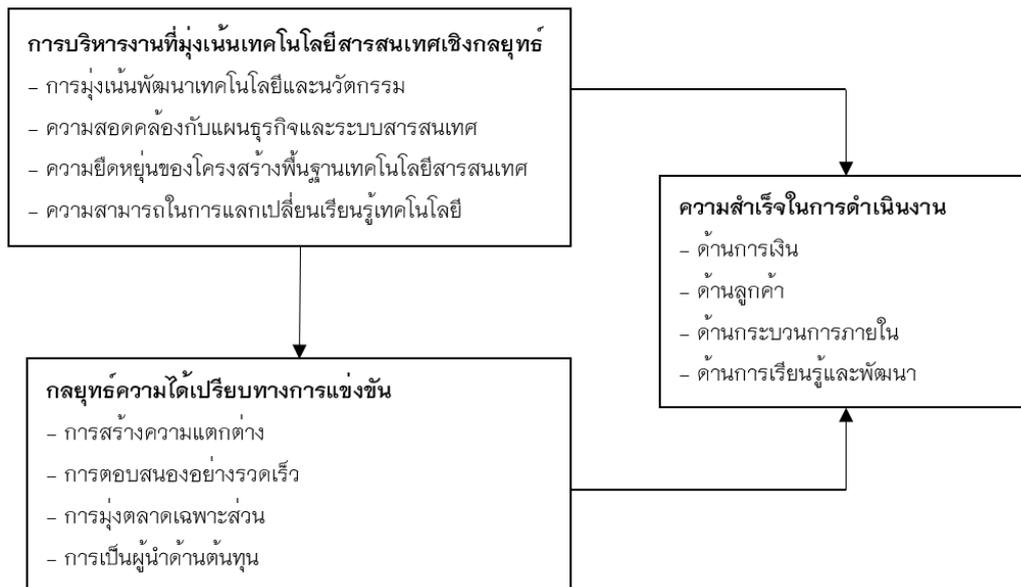
2.2 ควรศึกษาการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์โดยส่งผ่านกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจประเภทอื่นนอกจากธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีกลุ่มตัวอย่างจำนวนมาก อาจส่งผลการวิเคราะห์ไปในทิศทางที่เด่นชัดมากขึ้นได้

2.3 การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างยอดนิยมในการทำธุรกิจแฟรนไชส์ 6 อันดับแรก คือ เครื่องดื่มและไอศกรีม อาหาร การศึกษา บริการ เบเกอรี่ และค้าปลีก จากกลุ่มธุรกิจทั้งหมด 11 ชนิด เพราะฉะนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ให้ครบทุกประเภท เพื่อให้ครอบคลุมในทุกระดับ

2.4 การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นหลักในการวิเคราะห์ เก็บข้อมูลที่หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับรูปแบบข้อมูล วิเคราะห์ประเด็นศึกษาโดยอาศัยการตีความจากข้อมูลเป็นหลัก เพื่อการรวบรวมข้อมูลที่เป็นภาพรวมและหลากหลายมิติมากขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้ทำให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ร่วมกับกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานในธุรกิจแฟรนไชส์ ได้แก่ การบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ เป็นตัวแปรส่งผ่านกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานในธุรกิจแฟรนไชส์ ซึ่งกิจการแฟรนไชส์ตลอดจนธุรกิจ SMEs ไปจนถึงหน่วยงานภาครัฐสามารถนำไปประยุกต์ใช้ โดยเน้นใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์เป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างกลยุทธ์ความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้จะเป็นรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลยุทธ์ในธุรกิจแฟรนไชส์ต่อไป



ภาพที่ 2 โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุของการบริหารงานที่มุ่งเน้นเทคโนโลยีสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ ร่วมกับกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานในธุรกิจแฟรนไชส์

References

- Chiu, Chia-Nan., & Yang, Cheng-Liang. (2019). Competitive Advantage and Simultaneous Mutual Influences Between Information Technology Adoption and Service Innovation: Moderating Effects of Environmental Factors. *Structural Change and Economic Dynamics*, 49(C), 192–205.
- Charunsiripaisan, C., Wangsom, C., Parichatnon, S., & Sukpun, S. (2022). Impact of the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) Pandemic on International Agricultural Trade. *Academic Journal of Management Technology (AJMT)*, 3(1), 112–118. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jomt/article/view/255527>
- Chatreewisit, R. et al. (2011). *Strategic Management*. Pimdee Karnpim.
- DBD Franchise Standard. (2018). *Franchise Business Development Manual*. www.dbd.go.th/download/article/article_20190704125536.pdf
- Gomes, G., Seman, L.O., Berndt, A.C., & Bogoni, N. (2022). The Role of Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning Capability and Service Innovation in Organizational Performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39–54. <https://doi.org/10.1108/REG-11-2020-0103>
- Hsu, Y.H., & Fang, W. (2009) Intellectual Capital and New Product Development Performance: The Mediating Role of Organizational Learning Capability. *Technological Forecasting and Social Change*, 76, 664–677. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.03.012>
- Kanbunjong, P. (2012). *The Effects of Efficiency of Modern Cost Management Application on Operational Success of Food Industry Businesses in Thailand*[Master's thesis, Mahasarakham University].
- Krimjai, N., Seesura, P., & Deesukanan, C. (2018). Advantage on the Competitive Affects to Sustainable Development of Seafood Business in Thailand. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(2), 1975–1993. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/143722>
- Lee-Partridge., J.E., Teo., T.S.H., & Lim., V.K.G. (2000). Information Technology Management: The Case of the Port of Singapore Authority. *Strategic Information Systems*, 85(9), 1975–1993. [https://doi.org/10.1016/S0963-8687\(00\)00035-4](https://doi.org/10.1016/S0963-8687(00)00035-4)
-

- Nyadzayo, M., Matanda, M., & Ewing, M. (2016) Franchisee–based Brand Equity: The Role of Brand Relationship Quality and Brand Citizenship Behavior. *Industrial Marketing Management*, 52(1), 163–174.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Harvard Business review. <https://hbr.org/1990/03/the-competitive-advantage-of-nations>
- Roh, E.Y., & Yoon, J–H. (2009). Franchisor's ongoing Support and Franchisee's Satisfaction: A case of Ice Cream Franchising in Korea. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(1), 85–99. DOI:10.1108/09596110910930205
- Satchawatee, N., Boonlua, S., & Jantarajaturapath, P. (2020). The Effect of Strategic Technology Transfer Capability on Firm Outcomes: An Empirical Study from Information and Communication Technology Businesses in Thailand. *Journal of Modern Management Science Lampang Rajabhat University*, 13(1), 71–84. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/199087>
- Promma, C., Bhongchirawattana, U., & Songsrirode, N. (2019). The Relationship Between Modern Information Technology Application and Operational Efficiency of Food Industry Business in Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 11(1), 67–75. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/210095>
- Rassameethes, B. (2007). *Management of Technology*. Saengdao.
- Raymond, L. (2020). Information Technology–enabled Explorative Learning and Competitive Performance in Industrial Service SMEs: A Configurational Analysis. *Journal of Knowledge Management*, 24(7), 1625–1651.
- Correia, R.J.V., Dias, J.G., & Teixeira, M.S. (2020). Dynamic Capabilities and Competitive Advantages as Mediator Variables Between Market Orientation and Business Performance. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 187–206. DOI:10.1108/JSMA–12–2019–0223
- SMEONE. (2020, September 20). *Strengths VS Disadvantages: Think Before Franchise Investment*. <https://smeone.info/posts/view/4488?category=25>
- SME Social Planet. (2020, February 21). *Explore Franchise Investment Opportunities Economic Outlook*. <https://www.bangkokbanksme.com/en/investing-franchise-business>
- Thawornkasem, S., Attharangsun, N., & Konthong, K. (2015). Effects of Strategic Information Technology Orientation on Service Efficiency of Car Dealer Businesses in the Central Region of Thailand. *Journal of Accountancy and Management*, 7(3), 24–35.
-

- Vimanyang, C., Chapawang, C., & Jirawuttinan, S. (2015). Effects of the Information System Management Efficiency on Competitive Advantage of the SMEs Business in Northeastern Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences. Mahasarakham University*, 34(3), 73–84.
- Wootishingchai, C., & Wimonard, T. (2018). *Effects of Risk Management Efficiency on Organization Success of Small and Medium Enterprises in Nakhon Ratchasima Province*. Faculty of Business, Administration Rajamangala University of Technology Isan.