

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาด
ในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF FACTORS AFFECTED
MARKET SHARE IN MANUFACTURING INDUSTRY IN THAILAND

จันจิรา ดีเลิศ¹ และมรุต กลัดเจริญ²
Janjira Deelert¹ and Marut Kludcharoen²

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

¹ Lecturer in Business Computer, Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya
Rajabhat University, Phranakhon Si Ayutthaya Province

² Lecturer in Financial Economic and Banking, Faculty of Management Science, Phranakhon Si
Ayutthaya Rajabhat University, Phranakhon Si Ayutthaya Province

E-mail: janjira_d@aru.ac.th

Received:	December 1, 2020
Revised:	January 22, 2021
Accepted:	January 29, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย และ 2) ตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ อุตสาหกรรมผลิตในประเทศไทย จำนวน 240 บริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้บริหารของบริษัท โดย 1 บริษัทตอบแบบสอบถามได้ 1 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ที่มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และใช้สถิติเชิงอนุมานการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมผลิตในประเทศไทยมีความตรงเชิงโครงสร้าง 2) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของส่วนแบ่งการตลาดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยส่วนแบ่งการตลาดของอุตสาหกรรมผลิตในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากการใช้งานระบบอีอาร์พี และการใช้งานระบบอีอาร์พีได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจใช้ที่ประกอบด้วยการรับรู้ประโยชน์ และการใช้งานง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

คำสำคัญ

ความตั้งใจใช้ การใช้งานอีอาร์พี ส่วนแบ่งการตลาด

ABSTRACT

This research aims to: 1) study a causal relationship model of factors affected market share in the manufacturing industry in Thailand, 2) examine the causal relationship patterns of factors developed with empirical data. An example used in the study is the manufacturing industry in Thailand. A total of 240 companies. The respondents were executives of the company, with 1 company able to answer the questionnaire by 1 person using the simple random sampling method. The research instruments consisted of questionnaire with the total reliability at 0.96. The statistical analysis was performed using descriptive statistics: frequency, and percentage and inferential statistics: Confirmatory Factor Analysis, and Path Analysis.

The results showed that: 1) the causal relationship model of factors affected market share in the manufacturing industry in Thailand, are structurally relevant, 2) the causal relationship of market share was consistent with empirical data. The market share of the manufacturing industry in Thailand is influenced by ERP implementation, and ERP implementation is influenced by the intention to use that includes perceived usefulness and perceived ease of use statistically significant at the 0.001 level.

Keywords

Intention to Use, ERP Implementation, Market Share

ความสำคัญของปัญหา

ยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนก่อให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงทั่วโลก เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ ในยุคปัจจุบัน หลายครั้งที่ชัยชนะหรือความพ่ายแพ้ของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ สื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และควบคุมกลไกการดำเนินงานต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังช่วยสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจตลอดจนช่วยในการสร้างและเผยแพร่นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์อีกด้วย (Ogbomo & Ogbomo, 2008) Antlova (2009) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลกสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ว่าองค์กรต่าง ๆ พยายามใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเพื่อดึงดูดลูกค้า สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยบริการ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ตลอดจนช่วยในการลดต้นทุนการดำเนินงานขององค์กร การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยจึงจะสามารถแข่งขัน

และอยู่รอดได้ ทุกองค์กรต่างก็หันมาให้ความสำคัญและลงทุนกับเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน แต่ก็เชื่อว่าทุกองค์กรที่ลงทุนกับเทคโนโลยีจะประสบความสำเร็จเสมอไป หากจะประสบความสำเร็จได้นั้นองค์กรต้องเลือกลงทุนกับเทคโนโลยีที่ตอบสนองการดำเนินงานขององค์กรอย่างแท้จริง และระบบสารสนเทศถือเป็นหนึ่งเทคโนโลยีที่หลายองค์กรให้ความสนใจ เพราะระบบสารสนเทศมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการภายในองค์กร ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและการแข่งขันสูง องค์กรที่มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพและเข้าถึงข้อมูลได้เร็วจึงจะสามารถอยู่รอดได้ เนื่องจากสิ่งสำคัญที่องค์กรต้องใช้ในการตัดสินใจคือข้อมูล ดังนั้น ข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องจากข้อมูลมีส่วนช่วยในการวางแผนและการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศที่ตอบสนองความต้องการขององค์กรในยุคปัจจุบัน คือ ระบบการวางแผนทรัพยากรระดับองค์กร (Enterprise Resource Planning) หรือที่เรียกว่าระบบ ERP ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์หลักที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลทั้งองค์กรเป็นฐานข้อมูลเดียวและเป็นระบบสารสนเทศที่หลายองค์กรทั่วโลกต่างให้ความสนใจ

ระบบ ERP เป็นชุดซอฟต์แวร์ที่ผสมรวมกระบวนการทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น การผลิต ห่วงโซ่อุปทาน การตลาด การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ การจัดทำงบประมาณ และกิจกรรมการบริการลูกค้า Amalnick, Ansarinejad, Nargesi, & Taheri (2011) ระบุว่า ระบบ ERP เป็นซอฟต์แวร์ ที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากทั่วโลก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ระบบ ERP กลายเป็นซอฟต์แวร์ ที่หลายองค์กรทั่วโลกหันไปลงทุน Laakso (2007) และ Nandi & Kumar (2016) ระบุว่า ระบบ ERP เป็นซอฟต์แวร์เชิงพาณิชย์ที่ช่วยให้สามารถรวมข้อมูลและกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการในการประมวลผลธุรกรรมสำหรับกิจกรรมทางธุรกิจที่หลากหลาย รวมถึงการจัดซื้อ การวางแผนการผลิต การจัดการคลังสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การจัดการทางบัญชีและการเงิน และการจัดการทรัพยากรบุคคล ระบบ ERP เป็นซอฟต์แวร์แบบบูรณาการซึ่งทำให้องค์กรมีความได้เปรียบด้านการแข่งขัน ตลอดจนช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้กับองค์กร ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับกันดีคือการใช้ระบบ ERP เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันครอบคลุมแพลตฟอร์มขั้นพื้นฐานสำหรับการประมวลผล การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการความรู้ ระบบสนับสนุนการตัดสินใจ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Awa & Ojiabo, 2016)

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วกลายเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อรับมือกับแรงกดดันในการแข่งขัน แม้ว่าระบบ ERP จะเป็นซอฟต์แวร์ที่ตอบโจทย์สำหรับการดำเนินธุรกิจในสภาพที่มีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างรุนแรง แต่ก็ยังมีปัญหาการประสบความสำเร็จจากการลงทุนในระบบ ERP จากการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่า การรับรู้ประโยชน์และการใช้งานง่ายมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อระบบ ERP หากผู้ใช้งานระบบ ERP สามารถทำงานส่วนใหญ่ในโซลูชัน ERP ได้ พวกเขาจะมีทัศนคติที่ดีขึ้นในการใช้โซลูชัน ERP (Zabukovsek & Bobek, 2013; Sternad & Bobek, 2013) นอกจากนี้ยังพบว่าความสำเร็จของการนำระบบ ERP มาใช้ในองค์กร ช่วยปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ตลอดจนสนับสนุนการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดอีกด้วย (Law & Ngai, 2007; Kitrangikul & Kuntunbutr, 2017) ดังนั้นคณะผู้วิจัย

จึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย โดยอ้างอิงทฤษฎีรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ที่ประกอบด้วย 1) การรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึง การที่ผู้ใช้ระบบรับรู้ว่าการใช้งานระบบอีอาร์พีช่วยให้พวกเขาทำงานได้ง่ายขึ้น ช่วยลดข้อผิดพลาดในการทำงาน ตลอดจนช่วยให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) ความตั้งใจใช้ (Intention to Use) หมายถึง การที่ผู้ใช้ระบบมีความสนใจและวางแผนที่จะใช้ระบบอีอาร์พี และ 3) การใช้งานง่าย (Perceived Ease of Use) หมายถึง การที่ผู้ใช้ระบบรับรู้ว่าการใช้งานระบบอีอาร์พีไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ขั้นตอนการใช้งานมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย การศึกษาครั้งนี้อุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยตลอดจนองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการวางแผนการติดตั้งระบบ ERP ในองค์กร เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและช่วยให้องค์กรได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากระบบ ERP ที่มีราคาแพง

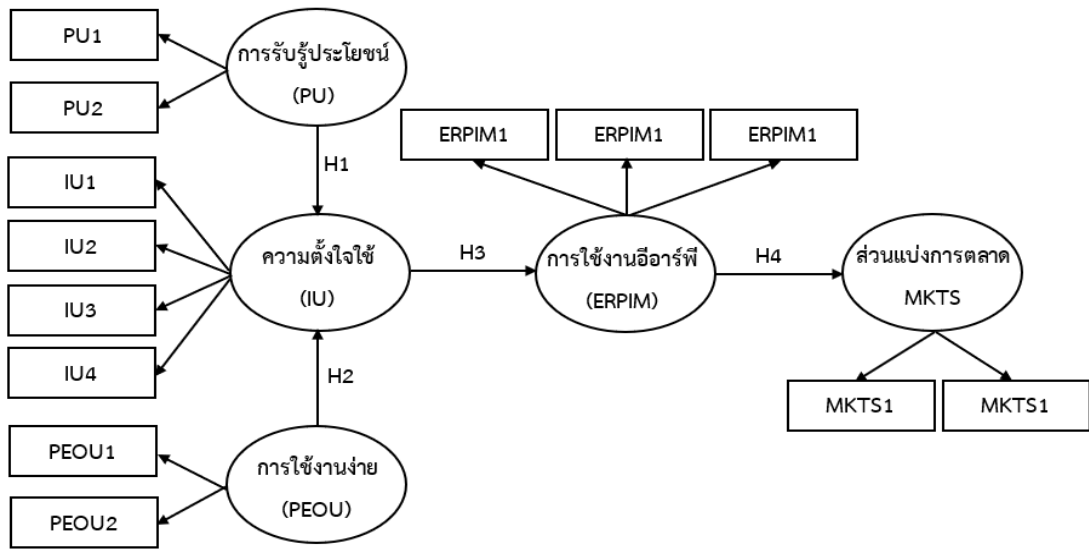
โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

1. รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากการศึกษาคณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้โดยใช้ทฤษฎีรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ตามแนวคิดของ Davis (1989) มาเป็นแนวทางในการศึกษาประกอบกับการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Chang, Cheung, Cheng, & Yeung, 2008; Amoako & Salam, 2004; Sternad & Bobek, 2013; Deelert, Jaturat, & Kuntontbutr, 2020; Kitrangsikul and Kuntontbutr, 2017 มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยนำมากำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1: การรับรู้ประโยชน์มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้

H2: การใช้งานง่ายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้

H3: ความตั้งใจใช้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการใช้งานอีอาร์พี

H4: การใช้งานอีอาร์พีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อส่วนแบ่งการตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ อุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย จำนวน 6,056 บริษัท ที่อยู่ในฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ที่ได้จากการคำนวณอัตราส่วนระหว่างหน่วยตัวอย่างตามจำนวนตัวแปรตามสูตรของ Bentler & Chou (1987) ที่ระบุว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีอัตราส่วน 10:1 ของดัชนีชี้วัด โดยการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน ตัวแปรทั้งสิ้น 13 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมี 130 บริษัท สำหรับการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง 240 บริษัท ผู้ตอบแบบสอบถามคือผู้บริหารของบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย โดย 1 บริษัท สามารถตอบแบบสอบถามได้ 1 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ผู้วิจัยใช้ตารางเลขสุ่มในการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีเลขกำกับหน่วยรายชื่อบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมดจากนั้นทำการสุ่มเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย โดยศึกษาทฤษฎี บทความ และเอกสารที่

เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ตัวแปรที่จะศึกษา สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม มีการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญด้านระบบสารสนเทศและบริหารธุรกิจ จำนวน 6 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวมเฉลี่ย เท่ากับ 0.92 จากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่าง 30 บริษัท ซึ่งเป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยที่อยู่ในฐานข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.96 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยข้อมูลความถี่ ร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirm Factor Analysis) และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Path Analysis)

ผลการวิจัย

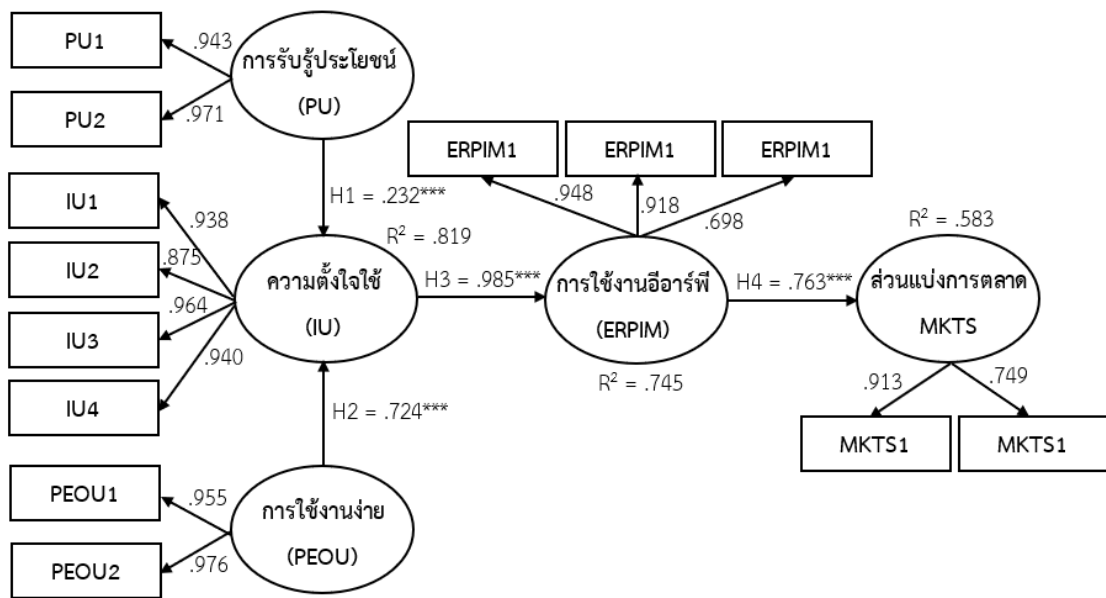
1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยจำนวน 240 บริษัท พบว่าบริษัทที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นบริษัทต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 62.10 ดำเนินกิจการมากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.70 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการฝ่าย (1 บริษัทตอบได้ 1 คน) คิดเป็นร้อยละ 38.30 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64.20 และมีประสบการณ์ทำงาน 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00

2. การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของความสอดคล้องภายใน พบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความเชื่อมั่นเชิงองค์ประกอบ (Composite Reliability) มากกว่า 0.70 และมีค่า Cronbach's Alpha มากกว่า 0.70 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการวัดตัวแปรแฝงทุกตัวในตัวแบบมีความเชื่อถือได้การวิเคราะห์ความตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) พบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) มากกว่า 0.6 จึงสรุปได้ว่ามีความตรงเชิงสอดคล้องระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ที่สังกัดตัวแปรแฝงแต่ละตัวของตัวแบบการวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงนั้นกับตัวแปรแฝงตัวอื่น ๆ ในตัวแบบมีค่าน้อยกว่าค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว จึงสรุปได้ว่าตัวแปรแฝงทุกตัวของตัวแบบมีความตรงเชิงจำแนกและถูกวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ที่แท้จริง (Fornell & Larcker, 1981) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก

	PU	PEOU	IU	ERPIM	MKTS
PU	0.915				
PEOU	0.501	0.933			
IU	0.557	0.774	0.881		
ERPIM	0.543	0.796	0.773	0.844	
MKTS	0.275	0.438	0.452	0.587	0.699

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 69.537 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 51 ระดับความน่าจะเป็น (P-value) เท่ากับ 0.043 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.956 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.922 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของเศษ (RMR) เท่ากับ 0.031 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.039 และค่าไค-สแควร์ต่อองศาอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 1.363 ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวิจัย

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่าตัวแบบมีความแม่นยำในการพยากรณ์ (Coefficient of Determination: R^2) ของตัวแบบ โดยพบว่าตัวแบบมีความแม่นยำในการพยากรณ์ส่วนแบ่งการตลาด ร้อยละ 58.30 มีความแม่นยำในการพยากรณ์การใช้งานอีอาร์พี ร้อยละ 74.50 และมีความแม่นยำในการพยากรณ์ความตั้งใจใช้ ร้อยละ 81.90

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สนับสนุนสมมติฐานที่ 1 การรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ที่ .232 ($p \leq 0.001$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 2 การใช้งานง่าย มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้ที่ .724 ($p \leq 0.001$) สนับสนุนสมมติฐานที่ 3 ความตั้งใจใช้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการใช้งานอีอาร์พีที่ .985 ($p \leq 0.001$) และสนับสนุนสมมติฐานที่ 4 การใช้งานอีอาร์พีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อส่วนแบ่งการตลาดที่ .763 ($p \leq 0.001$) แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์ของระบบอีอาร์พี และการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย จะนำไปสู่ความตั้งใจที่จะนำไปสู่การใช้งานระบบอีอาร์พี และการใช้งานระบบอีอาร์พีจะส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น

การศึกษาเรื่องรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจุบันที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยขณะนี้ผู้วิจัยพบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของส่วนแบ่ง

การตลาดของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยตามสมมติฐานการวิจัยทั้ง 4 ข้อ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยส่วนแบ่งการตลาดของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากการใช้งานระบบอีอาร์พี และการใช้งานระบบอีอาร์พีได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจใช้ที่ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ และการใช้งานง่าย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหากบริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยนำระบบอีอาร์พีมาใช้งานในบริษัทบนพื้นฐานของความตั้งใจที่จะใช้งานระบบอีอาร์พีที่เกิดจากการรับรู้ประโยชน์ของระบบอีอาร์พี และการรับรู้ว่าการใช้งานง่าย จะทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย มีความตรงเชิงโครงสร้างและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นไปตามสมมติฐานทั้ง 4 สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีความสำคัญต่อส่วนแบ่งการตลาด และการที่การใช้งานอีอาร์พีมีความสำคัญต่อส่วนแบ่งการตลาดอาจเนื่องมาจากระบบอีอาร์พีเป็นซอฟต์แวร์ที่มีการบูรณาการข้อมูลทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการวางแผนงานและเกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่งผลให้องค์กรสามารถสร้างส่วนแบ่งการตลาดให้เพิ่มขึ้นได้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Law & Ngai (2007) และงานวิจัยของ Kitrangsiluk & Kuntobutr (2017) ทั้งนี้การใช้งานอีอาร์พีในองค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้น องค์กรต้องสร้างให้เกิดความตั้งใจใช้งานในองค์กรก่อน โดยปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความตั้งใจใช้ ประกอบด้วย 2 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้ประโยชน์ โดยองค์กรจะต้องเข้าใจประโยชน์ที่จะได้รับการใช้งานระบบอีอาร์พี ที่มีต่อองค์กร เช่น การจัดเก็บข้อมูลที่มีความปลอดภัย, การควบคุมสินค้าคงคลังให้สมบูรณ์, การเชื่อมต่อทุกแผนกภายในองค์กร, การจัดการคำสั่งงานโดยอัตโนมัติ หรือแม้แต่การปรับปรุงซัพพลายเชนให้คล่องตัวและกระบวนการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อ และ 2) การใช้งานง่าย เนื่องจากระบบอีอาร์พีเป็นซอฟต์แวร์ที่มีความซับซ้อนจึงอาจก่อให้เกิดการต่อต้านจากพนักงานในองค์กร ดังนั้นองค์กรต้องสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานในองค์กรว่าการใช้งานอีอาร์พีไม่ใช่เรื่องยากสำหรับพวกเขา เพื่อให้พนักงานมีความมั่นใจในการใช้งานระบบอีอาร์พี โดยองค์กรอาจมีการจัดอบรมการใช้งานระบบอีอาร์พี ให้แก่พนักงาน และสร้างบรรยากาศการใช้งานระบบอีอาร์พี ในองค์กรให้พนักงานเกิดความเคยชินจนรู้สึกว่าการใช้งานระบบอีอาร์พี เป็นเรื่องง่ายสำหรับพวกเขา หากองค์กรสามารถสร้างให้เกิดปัจจัยสำคัญทั้งสองปัจจัย (การรับรู้ประโยชน์ และการใช้งานง่าย) ก็จะนำไปสู่ความตั้งใจใช้และก่อให้เกิดการใช้งานระบบอีอาร์พีภายในองค์กรซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) ตามแนวคิดของ Davis (1989) ทั้งนี้หากการใช้งานระบบอีอาร์พี ครอบคลุมกระบวนการดำเนินงานทั่วทั้งองค์กร ก็จะนำไปสู่ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สำหรับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้แบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

1. เจริญนโยบาย ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในเชิงนโยบายโดยผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของบริษัท เพื่อส่งเสริมให้เกิดการนำระบบอีอาร์พีมาใช้งานภายในบริษัท

2. เจริญบริหารจัดการ ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยที่จะ นำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้งานระบบอีอาร์พีในองค์กรด้วยการส่งเสริม ให้นักงนารับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้งานระบบอีอาร์พี และการสร้างความเชื่อมั่นให้กับ พนักงานว่าการใช้งานระบบอีอาร์พี ไม่ใช่เรื่องยากสำหรับพวกเขา หากองค์กรมีการใช้งานระบบอีอาร์ พี อย่างกว้างขวางและพนักงานในองค์กรใช้งานระบบอีอาร์พี จนกลายเป็นกิจวัตรประจำวัน ก็ไม่ใช่ เรื่องยากที่องค์กรจะก้าวไปสู่การเป็นผู้นำของส่วนแบ่งการตลาดในอุตสาหกรรม

3. เจริญวิชาการ ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ในทางวิชาการเนื่องจากเป็นการศึกษาต่อและขยาย ความเข้าใจในทฤษฎีรูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (The Technology Acceptance Model: TAM) โดยการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้งานระบบอีอาร์พีกับส่วนแบ่งการตลาดของบริษัท

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานด้วยการทำวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยการใช้วิธีเชิงปริมาณเป็นหลักและใช้วิธีเชิงคุณภาพ เสริมเพื่อเพิ่มเติมความลึกของข้อมูลการวิจัย

References

- Amalnick, M. S., Ansarinejad, A., Nargesi, S. M., & Taheri, S. (2011). Newspective to ERP critical success factors: Priorities and causal relations under fuzzy environment. *The Journal of Mathematics and Computer Science*. 2(1), 160-170.
- Amoako, G. K. & Salam, A. F. (2004). An extension of the technology acceptance model in an ERP implementation environment. *Information & Management*. 41(1), 731-745.
- Antlova, K. (2009). Motivation and barriers of ICT adaptation in small and medium-sized enterprises. *E + M Ekonomie a Management*. 12(2), 140-155.
- Awa, H. O., & Ojiabo, O. U. (2016). A model of adoption determinants of ERP within TOE framework. *Information Technology & People*. 29(4), 901-930.
- Bentler, P. M., & Chou, C.-P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*. 16(1), 78-117.

- Chang, M. K., Cheung, W., Cheng, C. H., & Yeung, J. H. Y. (2008). Understanding ERP system adoption from the user's perspective. **International Journal of Production Economics**. 113(2), 928-942.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly**. 13(1), 319-340.
- Deelert, J., Jaturat, N., & Kuntonbutr, C. (2020). The study of mediating effect of ERP adoption on the relationship between technological context and organizational performance. **Hatyai academic journal**. 18(2), 261-273.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). **Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics**. Michigan: University of Michigan Press.
- Kitrangsikul, N., & Kuntonbutr, C. (2017). The study of mediating effect of supply management capabilities on the relationship between information capabilities management and the organizational performance. **International Journal of Applied Computer Technology and Information Systems**. 7(1), 23-28.
- Laakso, M. (2007). **Challenges in ERP Implementations: Focus on Private Sector Organizations**. Paper, Swedish School of Economics and Business Administration. Sweden.
- Law, C. C., & Ngai, E. W. (2007). ERP systems adoption: An exploratory study of the organizational factors and impacts of ERP success. **Information & Management**. 44(4), 418-432.
- Nandi, M. L., & Kumar, A. (2016). Centralization and the success of ERP implementation. **Journal of Enterprise Information Management**. 29(5), 728-750.
- Ogbomo, M. O., & Ogbomo, E. F. (2008). Importance of information and communication technologies (ICTs) in making a healthy information society: a case study of Ethiopia east local government area of delta state, Nigeria. **Library Philosophy and Practice**. 3(1), 1-8.
- Sternad, S., & Bobek, S. (2013). Impacts of TAM-based external factors on ERP acceptance. **Procedia Technology**. 9(1), 33-42.
- Zabukovsek, S. S., & Bobek, S. (2013). TAM-based external factors related to ERP solutions acceptance in organizations. **International Journal of Information System and Project Management**. 1(4), 25-38.