



การจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาด ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย Quality Management and Market Orientation Affecting the Organizational Performance of SMEs in Thailand

- รองศาสตราจารย์ นงนุช กันทะชัย
- โปรแกรมบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
- คณะวิทยาการจัดการ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
- Associate Professor Nongnout Kanthachai
- Program in Business Administration
- (General Management)
- Faculty of Management Sciences
- Chiang Rai Rajabhat University
- E-mail: nkunthachai@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด และผลการดำเนินงาน (2) ศึกษาระดับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อม และ (3) ศึกษาการจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ โดยวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ จำนวน 1,200 ราย ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ สรุปได้ดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นประเภทธุรกิจค้าปลีก มีจำนวนเงินลงทุน 5-10

ล้านบาท และจำนวนคนงาน 25-49 คน การจัดการคุณภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ สำหรับการมุ่งเน้นตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า และผลการดำเนินงานขององค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลลัพธ์ ส่วนความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้า การวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เพื่อศึกษาการจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งองค์ประกอบ การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร

คำสำคัญ: การจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด ผลการดำเนินงานขององค์กร ความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อม

Abstract

This research aimed to study (1) the levels of quality management, market orientation, and organizational performance, (2) the levels of environmental uncertainty, and (3) the quality management and market orientation that affect the organizational performance of small and medium-sized enterprises (SMEs). The sample size was 1,200 entrepreneurs and the data were analyzed by computer program. The findings found that most respondents were male, aged between 41-50 years old with a bachelor's degree or equivalent, and a retail enterprise with an investment of 5-10 million baht with 25-49 workers. In general, the quality level of management was quite high with the highest mean for products and services' design. The market orientation displayed a high level of mean with the highest score for customer responsibility. The operational performance showed a rather high mean with the highest score found in quality of results. The environmental uncertainty also registered quite a high mean with the highest score for customer. Importantly, the Structural Equation Model (SEM) was applied to investigate the two factors of quality management and market orientation that affect the operational performance of SMEs. The basic statistic results indicated that this model was correlated with its collected data. Moreover, the quality management had a direct effect on the market orientation, and the market orientation had a direct effect on the operational performance.

Keywords: Quality Management, Market Orientation, Organizational Performance, Environmental Uncertainty

บทนำ

นับตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ธุรกิจการค้าและการบริการขยายออกไปทั่วโลก ซึ่งเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว การแข่งขันทางธุรกิจในระดับโลกทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น องค์การต่าง ๆ จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ สร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการแข่งขัน เช่น การพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้า การบริการ และระบบการจัดการ โดยนำเอาการจัดการคุณภาพมาใช้ ทำให้คุณภาพ มีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากคุณภาพมีบทบาทมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ขององค์การ รวมทั้งคุณภาพได้กลายมาเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่สำคัญ เพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตนอย่างต่อเนื่อง ผ่านกระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เนื่องจากคุณภาพเป็นเรื่องสำคัญที่ใช้ในการเจรจาทางการค้าเพื่อความอยู่รอดขององค์การ และพัฒนาความสามารถในการสร้างยอดขายและผลกำไรในอนาคต สิ่งเหล่านี้จะเห็นได้จากผลการดำเนินงานขององค์การที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจ SMEs

ธุรกิจ SMEs นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ มีบทบาทสำคัญในการเป็นฐานรากการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟู และเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้วยประสิทธิภาพ และนวัตกรรมการสร้างความสะดวกในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงสังคมและการรักษาสິงแวดล้อม (อุดม สายะพันธ์, พิมพา หิรัญกิตติ และสมชาย หิรัญกิตติ, 2557: 28) ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาดังกล่าวพยายามที่จะจัดการด้านการผลิต

สินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ มีการพัฒนาการจัดการคุณภาพ โดยการมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจ SMEs เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม จากการพัฒนาการจัดการคุณภาพดังกล่าวก็ยังมีปัญหาเกี่ยวกับกระบวนการจัดการที่มีระบบต่อการนำไปปฏิบัติในการจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาด ที่จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนั้นแล้วการที่องค์การจะประสบผลสำเร็จในการปฏิบัติงานได้นั้น องค์การหรือธุรกิจก็ต้องให้ความสนใจกับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจด้วย ถึงแม้ว่าสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นองค์การหรือธุรกิจไม่สามารถที่จะควบคุมได้ก็ตาม

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยว่าเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

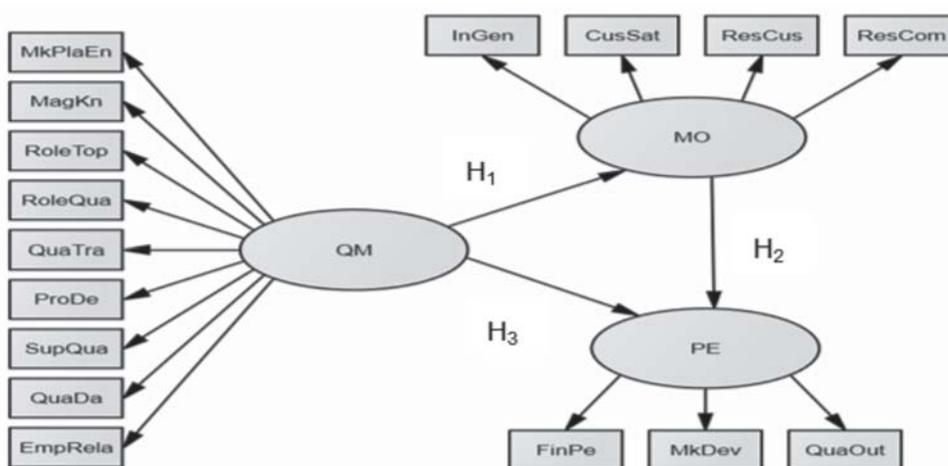
1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด และผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาระดับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาการจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแนวคิดการจัดการ

คุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย โดยสอบถามผู้ประกอบการของธุรกิจเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ (Quality Management: QM) ได้แก่ (1) สิ่งแวดล้อมทางการตลาด (Marketplace Environment: MkPlaEn) (2) ความรู้ของผู้จัดการ (Manager's Knowledge: MagKn) (3) บทบาทของผู้บริหารระดับสูงและนโยบายด้านคุณภาพ (Role of Top Management and Quality Policy: RoleTop) (4) บทบาทของแผนกคุณภาพ (Role of the Quality Department: RoleQua) (5) คุณภาพการฝึกอบรม (Quality Training: QuaTra) (6) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ (Product/Service Design: ProDe) (7) การจัดการคุณภาพผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (Supplier Quality Management: SupQua) (8) คุณภาพข้อมูลและการรายงาน (Quality Data and Reporting: QuaDa) และ

(9) ความสัมพันธ์ของพนักงาน (Employee Relations: EmpRela) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation: MO) ได้แก่ (1) การรวบรวมความรู้ทางการตลาด (Intelligence Generation: InGen) (2) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction: CusSat) (3) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Responsiveness to Customers: ResCus) และ(4) ความรับผิดชอบต่อคู่แข่ง (Responsiveness to Competition: ResCom) และผลการดำเนินงานขององค์การ (Performance: PE) ได้แก่ (1) ด้านการเงิน (Financial Performance: FinPe) (2) การพัฒนาตลาดและบริการ (Market/Product Development: MkDev) และ (3) คุณภาพของผลลัพธ์ (Quality Outcomes: QuaOut) (Carter, Lonial and RaJu, 2010; RaJu and Lonial, 2010; RaJu, et al., 2000) กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัยมีดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด
2. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ
3. การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง มาจากแนวคิดการใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบในการวิจัยควรมีจำนวนขนาดตัวอย่าง 1,000 ราย หรือมากกว่า ถือว่า ดีเลิศ (Excellent) (MacCallum, et al., 1999: 84 cited in Comrey and Lee, 1992) เพื่อให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 1,200 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน คือ (1) จากการที่ได้ดำเนินการเลือกและกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธี Multi-stages คือ (1.1) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกภาคในประเทศไทย จำนวน 6 ภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก (1.2) แต่ละภาคจะเลือกมาภาคละ 2 จังหวัด ซึ่งเป็นจังหวัดใหญ่ในภาคนั้น ๆ คือ ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ และเชียงราย ภาคใต้ ได้แก่ สงขลา และนครศรีธรรมราช ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และนนทบุรี ภาคใต้ ภาคตะวันออก ได้แก่ สงขลา และนครศรีธรรมราช ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ขอนแก่น และอุดรธานี ภาคตะวันตก ได้แก่ กาญจนบุรี และสุพรรณบุรี รวมทั้งหมด 12 จังหวัด และ (1.3) แต่ละจังหวัด 12 จังหวัด ดำเนินการเก็บข้อมูลแบบโควตา (Quota) 12 จังหวัด ๆ ละ 100 ชุด รวมทั้งหมด 1,200 ชุด ตามที่ได้กำหนดไว้ (2) ดำเนินการอบรมผู้ช่วยนักวิจัยเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ (3) เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากแบบสอบถาม โดยใช้ผู้ช่วยนักวิจัยสอบถามตามจังหวัดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ข้างต้น ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 6 เดือน ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 (4) ดำเนินการตรวจสอบ (Edit) ข้อมูลที่เก็บว่ามีความครบถ้วนสมบูรณ์จนครบจำนวนที่กำหนดไว้ และ(5) หลังจากนั้นผู้วิจัยดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล จากกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติในการแสดงผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าพารามิเตอร์กับประชากร และการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย ซึ่งงานวิจัยในครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลแบบเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อแสดงผลการวิเคราะห์ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนั้นแล้วผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนากรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยในรูปโมเดล AMOS แบบมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) (DeVellis, 1991: 12) โดยนำเสนอโมเดล AMOS การจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยการจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นประเภทธุรกิจค้าปลีก มีจำนวนเงินลงทุน 5-10 ล้านบาท และมีจำนวนคนงาน 25-49 คน มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ระดับการจัดการคุณภาพ โดยภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ รองลงมา คือ บทบาทของผู้บริหารระดับสูงและนโยบายด้านคุณภาพ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพการฝึกอบรม และการจัดการคุณภาพผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต ระดับการมุ่งเน้นตลาด โดยภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า รองลงมา คือ การรวบรวมความรู้ทางการตลาด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความพึงพอใจของลูกค้า และระดับผลการดำเนินงานขององค์การ โดยภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่

มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลลัพธ์ รองลงมา คือ การพัฒนาตลาดและบริการ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการเงิน รวมทั้งระดับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้า รองลงมา คือ เศรษฐกิจทั่วไป และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ตลาดการเงิน

ผลการตรวจสอบความตรงของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลองค์ประกอบการจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด และผลการดำเนินงานขององค์การ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย พบว่า การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .534 และ .036 ตามลำดับ และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 1.035 นอกจากนั้นแล้วการจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .553

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ระหว่างโมเดลที่สร้างตามสมมติฐาน และโมเดลที่ปรับใหม่

ที่	Test statistics	โมเดลตามสมมติฐาน	โมเดลที่ปรับใหม่	ค่ามาตรฐาน	ความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐาน	ความสอดคล้องของโมเดลที่ปรับใหม่
1.	chi-square (χ^2)	4599.5	138.6	-	-	-
2.	df	62	39	-	-	-
3.	p-value	.000	.052	> 0.05	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
4.	χ^2/df	74.185	2.990	≤ 3.00	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
5.	GFI	.746	.983	> 0.90	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
6.	AGFI	.627	.961	> 0.09	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
7.	CFI	.819	.996	≥ 0.95	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
8.	NFI	.817	.995	≥ 0.95	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
9.	RMR	.149	.040	≤ 0.08	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง
10.	RMSEA	.247	.046	< 0.08	ไม่สอดคล้อง	สอดคล้อง

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structure Equation Model) เพื่อศึกษาการจัดการคุณภาพและการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 4599.5 องศาอิสระเท่ากับ 62 นั่นคือ ค่าไค-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 74.185 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) GFI เท่ากับ .746 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน AGFI เท่ากับ .627 ค่า CFI เท่ากับ .819 NFI เท่ากับ .817 ค่าดัชนีกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .149 และ

ค่าดัชนีความกลมกลืน ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .247 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า โมเดลทดลองศึกษาข้างต้นไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) เมื่อปรับโมเดลใหม่ และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 138.6 องศาอิสระเท่ากับ 39 นั่นคือ ค่าไค-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.990 ค่าดัชนีความกลมกลืน ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .046 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดัชนีวัดความสอดคล้อง

กลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Relative Fit Index) ค่า CFI เท่ากับ .996 และ NFI เท่ากับ .995 ดังนั้น กล่าวได้ว่า โมเดลที่นำมาตรวจสอบมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ดี ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) GFI เท่ากับ .983 และ

ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน AGFI เท่ากับ .961 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ .040 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์มีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	Standardized estimate	S.E	C.R.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H_1	QM -----> MO	.640	.028	23.152	สอดคล้อง ***
H_2	MO -----> PE	.729	.046	15.958	สอดคล้อง ***
H_3	QM -----> PE	.030	.020	1.507	ไม่สอดคล้อง

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001

จากตารางที่ 2 พบว่า องค์กรประกอบการจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาดคิดเป็นค่าน้ำหนัก .640 และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร คิดเป็นค่าน้ำหนัก .729

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า H_1 การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และ H_2 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001 ส่วน H_3 การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

สรุป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นประเภทธุรกิจค้าปลีก มีจำนวนเงินลงทุน 5-10 ล้านบาท และมีจำนวนคนงาน 25-49 คน

ผลการวิเคราะห์ระดับการจัดการคุณภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ระดับการมุ่งเน้นตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความรับผิดชอบต่อลูกค้า และระดับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพของผลลัพธ์ รวมทั้งระดับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลูกค้า รongลงมา คือ เศรษฐกิจทั่วไป

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โมเดลองค์ประกอบการจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด และผลการดำเนินงานขององค์กร มีความสอดคล้อง

กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ พบว่า การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ นอกจากนี้แล้ว การจัดการคุณภาพยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .001

อภิปรายผล

จากการศึกษาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย พบว่า การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ นอกจากนี้แล้วการจัดการคุณภาพยังมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับนิชิริมา ะยะฮะแกว และวรรณโณ พงศ์สุวรรณ (2555: 58) ที่พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผล ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ และการมุ่งเน้นตลาด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรที่ส่งอิทธิพลต่อประสิทธิผล พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลโดยรวมสูงสุด รองลงมา เป็นโลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลโดย

รวมต่ำสุด สอดคล้องกับปรารธนา หลีกภัย (2556: 60) ที่พบว่า การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีผลทางตรงทิศทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม และความสามารถทางนวัตกรรมมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์การ รวมทั้งสอดคล้องกับ RaJu, et al. (2000: 237) พบว่า สมการโครงสร้างยืนยันลักษณะของตัวแปรหลาย ๆ ตัว ทั้งการมุ่งเน้นตลาด และผลการปฏิบัติงานขององค์การ และมีความสัมพันธ์อย่างแข็งแกร่งระหว่างโครงสร้างสอดคล้องกับ RaJu and Lonial (2001: 140) ที่พบว่า การมุ่งเน้นตลาด และบริบทของการจัดการคุณภาพมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การ แต่อย่างไรก็ตาม ในขณะที่การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การ บริบทของการจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานขององค์การ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด สอดคล้องกับ Carter, Lonial and RaJu (2010: 8) ที่พบว่า ทั้งบริบทของการจัดการคุณภาพและคุณภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงานของโรงพยาบาล และสอดคล้องกับ Hemsworth, Sánchez-Rodríguez and Bidgood (2005: 169) ที่พบว่า การจัดการคุณภาพการปฏิบัติงานในการซื้ออิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงานระบบข้อมูลข่าวสาร และมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การการซื้อ จากการศึกษาในขอบเขตดังกล่าวทำให้ผลของการศึกษาออกมาคล้าย ๆ กัน คือ การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนิน

งานขององค์การ แสดงว่าทั้ง 3 ตัวแปรหลัก คือ การจัดการคุณภาพ การมุ่งเน้นตลาด และผลการดำเนินงานขององค์การมีความสัมพันธ์กันนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความไม่แน่นอนของสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย คือ ลูกค้า รongลงมา คือ เศรษฐกิจทั่วไป ดังนั้นธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ควรจะระมัดระวังในการดำเนินงานโดยให้ความสนใจเกี่ยวกับลูกค้าและเศรษฐกิจทั่วไปเป็นพิเศษ เนื่องจากว่าเป็นสิ่งแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

2. จากการศึกษา พบว่า การจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ด้านการรวบรวมความรู้ทางการตลาด ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการสำรวจลูกค้า อย่างน้อย ปีละ 1 ครั้ง ในการเข้าถึงคุณภาพสินค้าและบริการ เพื่อที่ธุรกิจจะสามารถนำเสนอสินค้าและบริการตรงกับความต้องการของลูกค้า

3. จากการศึกษา พบว่า การจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ควรจะมีการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าให้แก่พนักงานทุกระดับในธุรกิจได้รับทราบ เพื่อสร้างความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของพนักงานต่อธุรกิจ รวมทั้งความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของพนักงานต่อสินค้าและบริการของธุรกิจ นอกจากนั้นแล้วยังสามารถสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้แก่พนักงานอีกด้วย

4. จากการศึกษา พบว่า การจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ด้านความรับผิดชอบต่อลูกค้า ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ควรมีการวางแผนเกี่ยวกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมากกว่าด้านการวิจัยตลาด เนื่องจากว่าความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ถ้าหากธุรกิจเปลี่ยนแปลงตัวเองทางด้านความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีไม่ทันตามที่เปลี่ยนแปลงก็จะทำให้ธุรกิจดังกล่าวไม่สามารถที่จะประสบความสำเร็จตามที่ธุรกิจคาดหวังไว้ หรืออาจจะทำให้ธุรกิจล้มละลายหรือหายไปจากตลาด

5. จากการศึกษา พบว่า การจัดการคุณภาพ และการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ด้านความรับผิดชอบต่อคู่แข่ง ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยควรจะได้ตอบในทันทีทันใดถ้าคู่แข่งหลักออกแคมเปญสู่ตลาดเป้าหมายอย่างหนัก แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจก็ควรจะวิเคราะห์ตัวเองว่าสามารถที่จะได้ตอบในทันทีทันใดหรือไม่ ถ้าหากว่าธุรกิจไม่มีศักยภาพพอที่จะได้ตอบก็ไม่ควรที่จะดำเนินการเนื่องจากอาจจะทำให้ธุรกิจไม่ประสบผลสำเร็จหรือล้มละลายได้

6. จากการศึกษา พบว่า การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการมุ่งเน้นตลาด และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ ดังนั้นธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยควรมีการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรวบรวมความรู้ทางการตลาด

จากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการ

คุณภาพเพื่อให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าในการจำหน่ายสินค้าและบริการของธุรกิจ ในที่สุดธุรกิจก็จะได้รับผลการดำเนินงานทั้งในด้านการเงิน การพัฒนาตลาดและบริการ รวมทั้งคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่วางเป้าหมายไว้ นั่นก็คือธุรกิจจะได้รับผลกำไรจากการดำเนินงานตามที่วางเป้าหมายไว้นั่นเอง

บรรณานุกรม

- Carter, Robert E., Lonial, Subhash C., and RaJu, P.S. 2010. "Impact of Quality Management on Hospital Performance: An Empirical Examination." **The Quality Management Journal** 17, 4: 8-24.
- Comrey A. L., and Lee, H. B. 1992. **A First Course in Factor Analysis**. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- DeVellis, B. 1991. **Scale Development**. Newbury Park, CA: SAGE.
- Hemsworth, D., Sánchez-Rodríguez, C., and Bidgood, B. 2005. "Determining the Impact of Quality Management Practices and Purchasing-related Information Systems on Purchasing Performance Structural Model." **The Journal of Enterprise Information Management** 18, 2: 169-194.
- Leekpai, Pradthana. 2556. "Factors Affecting Organizational Innovativeness." **Prince of Songkla University** 33, 4: 55-63. (in Thai).
- ปรารธนา หลีกภัย. 2556. "ปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมและผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร." **มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์** 33, 4: 55-63.
- MacCallum, R.C., et al. 1999. "Sample Size in Factor Analysis." **Psychological Methods** 4, 1: 84-99.
- RaJu, P.S., and Lonial, Subhash C. 2001. "The Impact of Quality Context and Market Orientation on Organizational Performance in a Service Environment." **Journal of Service Research** 4, 2: 140-154.
- RaJu, P.S., et al. 2000. "The Relationship Between Market Orientation and Performance in the Hospital Industry: A Structural Equations Modeling Approach." **Health Care Management Science** 3, 3: 237-247.
- Rayakreaw, Nichatima, and Fongsuwan, Wannano. 2555. "The Relationships of Market Orientation, Logistics, Supply Chain Management and Effectiveness of Pharmaceutical Products in the Government Pharmaceutical Organization (GPO)." **Thammasat Business Journal** 35, 136: 47-60. (in Thai).
- นิชธิมา ระย้าแก้ว และวรรณโณ ฟองสุวรรณ. 2555. "ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์กร เภสัชกรรม." **วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** 35, 136: 47-60.
- Sayapunt, Udom, Hirankitti, Pimpa, and Hirankitti, Somchai. 2557. "The Competitiveness of Small and Medium Enterprises in Bangkok Metropolitan and

Surrounding Areas.” **University of the Thai Chamber of Commerce Journal** 34, 2: 18-30. (in Thai).

อุดม สายะพันธ์, พิมพา หิรัญกิตติ และสมชาย หิรัญกิตติ. 2557. “ความสามารถทางการ

แข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย** 34, 2: 18-30.



Associate Professor Nongnout Kanthachai received her Master of Business Administration Degree from Payap University, Chiang Mai, Thailand. She is currently working in the Business Administration Program, Faculty of Management Sciences, Chiang Rai Rajabhat University. Her current research is the Influence of Quality Management on Tourism Performance in Thailand.