

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

บุญเลิศ พริ้งเจริญ¹ กวี บุญเลิศวนิชย์²
ณัชชา กรัณใจ³ เบญจจรรยา วัฒนกุล⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ มุ่งเน้นวิเคราะห์รูปแบบความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการการผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจำนวน 385 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM)

ผลการวิจัยพบว่าตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปรากฏว่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐานผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น ธุรกิจสามารถนำโมเดลที่ได้ใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีซึ่งเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจนอกจากนี้ยังพบว่าผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีปัจจัยความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด; ความสามารถเชิงพลวัต; การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี;
ความสามารถทางการแข่งขัน; ความสำเร็จทางธุรกิจ

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

บุญเลิศ พริ้งเจริญ, กวี บุญเลิศวนิชย์, ณัชชา กรัณใจ และเบญจจรรยา วัฒนกุล (2020). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารดุขภูภัณทิตทงสัณคคาสตร*, 10(2), 489-503

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุขภูภัณทิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
16/10 ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย
อีเมล: pke_2012@hotmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

A Causal Model of Factors Influencing Business Success of Electrical and Electronic Part Industries in Thailand

Boonlert Pringcharoen¹ Kawee Boonlertvanich²
Natcha krimjai³ Benjatha Wattanakul⁴

Abstract

This research aimed on analyzing the business success model of the electrical and electronic part industries in Thailand. Data were collected from 385 electrical and electronic part industry entrepreneurs. The statistics used to analyze the data was Structural Equation Model (SEM).

Research results were as follows: the analysis received was consistent with the empirical data, with the accepted homogeneity index. Therefore, it can be concluded that the results of this analysis are consistent with the empirical data. Therefore, the business can follow the model used as a tool to enhance the business performance in order for the business to have good performance which is the basis of sustainability in creating a competitive advantage leading to business success. Also found that the results of path analysis found that the factors of marketing strategy, dynamic competencies, technological innovation management and competitive advantage perform as the direct influential factors to the business success for electrical and electronic part industries in Thailand at statistical significantly.

Keywords: Marketing Strategy; Dynamic Competencies; Technological Innovation Management; Competitive Advantage; Business Success

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Pringcharoen, B., Boonlertvanich, K., Krimjai, N., & Wattanakul, B. (2020). A Causal Model of Factors Influencing Business Success of Electrical and Electronic Part Industries in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(2), 489-503.

¹ Doctor of Business Administration, Faculty of Business Bangkokthonburi University
16/10 Khlong Thawi Watthana Road, Thawi Watthana, Bangkok 10170, Thailand
Email: pke_2012@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถทำรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศจำนวนมากในไตรมาสที่ 2 ของปี 2560 สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ได้รายงานถึงสถานการณ์การส่งออกสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นมูลค่า 14,696.55 ล้านบาทสหรัฐ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.28 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2559 ยังพบว่าอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จึงทำให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้นนอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการรองรับแรงงานจำนวนมากด้วย (Department of Industrial Promotion, 2017) ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ โดยเป็นการลงทุนของบริษัทต่างชาติซึ่งเข้ามาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทยเพื่อส่งออกไปยังบริษัทแม่ การลงทุนของคนไทยที่มีอยู่ส่วนมากเป็นการรับช่วงผลิตและทดสอบ ดังนั้นการส่งออกของบริษัทไทยส่วนใหญ่จึงเป็นไปตามนโยบายและคำสั่งซื้อของบริษัทแม่ในต่างประเทศชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ภาวะการแข่งขันที่เริ่มมีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบันทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศจากการเปิดเสรีทางการค้าต่างๆ และการที่ประเทศจีนเริ่มมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในตลาดโลก ส่งผลให้ผู้ผลิตในประเทศไทยจะจำเป็นต้องปรับตัวรวมทั้งเพิ่มการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง ดังนั้นโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพและราคาสมเหตุสมผล (Rotsamrongkulpakdee & Manahiranwet, 2015)

ในด้านการบริหารจัดการและการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าปัจจุบันโลกของธุรกิจได้มีการแข่งขันกันอย่างมา การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีชนิดต่างๆ ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวเข้าหาผู้บริโภคและพยายามหากลยุทธ์ต่างๆ ที่ทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง (Yantawanitchai, 2010) ทั้งนี้แนวคิดทางการตลาดมีการพัฒนาเรื่อยมาเริ่มตั้งแต่การตลาดแบบดั้งเดิม จนมาถึงแนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ การตลาด จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการอยู่รอดของธุรกิจ และเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในกระบวนการจัดการ (Mohaghar, Fathi & Zarchi, 2012) กลยุทธ์ทางการตลาดจัดเป็นอาวุธที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจของผู้บริหาร ซึ่งปัจจุบันมีรูปแบบกลยุทธ์ให้เลือกมากมายสำหรับนำมาปรับใช้เพื่อความเหมาะสมของธุรกิจ แต่กลยุทธ์ที่ต้องถือเป็นต้นแบบทางการตลาดอย่างกลยุทธ์ 4P's ที่นักวิชาการและนักธุรกิจทั่วโลกต่างให้การยอมรับ การนำการตลาดเชิงประสบการณ์มาใช้ในธุรกิจนั้น มีความสำคัญและยังมีความสัมพันธ์กับการสร้างความภักดี ความมั่นคงและความผูกพันอีกด้วย (Dholakia, 1997) ทั้งนี้ความสำเร็จของธุรกิจเป็นเป้าหมายสูงสุดของทุกธุรกิจโดยมีดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ (Key Performance Indicator-KPIs) ที่สามารถพิจารณาได้ 2 มิติที่สมดุลกัน คือ 1) มิติด้านการเงิน และ 2) มิติที่ไม่ใช่ด้านการเงินทั้ง 2 มิติสามารถประเมินสภาพของกิจการดังนี้คือ ความพึงพอใจของลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ และการเติบโต (Chanchai, 2003)

จากที่มาและความสำคัญข้างต้นผู้วิจัยมุ่งเน้นวิเคราะห์รูปแบบความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อพัฒนาโมเดลและนำไปใช้ในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ

ของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย ดังต่อไปนี้ ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy : MKS) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรด้วยกัน คือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ด้านราคา 3) กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และ 4) กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997) ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Competencies : DC) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถเห็นโอกาส 2) ความสามารถเลือกโอกาส และ 3) ความสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากร (Drnevich & Kriauciunas, 2011; Jantunen, Ellonen & Johansson, 2012) ปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation Management : IVM) ประกอบด้วย 4 ตัวแปรด้วยกัน คือ 1) การค้นหา 2) การเลือกสรร 3) การนำไปปฏิบัติ และ 4) การเรียนรู้ ปัจจัยความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA) ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันจะประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ 1) ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน 2) ความได้เปรียบทางการสร้างความ

แตกต่าง และ 3) ความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองความต้องการ สำหรับการศึกษาปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจ (Business Success: SUC) ใช้วัดความสำเร็จแบบสมดุลของ Kaplan and Norton (1992) ซึ่งกำหนดแนวทางการวัดความสำเร็จจากผลการดำเนินงาน 4 ด้านคือ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน และความสามารถทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ สามารถใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาปัจจัยเหตุให้มีความเหมาะสม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจ

2. หน่วยงานภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่จะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy : MKS)

การจัดการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่งเนื่องจากการจัดการตลาดเป็นเครื่องมือสำหรับการขับเคลื่อนและนำเสนอสินค้าและบริการให้เป็น ที่รู้จักและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างสูงสุด นอกจากนั้นยังมีกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ที่ธุรกิจต้องใช้ความพยายามมุ่งใจให้ลูกค้าเกิดความชอบในสินค้าและดึงดูดความสนใจที่จะซื้อสินค้าในที่สุด (Thipsri, 2015) ทั้งนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นความสามารถขององค์กรที่

จะกระทำหรือให้บริการแก่ลูกค้าได้ดีกว่าและเหนือกว่า คู่แข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความแตกต่าง ความโดดเด่น สามารถนำเสนอรูปแบบการให้บริการพัฒนา และสร้างสรรค์ตัวสินค้าให้ทันสมัยอยู่เสมอ สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและเติบโตได้อย่างมั่นคง (Chairat, Sewetomboon & Songsiroj, 2012)

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Competencies : DC)

ความสามารถเชิงพลวัตมีบทบาทต่อการขยายขีดความสามารถในการแข่งขันของกิจการ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร อันนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งและความสำเร็จได้ในระยะยาว (Cui, Griffith & Cavusgil, 2005) ในด้าน Robert and Grover (2011) พบว่าความสามารถเชิงพลวัตช่วยให้ง่ายต่อองค์กรในการสร้างผลการดำเนินงาน โดยความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานซึ่งผลลัพธ์เป็นไปในทางเดียวกับงานวิจัยของ Chien and Tsai (2012) ที่พบว่าความสามารถเชิงพลวัตจากการใช้ทรัพยากรขององค์กรจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานก็ตาม Helfat and Peteraf (2003) กล่าวว่าความสามารถเชิงพลวัตยังมีผลกระทบทางอ้อมต่อผลลัพธ์ขององค์กรโดยมีความสามารถเชิงปฏิบัติงานเป็นตัวส่งผ่านการปฏิบัติงานประจำตามหน้าที่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation Management :IVM)

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นนวัตกรรมที่มีพื้นฐานหรือขอบเขตของการพัฒนามาจากเทคโนโลยี ทั้งนี้เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยทำให้การพัฒนานวัตกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้

เป็นอย่างดี (Schilling, 2008) การพัฒนานวัตกรรมนั้นอยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Damanpour, 1987) นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมทางเทคโนโลยียังจะส่งผลต่อรูปแบบ และระดับของการแข่งขันในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย (Utterback & Suarez, 1993)

ความสามารถทางการแข่งขัน (Competitive Advantage: CA)

ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่องค์กรทุกองค์กรให้ความสำคัญเนื่องจากองค์กรตั้งขึ้นมาก็เพื่อดำเนินกิจกรรมขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Neely, Adams & Kennerley, 2002) เป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะทำงานบรรลุซึ่งเป้าหมายตามแผนการดำเนินงาน (Lok & Crawford (2000) โดยการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้เกิดความสอดคล้องประสานกันกับวิธีที่จะทำให้ภารกิจต่างๆ โดยการที่มีต้นทุนต่ำที่สุด โดย Neely, Adams and Kennerley (2002) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าความสำเร็จเป็นสิ่งที่เปี่ยมผลสัมฤทธิ์จากการที่องค์กรนำแผนไปปฏิบัติใช้ และปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมซึ่งนำมาซึ่งความสำเร็จตามเป้าหมายความสำเร็จในภาคธุรกิจนั้นเป็นผลลัพธ์ของการวางแผนและการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่นำมาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ (Bamossy & Solomon, 2016)

ความสำเร็จทางธุรกิจ (Business Success: SUC)

การวัดความสำเร็จของธุรกิจจากผลการดำเนินงานแบบดั้งเดิม จะเน้นเฉพาะตัวบ่งชี้ทางการเงินเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีข้อจำกัดหลายประการ และสนับสนุนให้ผู้บริหารเน้นการดำเนินงานในระยะสั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้ถือหุ้นเท่านั้น แต่การวัดผลการดำเนินงานในยุคปัจจุบันเน้นความสมดุลหรือ

Balance ระหว่างระยะสั้นกับระยะยาว ปัจจัยภายในองค์กรและภายนอกองค์กร และความสมดุลระหว่างตัวบ่งชี้ด้านการเงิน และตัวบ่งชี้ปัจจัยที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งโมเดลที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนักวิชาการโดยทั่วไปคือ โมเดลการวัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balanced Scorecard : BSC) (Kaplan & Norton, 1992)

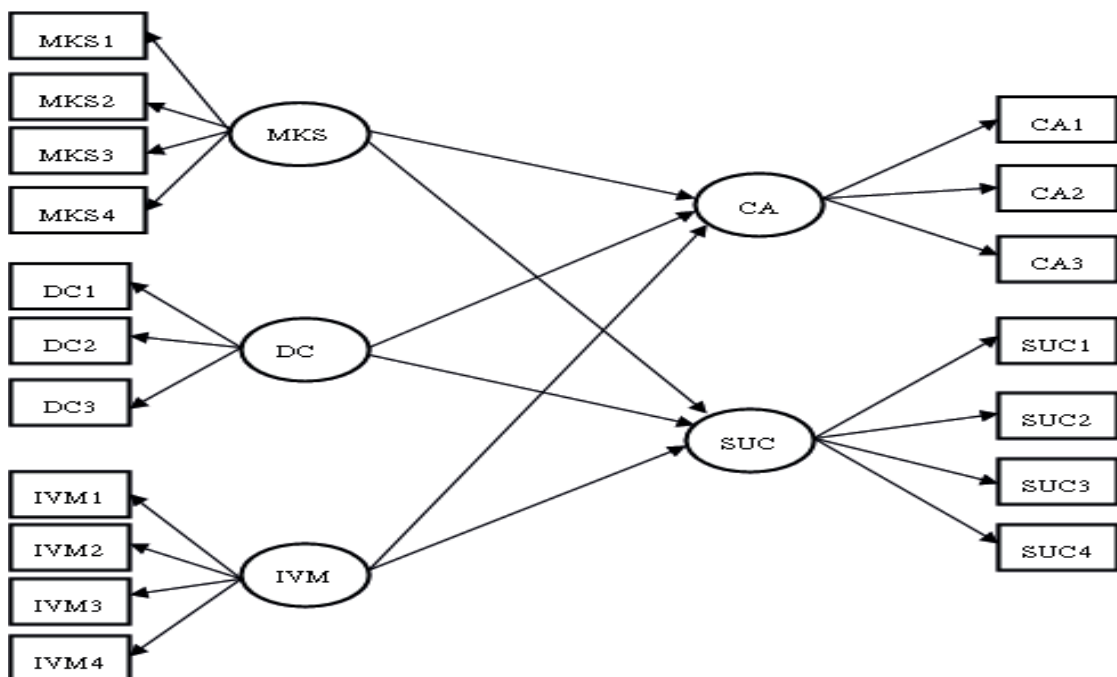
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Duangsang (2015) ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารองค์กรต้องประกอบด้วยตัวแปรด้านโครงสร้างด้านกลยุทธ์ ระบบบุคลากร

รูปแบบการบริหารทักษะและด้านค่านิยมร่วมสอดคล้องกับการศึกษาของ Permavanichkun (2014) ได้ศึกษา รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กิจการเจ้าของคนเดียวในประเทศไทย พบว่า ด้านความสำเร็จในการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังภาพ 1 และมีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตาราง 1

สมมุติฐานการวิจัย

ข้อที่	สมมุติฐาน
1	กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
2	กลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
3	ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
4	ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
5	การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
6	การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารอุตสาหกรรมชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 663 ราย (Electrical and Electronics Institute, 2017) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker and Lomax (1996) และอัตราส่วนระหว่างขนาดกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ที่ต้องประมาณค่า (N:q) ในกรณีที่ดีที่สุดก็คือ 20:1 (Jackson & Joshi, 2003) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองจำนวน 18 ตัวแปร ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $20 \times 18 = 360$ ราย นอกจากนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้วยการแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (mailing) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สัดส่วนที่ผู้ตอบจะส่งแบบสอบถามคืน (response rate) ค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยจึงได้ทำการประมาณอัตราการตอบกลับเป็น $360 + (360 \times 0.4) = 504$ ราย (Vanichbancha, 2006) เพื่อเป็นการสำรองหรือลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง และได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 385 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับคืน (response rate) ร้อยละ 76

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาร่างขึ้นสอดคล้องกับกรอบแนวคิด โดยสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษา ซึ่งข้อคำถาม

เป็นมาตรวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence : IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยผลจากการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถามพบว่ามีความสอดคล้อง 0.6 ถึง 1.00 หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 แห่ง แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละข้อคำถามกับคะแนนรวมของแบบสอบถามและค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดค่า Item-total Correlation ควรมากกว่า 0.3 (Field, 2005) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปรควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair, Anderson, Babin & Black, 2010) ซึ่งผลการทดสอบพบว่าตัวแปรทุกตัวล้วนมีค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทั้งสิ้น และค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค แอลฟาของตัวแปรทั้งหมดอยู่ที่ 0.8792 แสดงว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในวิเคราะห์ 2 ประเภท ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics และสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) สำหรับสถิติ

เชิงพรรณนาวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สำหรับสถิติเชิงอนุมานใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปร (path analysis) จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์มาตรฐานดังนี้ P-Value > 0.05, GFI ≥ 0.90, AGFI ≥ 0.90, CFI ≥ 0.90, RMR < 0.05 และ RMSEA < 0.05 (Diamantopoulos, Siguaw & Siguaw, 2000; Hair, Anderson, Babin & Black, 2010)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Amos เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสถิติประกอบด้วย ดัชนีค่า χ^2/df , CFI, GFI, AGFI, SRMR และ RMSEA ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอดังตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ตาราง 2

การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ดัชนีความกลมกลืน	ค่าดัชนีที่วัดได้	เกณฑ์	ผลการพิจารณา
χ^2/df	1.206	<2	ผ่านเกณฑ์
P-Value	0.059	>0.05	ผ่านเกณฑ์
GFI	0.959	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
AGFI	0.944	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
CFI	0.988	≥ 0.90	ผ่านเกณฑ์
SRMR	0.021	<0.05	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.023	<0.05	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี $\chi^2/df=1.206$ P-Value=0.059 GFI=0.959 AGFI=0.944 CFI=0.988 RMR=0.021 และ RMSEA=0.023 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบ

จำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้นำเสนอดังตาราง 3 ดังต่อไปนี้

ตาราง 3

การวิเคราะห์การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง

ตัวแปรภายนอก (Exogenous)	ตัวแปรภายใน (Endogenous)					
	CA			SUC		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
MKS	0.317**	-	0.317	0.199**	0.130	0.329
DC	0.293**	-	0.293	0.205**	0.120	0.326
IVM	0.317**	-	0.317	0.290**	0.130	0.420
CA	-	-	-	0.410**	-	0.410

จากตาราง 3 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient) สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้ 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) การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.290 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางธุรกิจผ่านความสามารถทางการแข่งขันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.130 โดยสรุปพบว่า มีอิทธิพลโดยรวมต่อ

ความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.317 และ 0.420 ตามลำดับสรุปได้ว่า การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 และสมมติฐานที่ 6 ที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าโมเดลสมการโครงสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่สร้างขึ้นกับมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากการวิเคราะห์เส้นทางยังพบว่าตัวแปรแฝงปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต และปัจจัยการจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการจัดการธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหตุด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ความสามารถเชิงพลวัต และ การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการดำเนินงานให้สูงขึ้นเพื่อให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สามารถดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว และให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากการที่ธุรกิจมีการมุ่งเน้นทางด้านการตลาด ความเป็นพลวัตของกิจการและมีการบริหารจัดการในด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นนั้น จะช่วยทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับแต่ละเหตุการณ์และแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับทางการตลาด และนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปได้ซึ่งจะเป็นการเพิ่มผลการ

ดำเนินงานของธุรกิจและสร้างความสำเร็จทางธุรกิจที่ยั่งยืน จากการวิจัยพบว่าปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997) ที่ว่าการจัดการตลาดเป็นกลยุทธ์ทางการแข่งขันที่มีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจอย่างยิ่งเนื่องจากการจัดการตลาดเป็นเครื่องมือสำหรับการขับเคลื่อนและนำเสนอสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอันนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างสูงสุด จึงกล่าวได้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดสามารถส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจสามารถแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจสอดคล้องกับ Johanessen and Olsen (2003) ที่ได้เสนอว่าการพัฒนาความสามารถของกิจการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถของกิจการที่จะได้มาซึ่งแนวคิดใหม่ๆ และข้อมูลที่สำคัญ ต่างๆ ถือเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดโอกาสให้กับกิจการ (Michailova & Zhan, 2015) ความสามารถเชิงพลวัตจะส่งผลให้กิจการมีความสามารถทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่ง Cui, Griffith and Cavusgil (2005) กล่าวว่า การพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตนำองค์กรไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีกว่า ซึ่งผลลัพธ์เป็นไปในทางเดียวกับงานวิจัยของ Chien and Tsai (2012) ที่พบว่าความสามารถเชิงพลวัตจากการใช้ทรัพยากรขององค์กรจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงาน และในส่วนของความสามารถเชิงพลวัตกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Wang, 2014) เนื่องจากความสามารถเชิงพลวัตเป็นพื้นฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งที่องค์กรสามารถทำได้

ดีกว่าหรือได้เปรียบมากกว่าผู้อื่น (Tuan & Yoshi, 2010) หากธุรกิจมีขีดความสามารถเชิงพลวัตค่อนข้างต่ำจะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Schilke, 2014) การจัดการนวัตกรรมทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันและความสำเร็จทางธุรกิจซึ่งมีความสอดคล้องกับ Bogoslaw (2010) ได้กล่าวถึงการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาโดยคาดการณ์ว่าการเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ๆ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการฟื้นตัวของกิจการ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีในการเข้ามาเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญในการบริหารกิจการ (Tung, 2012) โดยการพัฒนานวัตกรรมในสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอจะช่วยสร้างเสริมความสามารถของกิจการ เสริมประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตที่ทำให้กิจการสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ต้นทุนในการผลิตลดต่ำลง และเมื่อความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเพิ่มมากยิ่งขึ้นผลกระทบต่อผลกำไรก็จะมากยิ่งขึ้นเช่นกัน ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางธุรกิจ สอดคล้องกับ Neely et al. (2002) ความสำเร็จของธุรกิจนั้นเป็นผลที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของกิจการที่จะทำงานบรรลุซึ่งเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานที่วางไว้ (Lok & Crawford, 2000) โดยการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องอาศัยความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้เกิดความสอดคล้องประสานกันกับวิธีที่จะทำให้ภารกิจต่างๆ สมบูรณ์ตามเป้าหมายโดยการที่มีต้นทุนต่ำที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ Solomon et al. (2013) ที่กล่าวว่าความสำเร็จในภาคธุรกิจนั้นเป็นผลลัพธ์ของการวางแผนและการดำเนินกลยุทธ์ของกิจการที่นำมาซึ่งผลตอบแทนทางธุรกิจ

ดังนั้น กิจการสามารถนำโมเดลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับผลการ

ดำเนินงานของกิจการ เพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่ดีซึ่งเป็นพื้นฐานของความยั่งยืนในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้การศึกษความสำเร็จทางธุรกิจของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สมควรเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการพัฒนาการศึกษาไปสู่การศึกษาถึงการสร้างความสามารถในการแข่งขันจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จทางธุรกิจในระยะยาวอัน โดยที่แม้ว่าตัวแปรที่ได้ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะจัดได้ว่าเป็นแนวคิดเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในองค์กรแล้วก็ตาม แต่สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุด้านอื่นที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จเพิ่มเติมซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เกิดการพัฒนาด้านอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

ธุรกิจควรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านต้นทุน โดยติดตามควบคุมต้นทุนการดำเนินงาน ใช้กลยุทธ์การลดต้นทุน และควรมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า มีการนำเสนอสินค้าใหม่ตลอดเวลา รวมถึงการสนับสนุนให้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้าง

ขึ้นและเพิ่มสินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้า ปรับจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ มีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการบริการ สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเตรียมพร้อมพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการต่างๆ ทำให้ธุรกิจเกิดความสำเร็จทางธุรกิจและสามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาและค้นหาปัจจัยเหตุที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาและใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มผลในด้านความสำเร็จทางธุรกิจ อาทิ วิธีการสนทนากลุ่มหรือการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์กลุ่มอื่นๆ หรืออุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ทั้งในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่นๆ รวมถึงควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุด้านอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในด้านอื่นๆ เช่น การจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดการความรู้ ภาวะผู้นำ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการช่วยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เกิดการพัฒนาด้านอย่างยั่งยืน

References

- Bamossy, G. J., & Solomon, M. R. (2016). *Consumer behaviour: A European perspective*. Pearson Education.
- Bogoslaw, D. (2010). *Tough Times Spur Shifts in Corporate R & D Spending*. Bloomberg Business week.
- Chairat S., Sewetomboon K., & Songsiroj, N. (2012). Relationship between systems Strategic Information and the Competitive Advantage of the Telecommunications Business in Thailand. *Journal of Accounting and Management*, 4(1), 69-78. [In Thai]
- Chanchai, A. (2003). *Towards business excellence. Strategic Planning and Preparation of BSC = balanced scorecard* (6th edition) (revised version). Chulalongkorn University Printing House. [In Thai]
- Chien, S.Y., & Tsai, C. H. (2012). Dynamic capability, knowledge, learning and firm performance. *Journal of Organizational Change Management*, 25(3), 434-444.
- Cui, A. S., Griffith, D. A., & Cavusgil, S. T. (2005). The Influence of Competitive Intensive and Market Dynamism on Knowledge Management Capabilities of MNC Subsidiaries. *Journal of International Marketing*, 13(3), 32-53.
- Damanpour, F. (1987). The adoption of technological, administrative, and ancillary innovations: Impact of organizational factors. *Journal of Management*, 13(4), 675-688.
- Department of Industrial Promotion. (2017). *Electrical and Electronics Industry*, Retrieved from <http://strategy.dip.go.th>
- Dholakia, U. M. (1997). An investigation of some determinants of brand commitment. ACR North American Advances. MacInnis, Provo, UT: *Association for Consumer Research*, Pages, 381-387.
- Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A guide for the uninitiated*. Sage.
- Drnevich, P.L., & Kriauciunas, A. P. (2011). Clarifying the conditions and limits of the contributions of ordinary and dynamic capabilities to relative firm performance. *Strategic Management Journal* 32(3), 254 – 279.
- Duangsang, K. (2015). *The Causal Factors in Successful Management of Facade-based Business Operators in Bangkok and Its Vicinity*. Doctor of Philosophy Management branch .Graduate school .North Bangkok University. [In Thai]
- Electrical and Electronics Institute. (2017). *Electrical and Electronics Industry*, Retrieved from <http://www.thaieei.com/2013/th/index.php>

- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (Vol. 7). Upper Saddle River, NJ Pearson
- Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view. *Strategic Management Journal*, 24(10), 997-1010.
- Jackson, S. E., & Joshi, A. (2003). *Diversity in social context: A multi-attribute, multi-level analysis of team diversity and performance in a sales organization*. Unpublished manuscript, Rutgers University, New Brunswick, NJ.
- Jantunen, A., Ellonen, H. K., & Johansson, A. (2012). Do dynamic capabilities of innovative firms actually differ. *European Management Journal*, 30(2), 141-155
- Johannessen, J., & Olsen, B. (2003). Knowledge management and sustainable competitive advantages: The impact of dynamic contextual training. *International Journal of Information Management*, 23(4), 277-289.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review* 70(1), 77-79.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: Analysis, planning implementation and control* (9th ed). Asimmon & Schuster.
- Michailova, S., & Zhan, W. (2015). Dynamic capabilities and innovation in MNC subsidiaries. *Journal of World Business*, 50(3), 576-583.
- Mohaghar, Ali & Fathi, Mohammad Rza & Zarchi, Mohammad & Omidian, Asie. (2012). A combined VIKOR-fuzzy AHP approach to marketing strategy selection. *Business Management and Strategy*, 3(1), 13-27.
- Neely, A. D., Adams, C., & Kennerley, M. (2002). *The performance prism: The scorecard for measuring and managing business success*. London: Prentice Hall Financial Times.
- Lok, P., & Crawford, J. (2000). The application of a diagnostic model and surveys in organizational development. *Journal of Managerial Psychology*, 15(2), 108-125.
- Permavanichkun, P. (2014). *Model on success for implementation of sole proprietorship e-commerce entrepreneurs in Thailand*. doctor of business administration management. graduate school. Khon Kaen University. [In Thai]
- Rotsamrongkulpakdee, K., & Manahiranwet, P. (2015). Factors affecting decision to buy electronic components in type of capacitors of electrical and electronics appliance industrial factories. *Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*, 8(3), 919-941. [In Thai]
- Schilke, O. (2014). Second-order dynamic capabilities: How do they matter?. *Academy of Management Perspectives*, 28(4), 368-380.

- Schumacker, E. R., & Lomax, G. R. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Thipsri N. (2015). Logistics management strategies and competitive advantages in the modern economy of OTOP businesses in Chiang Rai Province. *Sri Pathum Journal Humanities and Social Sciences edition*, 15(2), 17-25 [In Thai]
- Tuan, N.P., & Yoshi, T. (2010). Organisational Capabilities, Competitive Advantage and Performance in Supporting Industries in Vietnam. *Asian Academy of Management Journal*, 15(1), 1-21.
- Utterback, J. M., & Suarez, F. F. (1993). Innovation, competition, and industry structure. *Research Policy*, 22(1), 1-21.
- Vanichbancha, K. (2006). Statistics for research. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Yantawanitchai, T. (2010). IMC Integrated Marketing Communications). *Academic journal University of the Thai Chamber of Commerce*, 30(2), 99-115. [In Thai]