

ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

The success and competitive advantage in the business
of mobile service providers in Bangkok Metropolitan

ญาณัญญา ศิริภักดิ์ธาดา¹

Yananda Siraphatthada¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับของภาวะผู้นำ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน นวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการ ร้านสาขาของบริษัทที่รับมอบอนุญาตประกอบธุรกิจภายใต้การทำสัญญาในลักษณะแฟรนไชส์ ของผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่คือ AIS Dtac และ TrueMove จำนวน 331 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนจำนวนของผู้ประกอบการร้าน สาขาของแต่ละเครือข่ายผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ แบบสอบถาม ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) และเทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลอง สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์ เชิงลึกกับผู้ประกอบการร้านสาขาของ Telewiz Dtac Center TrueMove Shop จำนวน 6 ราย ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประมวลผลความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับของปัจจัย ภาวะผู้นำ การจัดการห่วงโซ่อุปทานและความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับของปัจจัย นวัตกรรม และ ความสำเร็จทางการเงิน รวมทั้งความสำเร็จที่ไม่ใช่ทางการเงินของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน นวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

คำสำคัญ : โทรศัพท์เคลื่อนที่ ความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

¹ คุษฎีบัณฑิต สาขานวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

The objectives of this research were to study the level of influencing factors including leadership, supply chain management, innovation, business advantage, and business success, and to study factors influencing competitive advantage in the business of mobile service providers in Bangkok and suburban. Research method was employed to achieve the set objectives. The quantitative approach to the study involved the use of questionnaires to collect data from the 331 mobile service providers/shop managers franchised by AIS, Dtac and TrueMove. The mobile service providers/shop managers were randomly stratified and proportionally allocated into subgroups exclusive to the providers the managers belong to. Descriptive Statistics, including frequency, percentage, means and standard Deviation was employed; also, the Structural Equation Model (SEM) was utilized as tool for data analysis. In terms of qualitative method, an in-depth interview and content analysis were utilized to identify key patterns emerging from the interview responses. The two data sets were brought together by comparing and contrasting the findings, providing triangulation to enrich result interpretation. It was revealed that: the level of the influencing factors – leadership, innovation management, supply chain management, business competitiveness – had an impact at a great level, and that the level of the business– financial success and non–business financial success – are at a high level. Factors influencing competitive advantage in the business of mobile service providers were leadership, supply chain management, innovation, business advantage, and business success. The levels of their influence corresponded to the interview findings, and had statistically significance at .01.

Keywords: Business success, Leadership, Mobile service providers

บทนำ

ปัจจุบันการบริการโทรคมนาคมได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์และมีอัตราการเติบโตมากขึ้นทุกวัน ปัจจัยพื้นฐานสำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวันทำให้ธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่เร่งพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการ ส่งผลให้ธุรกิจโทรคมนาคมเกิดการแข่งขันสูง ทำให้ธุรกิจผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่าง

พยายามที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ของการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตในเรื่องของการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่และการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ เช่น การแข่งขันในประเด็นการบริการ (Service) ที่มีคุณภาพ กลยุทธ์ การส่งเสริมการขาย (Promotion) ราคา (Price) เป็นต้น ทำให้ผู้ใช้บริการมีโอกาสใน

การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดี และเหมาะสมกับความต้องการของตนได้มากที่สุด

จากสภาวะการแข่งขันที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ.2555 ทำให้ธุรกิจผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ต่างพยายามที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ของการให้บริการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม จากการขยายโครงข่ายบริการ 3G เชิงพาณิชย์บนคลื่นความถี่เดิมที่ครอบคลุมทั่วประเทศมากขึ้น

แนวโน้มในปี พ.ศ. 2556 นับเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำทนายสำหรับอุตสาหกรรมโทรคมนาคมไทยที่มีผลมาจากการพิจารณาอนุมัติใบอนุญาต 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 2100 เมกะเฮิรตซ์ ในเดือนธันวาคมของปี พ.ศ.2555 ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนจากระบบสัมปทานเป็นระบบใบอนุญาต ทั้งเป็นการยกระดับศักยภาพด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคมของไทย และสนับสนุนการแข่งขันบนโครงสร้างการกำกับดูแลธุรกิจโทรคมนาคมที่มีความเป็นธรรมและเสรีมากขึ้น ดังนั้นการกำหนดทิศทาง กลยุทธ์ของธุรกิจ จึงเป็นสิ่งที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์มือถือในประเทศไทยด้วย (ศูนย์การวิจัยกสิกรไทย, 2555: 26)

ผลการวิจัยที่ศึกษาโดยดวงสมร พักสังข์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม พบว่าระดับของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมีบารมี การกระตุ้นการใช้ปัญญา การมุ่งเน้นตลาด การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และการแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยีสารสนเทศ ฐานี ศิริเต็มกุล (2550) ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยพบว่า จากการแข่งขันที่รุนแรงทำให้

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เห็นได้ชัด คือรายการส่งเสริมการขาย ราคา ค่าโทรขั้นต่ำต่อนาทีที่ถูกกว่าคู่แข่ง ดังนั้นผู้ให้บริการแต่ละรายจึงได้พยายามที่จะลดราคาค่าโทรขั้นต่ำต่อนาที เพื่อรักษาสฐานลูกค้า และอัตราดา คิลาโคตร (2550) ได้ทำการศึกษาผลกระทบขององค์ประกอบส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดและสังคมที่มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในปัจจุบันพบว่า องค์ประกอบส่วนบุคคล สังคม ครอบครัว เพื่อน และส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่อยู่ในปัจจุบัน ธุรกิจระบบโทรศัพท์มือถือจะต้องพยายามสร้างความเชื่อถือและการมีส่วนร่วมของลูกค้าในการใช้ระบบโทรศัพท์มือถือให้มากที่สุด อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของระดับความจงรักภักดีในตัวลูกค้าต่อไป

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานของธุรกิจผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย เนื่องจากองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยได้ และส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาาระดับของปัจจัยซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน นวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขัน และผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน นวัตกรรม ความสามารถในการแข่งขันและผลสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ ที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการร้านที่รับมอบอำนาจของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจภายใต้การทำสัญญาประกอบธุรกิจโดยใช้เครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายบริการ ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า ในลักษณะ แฟรนไชส์ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาด 3 ราย คือ AIS Dtac และ TrueMove รวมทั้งสิ้น 1,932 แห่ง ดังนี้

1. บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) หรือ AIS คือ ร้าน Telewiz
2. บริษัท DTAC คือ ร้าน Dtac Shop
3. บริษัท True คือ ร้าน TrueMove Shop

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการร้านที่รับมอบอำนาจของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจภายใต้การทำสัญญาประกอบธุรกิจโดยใช้เครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายบริการตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า ในลักษณะแฟรนไชส์ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ AIS Dtac และ TrueMove โดยใช้วิธีการสุ่ม ตามวิธี Stratified Random Sampling (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2549) ใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 331 แห่ง (Yamane, 1973, 85, 141)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. **ตัวแปรต้น** คือ ภาวะผู้นำ นวัตกรรม การจัดการห่วงโซ่อุปทาน และความสามารถในการแข่งขัน

2. **ตัวแปรตาม** คือ ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานของการวิจัย

1. ภาวะผู้นำส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อต่อนวัตกรรม
2. ภาวะผู้นำส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อห่วงโซ่อุปทาน
3. ภาวะผู้นำส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน
4. นวัตกรรมส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน
5. ห่วงโซ่อุปทานส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน
6. ความสามารถในการแข่งขันส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อผลสำเร็จของธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยเริ่มด้วยการวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบการสำรวจ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ทบทวนเอกสาร วรรณกรรม บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ลักษณะการดำเนินธุรกิจ สภาพการณ์แข่งขัน กลยุทธ์และแนวโน้มการดำเนินธุรกิจของธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากนั้นกลั่นกรองแนวคิด ทฤษฎี และองค์ความรู้เหล่านั้น จนได้เป็น

องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. กำหนดขอบเขตของการวิจัย ประชากรเป้าหมาย เป็นผู้ประกอบการ หรือผู้จัดการร้านที่รับมอบอำนาจดำเนินธุรกิจภายใต้การทำสัญญาประกอบธุรกิจโดยใช้เครื่องหมายการค้า และเครื่องหมายบริการ ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า ในลักษณะแฟรนไชส์ของบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด 3 ราย คือ AIS Dtac และ TrueMove รวมทั้งสิ้น 1,932 แห่ง

3. กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 331 แห่ง (Yamane, 1973, 85, 141) และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

4. สร้างมาตรวัดและตรวจสอบคุณภาพของมาตรวัด โดยคำนึงถึงความเชื่อถือได้ของมาตรวัด (reliability) และความถูกต้องในเนื้อหาของมาตรวัด (content validity) ใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายใน (internal consistency method) แบบครอนบาคอัลฟา (Cronbachs Alpha) ที่มีค่าอัลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แล้วนำเอามาตรวัดดังกล่าวนี้มาทำการปรับปรุงข้อคำถามให้เกิดความเหมาะสม และนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ด้วยวิธีคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index-IOC) เพื่อนำมาทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย แล้วจึงนำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

5. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage)

ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าความเบ้ (skewness) ค่าความโด่ง (kurtosis) และค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน (coefficient of variation : C.V.) ของตัวแปรสังเกตได้ที่เป็นตัวแปรต่อเนื่อง จากนั้นวิเคราะห์สถิติเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรสังเกตได้ เพื่อวัดตัวแปรแฝงทั้ง 5 ตัวแปร วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor Analysis) ของแต่ละตัวแปร แล้วนำไปตรวจสอบความสอดคล้องของโปรแกรม LISREL 8.52 (Amos Model)

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการร้านสาขาของ Telwiz Dtac Center TrueMove Shop จำนวน 6 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประมวลผลความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างกันระหว่างผู้ให้ข้อมูลทั้ง 6 ราย

ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 331 ราย กลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาส่วนใหญ่เป็นร้านสาขาของ Telewiz shop ร้อยละ 38.07 มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 37.60 มีจำนวนพนักงาน 3-5 คน ร้อยละ 60.20 สถานที่ตั้งของธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพ ร้อยละ 51.2 มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 3-6 ปี ร้อยละ 45.62

สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 1

ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์สหภาพปัจจุบันของตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างทั้งหมด

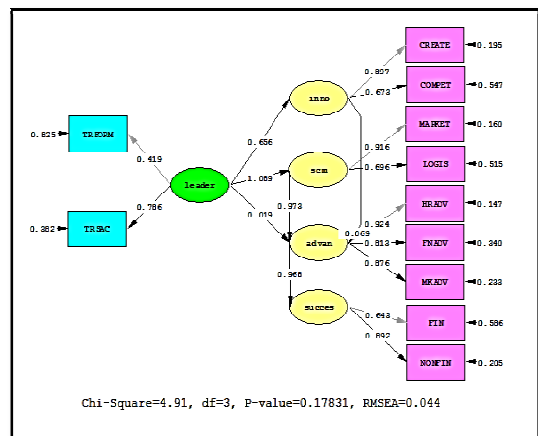
ตัวแปรที่ศึกษา	Mean	S.D.	ความหมาย
ภาวะผู้นำ	4.027	.467	มาก
นวัตกรรม	4.261	.449	มากที่สุด
ห่วงโซ่อุปทาน	4.063	.475	มาก
ความสามารถในการแข่งขัน	4.182	.502	มาก
ผลสำเร็จของธุรกิจ	4.250	.575	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรปัจจัยที่ทำการศึกษา ได้แก่ ภาวะผู้นำ นวัตกรรม ห่วงโซ่อุปทาน ความสามารถในการแข่งขัน และผลสำเร็จของธุรกิจ ตัวแปรภาวะผู้นำ ห่วงโซ่อุปทาน และความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนตัวแปรนวัตกรรม และผลสำเร็จของธุรกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยที่ตัวแปรนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 4.261 รองลงมาคือผลสำเร็จของธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขัน ห่วงโซ่อุปทาน และภาวะผู้นำมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.250, 4.182, 4.063 และ 4.027

สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อ 2

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่

ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภายหลังการปรับแก้โมเดล (adjusted model) พบว่าแบบจำลองสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีตัวบ่งชี้ความกลมกลืน ดังนี้ $\chi^2=4.91$, $df= 3$, $p\text{-value} = 0.17831$; Relative $\chi^2 = 1.636$; RMSEA = 0.044; SRMR= 0.009; GFI = 0.997; AGFI = 0.940; CFI = 0.998; CN = 758.371



ภาพที่ 1 แบบจำลองโครงสร้างเชิงสาเหตุความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้ทำการปรับแก้แล้ว แสดงให้เห็นถึงการส่งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) การส่งอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และการส่งอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) ระหว่างตัวแปรแฝง นำเสนอในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน (Standardize Score) แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การประมาณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรแฝง
ในแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับแก้แล้ว

ตัวแปรตาม	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ			ความสามารถ ในการแข่งขัน
		ภาวะผู้นำ	นวัตกรรม	ห่วงโซ่อุปทาน	
นวัตกรรม (inno)	D	0.656**	-	-	-
	I	-	-	-	-
	T	0.656**	-	-	-
ห่วงโซ่อุปทาน (scm)	D	1.089**	-	-	-
	I	-	-	-	-
	T	1.089**	-	-	-
ความสามารถในการแข่งขัน (advan)	D	0.019	-0.069	0.973**	-
	I	0.915**	-	-	-
	T	0.934**	-0.069	0.973**	-
ผลสำเร็จขององค์กร (succes)	D	-	-	-	0.968**
	I	0.901**	-0.066	0.942**	-
	T	0.901**	-0.066	0.942**	0.968**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ สัมประสิทธิ์อิทธิพลมีส่วนใหญ่ตรงกับสมมุติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยที่ตัวแปรอิสระ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตาม ได้แก่ นวัตกรรม ห่วงโซ่อุปทาน ความสามารถในการแข่งขัน และผลสำเร็จขององค์กร ได้ร้อยละ 43.0, 118.7,

89.5 และ 93.7 ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้นำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของตัวแปรค่า t value และทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จากแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ทำการปรับแก้ แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่	คู่ความสัมพันธ์	β	t value	ผลการทดสอบ
1	LEADER → INNO	0.656	7.133**	สนับสนุน
2	LEADER → SCM	1.018	3.941**	สนับสนุน
3	LEADER → ADVAN	0.019	0.068	ไม่สนับสนุน
4	INNO → ADVAN	-0.069	-0.556	ไม่สนับสนุน
5	SCM → ADVAN	0.973	3.518**	สนับสนุน
6	ADVAN → SUCCES	0.968	11.439**	สนับสนุน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนใหญ่ตรงกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ กล่าวคือภาวะผู้นำส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรม ($\beta=+0.656$, t value=7.133) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 และภาวะผู้นำส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อห่วงโซ่อุปทาน ($\beta=+1.018$, t value=3.941) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญ .01 แต่ภาวะผู้นำไม่ได้ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน ($\beta=0.019$, t value=0.068) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ตัวแปรด้านนวัตกรรมไม่ได้ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อตัวแปรด้านความสามารถในการแข่งขัน ($\beta=-0.069$, t value=-0.556) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ห่วงโซ่อุปทานส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน ($\beta=+0.973$, t value=3.518) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ .01 และความสามารถในการแข่งขัน ส่งอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลสำเร็จของธุรกิจ ($\beta=0.968$, t value=11.439) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ .01

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่รายงานผลการวิเคราะห์ตามกรอบแนวความคิดและสมมติฐานการวิจัยตามหลักทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทำให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในกรุงเทพและปริมณฑล ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. ผลการทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวความคิด
2. คุณค่าด้านระเบียบวิธีวิจัย

3. คุณค่าทางทฤษฎีและการนำไปใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติ มีรายละเอียดดังนี้ ภาวะผู้นำที่ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ คือภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership) ได้แก่ ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นได้ ความเชื่อมั่นตนเองสูง มองการณ์ไกลและมีวิสัยทัศน์ เปิดเผย ชี้นำผู้ตามสู่เป้าหมายด้วยความตระหนัก แก้ปัญหา ความสามารถในการเจรจาต่อรอง สื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงสมร พักสังข์ (2555) และภาวะผู้นำแบบปฏิรูป (Transformational leadership) ได้แก่ การมีบารมี การกระตุ้นการใช้ปัญญา การคำนึงถึงปัจเจกบุคคล การกำหนดทิศทางและความมุ่งมั่นในเป้าหมาย มาตรฐานทางจริยธรรม ความเสียสละ พฤติกรรมที่ทำให้ผู้อื่นเคารพนับถือ (Avolio & Bassm 1988)

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นเสริมจากข้อค้นพบจากการศึกษาที่ได้ว่าภาวะผู้นำที่จะนำพาองค์กรไปประสบความสำเร็จได้นั้นคือผู้นำที่สามารถสร้างศรัทธาในใจให้ผู้ตามได้ รวมถึงความจริงใจ กระตือรือร้น ในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Tichy & Devanna (1990) ที่หมายถึงความศรัทธาที่ผู้นำของธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีต่อลูกค้าคือ ผู้ประกอบการร้านสาขา นั่นคือผู้นำที่ใส่ใจ ร่วมเผชิญปัญหา และฝ่าฟันไปพร้อมๆ กับผู้ประกอบการร้านสาขา ให้คำแนะนำที่ดี ต้องกล้าตัดสินใจ ทั้งนี้ก่อนที่ตัดสินใจนั้นในเรื่องใดๆ ลงไปนั้น ผู้นำต้องมีกรอบความคิด และการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ เรียนรู้ที่จะหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ ต้องเป็นผู้ที่รับฟังสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการสื่อสารอย่างตั้งใจ และมีศิลปะในการฟัง มีความคิดว่าการฟังคือการเรียนรู้ที่ดีที่สุด ผู้วิจัยมีความคิดเห็นเสริมจากข้อค้นพบจากการศึกษาที่ได้ว่าการที่องค์กรธุรกิจมีการพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการอย่างไม่หยุดนิ่งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมาก โดยเฉพาะกับธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์

ซึ่งถือเป็นสินค้าและบริการที่มีความทันสมัย ความใหม่ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ยิ่งจำเป็นที่จะต้องใช้ความพยายามในการบริหารการใช้ทรัพยากรเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในรูปแบบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในระยะยาว เพราะธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ก็อยู่ภายใต้เงื่อนไขของการวัดประสิทธิผลที่มักดูที่ความสำเร็จของการพัฒนาสินค้าตัวใหม่ๆ เสมอมา

ปัจจัยการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการบริหารกระบวนการของการจัดซื้อ (Procurement) การจัดเก็บ (Storage) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการขนส่ง (Transportation) การมุ่งเน้นตลาด มีส่วนสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน (Daugherty et al., 1996) ปัจจุบันธุรกิจธุรกิจผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น การจะเป็นผู้นำในธุรกิจนี้ต้องมุ่งให้ความสำคัญกับการบริการต้นทุน อีกทั้งการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับ ขวัญภัทสร จานทอง (2552) ที่พบว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นบุพปัจจัยของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นอีกชื่อหนึ่งของการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการสร้างผลกำไร และการสร้างมูลค่าเพิ่มที่เหนือกว่าให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียในองค์กร จึงต้องมีการจัดการเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จะเข้ามาช่วยการจัดการระบบการจัดการภายในของแต่ละองค์กรเพื่อลดเวลาและกระบวนการดำเนินงานให้ได้ต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ปัจจัยความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ พบว่าความได้เปรียบ คือ ความสามารถในการสร้างความแตกต่าง โดดเด่น มีคุณค่าเหนือกว่าสินค้าหรือบริการอื่นๆ หรือความสามารถในการนำเสนอสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า หรือทั้ง 2 ประการจะนำพาองค์กรไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ

1. ธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำ นวัตกรรม ห่วงโซ่อุปทาน และการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่มาประกอบการพิจารณาในการพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. ธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ควรให้ความสำคัญในการสร้างความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

3. หน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม การควบคุมค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ให้มิตินทุนต่ำแต่มีคุณภาพประสิทธิภาพสูงสุด การอบรมผู้ประกอบการเรื่อง ห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) เนื่องจากธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นอุตสาหกรรมที่มีตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งมีความได้เปรียบกว่าประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงบางประเทศที่ยังมีความล้าหลังด้านเทคโนโลยี โอกาสและความพร้อมอีกทั้งการสนับสนุนในการประกอบธุรกิจ และความน่าสนใจในการลงทุน เพื่อประโยชน์ของการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างบริษัทฯ ผู้ให้บริการระบบ

โทรศัพท์เคลื่อนที่เข้ากับผู้ประกอบการหรือร้านสาขา
นั้นเป็นสิ่งสำคัญ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยใน

ระดับประเทศแต่ละภูมิภาคเพื่อให้เห็นภาพรวมของธุรกิจ

ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย
และอาจจะทำการศึกษาบุฟปัจจัยของลูกค้า
ปลายทาง (End users) ด้วยว่ามีผลต่อความสำเร็จ
ขององค์การหรือไม่อย่างไร

เอกสารอ้างอิง

ขวัญปักษัสสร จานทอง. (2552). **การมุ่งเน้นตลาดและการจัดการโลจิสติกส์เชิงบูรณาการกับผลการส่งออก:**

กล้วยไม้ไทย. รายงานการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา.

ดวงสมร พักสังข์. (2555). **ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและ**

เครื่องนุ่งห่ม. ปรัชญาดุขฎิบัณฑิตนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ฐาปณี ศิริเต็มกุล. (2550). **อุปสงค์ของการใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์

เศรษฐศาสตร์ดุขฎิบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). **แวดวงโทรศัพท์มือถือปี 55: ความต้องการยังพุ่งตลาดโตกว่าหมื่นล้านบาท.**

สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน, 2555 จาก www.kasikornresearch.com

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2549). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.** (พิมพ์ครั้งที่ 17) กรุงเทพฯ: เพ็องฟ้า.

อัยดา ศิลาโครต. (2553). **ผลกระทบขององค์ประกอบส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาดและสังคมที่**

มีต่อความตั้งใจที่จะใช้ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจดุขฎิบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Avolio, B. J., & Bass, B.M. (1988). **Transformational leadership, charisma, and beyond.** In J.G.,
Hunt et al. (Eds.) *Emerging Leadership vistas*, 29–50. Lexington, MA: Lexington Books.

Daugherty. P.J., Ellinger, A.E. & Gustin, C.M. (1996). **Integration logistic: Achieving logistics
performance improvements.** *Supply Chain Management* 1(3), 27.

Tichy, N.M. & Devanna, M.A. (1990). **The transformational Leader.** New York: John Wiley & Sons.

Yamane, Taro. (1967). **Statistic and Introductory Analysis** (3rd ed.). New York : Harper & Row,
Publishers.