

C

reative Economy Strategies Affecting Business Organization Success: A Case Study of Industrial Entrepreneurs in Nakhon Pathom Province

Nitinop Tongwassanasong^{1,*}

Abstract

The objectives of this research is to examine the creative economy strategies, which are used in business organizations: Product Differentiation, Business Alliance, Eco-friendly Production, Innovation, Human Resources, and Marketing that significantly affect to the success of industrial enterprises in Nakhon Pathom. The success of industrial enterprises refers to revenue, profit, stability customer satisfaction toward company's product, and the number of customer in current year. The study was conducted by using the questionnaire as a tool to collect data from the 400 top management or entrepreneurs in industrial business. The statistics used to test the hypothesis in the research were descriptive statistic and multiple linear regression. Consequently, creative economy in each aspect significantly affects business success: Marketing ($b_{CS6} = 0.521$), followed by product differentiation ($b_{CS1} = 0.437$) and innovation ($b_{CS4} = 0.389$) at 0.01 significant level, 67.5 variance.

Keywords: creative economy strategies, business success, industrial entrepreneurs

¹ Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom, Thailand.

* Corresponding author. E-mail: nitinop.ton@rmutr.ac.th



กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จ ขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

นิตินพ ทองวาสนาส่ง^{1,*}

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อศึกษากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ในองค์กรธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้านการเป็นพันธมิตร ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรม ด้านพนักงานและด้านการตลาดที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย ด้านรายได้ ด้านผลกำไร ด้านความมั่นคง ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและ ด้านจำนวนลูกค้าในปีปัจจุบัน โดยเน้นศึกษาผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในระดับตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้จัดการขึ้นไปที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม รวม 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณในการทดสอบสมมติฐาน โดยผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละด้านมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ โดยด้านการตลาด มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.521$) รองลงมา คือ ด้านการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ($b_{CS1} = 0.437$) และด้านนวัตกรรม ($b_{CS4} = 0.389$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 67.50

คำสำคัญ: กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

¹ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จังหวัดนครปฐม

* Corresponding author. E-mail: nitinop.ton@rmutr.ac.th

บทนำ

ภาคอุตสาหกรรมถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญที่ทำรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย แต่เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันมีอัตราถดถอย จึงส่งผลกระทบต่อการลงทุนในด้านอุตสาหกรรมของประเทศไทย รวมถึงกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมที่ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่จังหวัดนครปฐม มีทิศทางการเติบโตที่ลดลงหรือเติบโตน้อยกว่าที่ควรจะเป็น สังเกตได้จากยอดการจำหน่ายสินค้าหรือบริการประเภทต่าง ๆ ที่ลดลง การจัดแสดงรายการส่งเสริมการขายของสินค้าหรือบริการที่เพิ่มขึ้น อัตราการแข่งขันทางอุตสาหกรรมที่สูงขึ้นของธุรกิจประเภทเดียวกัน แต่จำนวนผู้ซื้อสินค้าหรือบริการมีจำนวนเท่าเดิม โดยผลจากการพิจารณาข้อมูลการลงทุนอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมประจำเดือน กันยายน พ.ศ. 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงระยะเวลาเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า อัตราการขยายตัวของจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตใหม่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 2.0 จำนวนเงินลงทุนลดลง คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอัตราการจ้างงานลดลง คิดเป็นร้อยละ 6.0 (Office of Industrial in Nakhon Pathom Province, 2015) โดยกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอ ตามลำดับ

จากรายงานดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเร่งหาแนวทางในการพัฒนาวิธีการดำเนินธุรกิจให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยแนวโน้มของเศรษฐกิจในปัจจุบันได้มีการนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างสินค้าและบริการที่เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตทางธุรกิจ โดยจะมุ่งเน้นในการใช้ความคิด สติปัญญา

และความสร้างสรรค์เพื่อหลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าที่ต้องต่อสู้ด้วยกลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นหลัก เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าได้อย่างเสรีทั้งในด้านคุณภาพและราคา ซึ่งการที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ย่อมมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ สำหรับประเทศไทย การพัฒนากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 8 จนถึงแผนฉบับที่ 11 ซึ่งให้ความสำคัญกับการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้พื้นฐานขององค์ความรู้และนวัตกรรมที่ผ่านการสร้างสรรค์ ซึ่งจะทำให้การพัฒนาของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว

จากปัญหาภาพรวมของอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมที่มีแนวโน้มการปรับตัวที่ลดลงตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะนักวิชาการด้านสาขาวิชาการจัดการ จึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ โดยกรณีศึกษาที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ทั้งนี้เพื่อนำผลลัพธ์การวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมให้สามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้นและมีโอกาสประสบความสำเร็จทางธุรกิจต่อไป

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Finklestien (2006) เสนอว่า กลยุทธ์ที่เกิดจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการที่จะส่งผลให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จ มีทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้านการเป็นพันธมิตร ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรม ด้านพนักงานและด้านการตลาด

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร

Erwan (2017) เสนอว่า ตัวชี้วัดขององค์กรธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านรายได้ ด้านผลกำไร ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและด้านข้อมูลฐานลูกค้าที่แสดงให้เห็นถึงจำนวนลูกค้าในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา เช่นเดียวกับกับแนวคิดของ Foley และ Green (1989) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจพิจารณาได้จาก ด้านผลกำไร ด้านความมั่นคง ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

Porter (1990) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งองค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Focus) ผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ดีได้นั้น ต้องมีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้สามารถนำ

มาวิเคราะห์และสร้างกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ

4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม

Office of Industrial in Nakhon Pathom Province (2015) แสดงข้อมูลอุตสาหกรรมโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ (สะสม) ณ วันที่ 31 กันยายน พ.ศ. 2558 จำนวนทั้งสิ้น 3,168 แห่ง เงินลงทุนรวม 287,751 ล้านบาท และมีจำนวนคนงานทั้งสิ้น 189,446 คน โดยจำแนกออกเป็นจำพวกโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 โดยสาขาอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนมากที่สุด 3 อันดับแรกของจังหวัด ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมสิ่งทอ

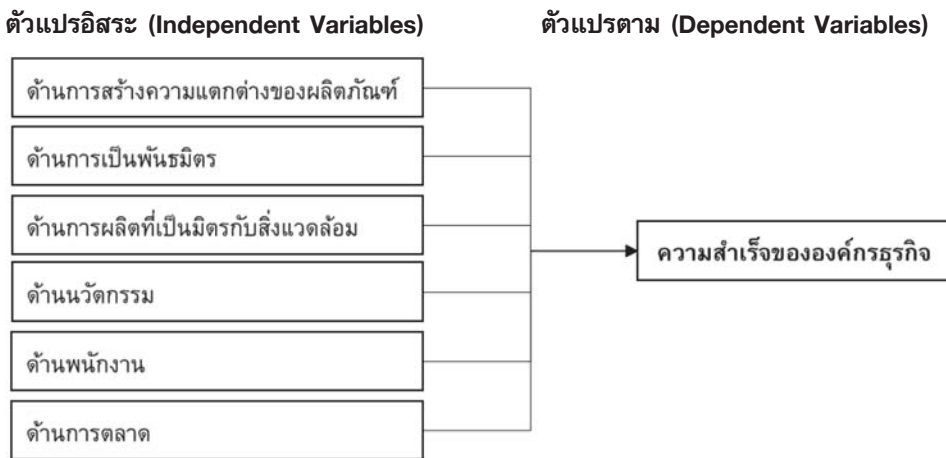
สมมติฐานการวิจัย

1. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านรายได้
2. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านผลกำไร
3. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านความมั่นคง
4. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า
5. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา
6. กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีจากการทบทวนวรรณกรรมมาสร้างกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย โดยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแปรอิสระมีทั้งหมด 6 ด้าน (Finklestien, 2006) ได้แก่ ด้านการสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้านการเป็นพันธมิตร ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้านนวัตกรรม ด้านพนักงาน และด้านการตลาด

นวัตกรรม ด้านพนักงานและด้านการตลาด ส่วนความสำเร็จขององค์กรธุรกิจที่เป็นตัวแปรตามมีทั้งหมด 5 ด้าน (Erwan, 2017) ได้แก่ ด้านความสำเร็จด้านรายได้ ด้านผลกำไร ด้านความมั่นคง ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและด้านจำนวนลูกค้าในปีปัจจุบัน เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม” ครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในระดับตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้จัดการขึ้นไป ที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ราย เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกศึกษาพื้นที่ดังกล่าวเนื่องจาก ภาพรวมของจังหวัดนครปฐมมี

แนวโน้มการปรับตัวที่ลดลงทั้งในด้าน อัตราการขยายตัวของจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตใหม่ จำนวนเงินลงทุน และอัตราการจ้างงาน (Office of Industrial in Nakhon Pathom Province, 2015) ผู้วิจัยจึงเห็นสมควรแก่การศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมในจังหวัดให้มีการขยายตัวสูงขึ้น

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมแบบไม่เป็นสัดส่วน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยมีการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของอุตสาหกรรมที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แตก

ต่างกันในจังหวัดนครปฐมและมีการลงทุนมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

1. อุตสาหกรรมเครื่องตีมี จำนวนโรงงานทั้งสิ้น 53 แห่ง เงินลงทุน 38,909 ล้านบาท คนงาน 3,109 คน โดยผู้วิจัยเลือกกระจายแบบสอบถามในการเก็บ ตัวอย่างทั้งหมด 200 ชุด

2. อุตสาหกรรมอาหาร มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 387 แห่ง เงินลงทุน 23,596 ล้านบาท คนงาน 36,814 คน โดยผู้วิจัยเลือกกระจายแบบสอบถามในการเก็บ ตัวอย่างทั้งหมด 100 ชุด

3. อุตสาหกรรมสิ่งทอ มีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 244 แห่ง เงินลงทุน 19,199 ล้านบาท คนงาน 22,149 คน โดยผู้วิจัยเลือกกระจายแบบสอบถามในการเก็บ ตัวอย่างทั้งหมด 100 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ตรวจสอบคุณภาพโดยผ่านผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน พิจารณาเพื่อหาความเที่ยงตรงจากค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Consistency: IOC) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีค่าดัชนี IOC ทั้งหมดเท่ากับ 0.89 และนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขแล้วทำการ Try out จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่ม

ตัวอย่าง และทำการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคโดยแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.814 จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลด้วยตนเอง หลังจากเก็บแบบสอบถามครบจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้วิธีการทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) ที่เป็นการศึกษาถึงอิทธิพลตัวแปรอิสระ (Independent Variable) หลายตัวร่วมกันว่าจะมีผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Dependent Variable) อย่างไรบ้าง ซึ่งตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเรียกว่าตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เขียนได้เป็น

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \epsilon_i$$

โดยการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม” ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกตัวแปรโดยวิธีเพิ่มตัวแปร Forward Selection (Budsankom, 2011) โดยกำหนดให้สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรดังภาพที่ 2

| ตัวแปรอิสระ (X) (Independent Variable) | ตัวแปรตาม (Y) (Dependent Variable) |
|---|--|
| CS1 = การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ | \hat{S}_1 = ความสำเร็จขององค์กรด้านรายได้ |
| CS2 = การเป็นพันธมิตร | \hat{S}_2 = ความสำเร็จขององค์กรด้านผลกำไร |
| CS3 = การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | \hat{S}_3 = ความสำเร็จขององค์กรด้านความมั่นคง |
| CS4 = นวัตกรรม | \hat{S}_4 = ความสำเร็จขององค์กรด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า |
| CS5 = พนักงาน | \hat{S}_5 = ความสำเร็จขององค์กรด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบัน |
| CS6 = การตลาด | \hat{S}_S = ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม |

ภาพที่ 2 สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

โดยที่ \hat{Y}_i เป็นค่าประมาณของ Y_i และ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ เป็นค่าประมาณของ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ ตามลำดับ ในการหาตัวประมาณ $b_0, b_1, b_2, \dots, b_k$ ของ $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ จะหาได้โดยใช้วิธี Least Squares Method

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 4-6 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

2. ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กร ธุรกิจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจประเภทอุตสาหกรรมอาหาร มีการดำเนินองค์กรธุรกิจ

เป็นระยะเวลาอยู่ที่ 10 ปีขึ้นไป มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ล้านบาท มีรายได้ขององค์กรโดยเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 4-6 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานที่มีอยู่ในองค์กรอยู่ที่ระหว่าง 21-50 คน

3. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจ สร้างสรรค์พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในระดับตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้จัดการขึ้นไป ที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมให้ความสำคัญต่อปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.058 และแต่ละกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.033 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

| ปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ | \bar{X} | S.D. | การแปลผล |
|--------------------------------------|--------------|--------------|------------|
| ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ | 4.271 | 0.169 | มากที่สุด |
| ด้านนวัตกรรม | 4.124 | 0.274 | มาก |
| ด้านการตลาด | 4.100 | 0.188 | มาก |
| ด้านการเป็นพันธมิตร | 4.042 | 0.229 | มาก |
| ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | 4.003 | 0.221 | มาก |
| ด้านพนักงาน | 3.805 | 0.212 | มาก |
| รวม | 4.058 | 0.033 | มาก |

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.271) และกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันมาก

(ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.169) รองลงมาคือ ด้านนวัตกรรม (ค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.124 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.274) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเอานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้เพื่อสร้างความ

แตกต่างของผลิตภัณฑ์ในองค์กรธุรกิจของตนเอง ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันได้

4. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหรือผู้บริหารในระดับตำแหน่งงานตั้งแต่ผู้จัดการขึ้นไป ที่ประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมให้

ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.224 และแต่ละกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.075 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ

| ปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ | \bar{X} | S.D. | การแปลผล |
|-----------------------------------|--------------|--------------|------------------|
| ด้านผลกำไร | 4.705 | 0.132 | มากที่สุด |
| ด้านความสำเร็จด้านรายได้ | 4.407 | 0.310 | มากที่สุด |
| ด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบัน | 4.184 | 0.119 | มาก |
| ด้านความมั่นคง | 4.080 | 0.128 | มาก |
| ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า | 3.742 | 0.232 | มาก |
| รวม | 4.224 | 0.075 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านผลกำไรมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.705) และกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้ระดับความสำคัญไม่แตกต่างกันมาก (ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.132) รองลงมา คือ ด้านความสำเร็จด้านรายได้ (ค่าเฉลี่ย มีค่าเท่ากับ 4.407 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าเท่ากับ 0.310) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคาดหวังให้องค์กรธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาจากผลกำไร ตัวอย่างเช่น การประหยัด

ต้นทุน การเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น รวมถึงการสร้างรายได้ในการดำเนินธุรกิจ ตัวอย่างเช่น การสร้างรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการ (Sale revenue) รวมถึงรายได้ที่ไม่ได้มากจากการขายสินค้าหรือบริการ (Other incomes)

5. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายความผันแปรของกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวม ได้ร้อยละ 67.5 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวม

| ตัวแปร | b_j | t | p-value |
|--|-------|-------|---------|
| ค่าคงที่ | 0.564 | 3.814 | 0.022* |
| การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (CS1) | 0.437 | 3.518 | 0.000** |
| การเป็นพันธมิตร (CS2) | 0.217 | 4.424 | 0.007** |
| การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (CS3) | 0.198 | 3.720 | 0.014* |
| นวัตกรรม (CS4) | 0.389 | 2.329 | 0.002** |
| พนักงาน (CS5) | 0.323 | 2.748 | 0.002** |
| การตลาด (CS6) | 0.521 | 3.727 | 0.000** |
| R = 0.835 ; R² = 0.675 ; SEE = 0.372 ; F = 532.637 ; Sig = 0.000** | | | |

หมายเหตุ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการตลาด มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวมในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.521$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ มีผลทางบวกต่อ

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวมในเชิงเส้นตรง ($b_{CS1} = 0.437$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และปัจจัยด้านนวัตกรรม มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวมในเชิงเส้นตรง ($b_{CS4} = 0.389$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐาน | ผลการทดสอบ | สถิติที่ใช้ |
|--|---------------------|----------------------------|
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านรายได้ | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านผลกำไร | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านความมั่นคง | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านจำนวนลูกค้าในปีปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |
| กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวม | สอดคล้องกับสมมติฐาน | Multiple Linear Regression |

จากการทดสอบสมมติฐานของกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรในแต่ละด้าน ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปรายละเอียดของผลการทดสอบสมมติฐานได้ ดังนี้

1. ด้านรายได้ พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาดมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านรายได้ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.384$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังสมการ

$$\hat{S1} = 0.453^{**} + 0.331^{**}CS1 + 0.194^{*}CS2 + 0.277^{**}CS3 + 0.317^{**}CS4 + 0.232^{**}CS5 + 0.384^{**}CS6$$

2. ด้านผลกำไร พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาดมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านผลกำไรในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.402$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังสมการ

$$\hat{S2} = 0.514^{**} + 0.298^{**}CS1 + 0.181^{*}CS2 + 0.199^{*}CS3 + 0.221^{**}CS4 + 0.371^{**}CS5 + 0.402^{**}CS6$$

3. ด้านความมั่นคง พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการเป็นพันธมิตรมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความมั่นคงในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS2} = 0.427$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

$$\hat{S3} = 0.497^{*} + 0.215^{**}CS1 + 0.427^{**}CS2 + 0.192^{*}CS3 + 0.331^{**}CS4 + 0.147^{*}CS5 + 0.185^{*}CS6$$

4. ด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า พบว่า ตัวแปรอิสระด้านพนักงานมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS5} = 0.381$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

$$\hat{S4} = 0.421^{**} + 0.245^{**}CS1 + 0.152^{*}CS2 + 0.175^{*}CS3 + 0.214^{**}CS4 + 0.381^{**}CS5 + 0.312^{**}CS6$$

5. ด้านจำนวนลูกค้าในปีปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาด มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านจำนวนลูกค้าในปีปัจจุบันในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.497$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

$$\hat{S5} = 0.553^{*} + 0.431^{**}CS1 + 0.115^{*}CS2 + 0.127^{*}CS3 + 0.192^{*}CS4 + 0.331^{**}CS5 + 0.497^{**}CS6$$

6. ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาด มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจโดยรวม ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($b_{CS6} = 0.521$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

$$\hat{SS} = 0.564^{*} + 0.437^{**}CS1 + 0.217^{*}CS2 + 0.198^{*}CS3 + 0.389^{**}CS4 + 0.323^{**}CS5 + 0.521^{**}CS6$$

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การเป็นพันธมิตร กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลยุทธ์ด้านพนักงาน และกลยุทธ์การตลาด มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ โดยผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านรายได้ พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาดมีผลทางบวกต่อความ

สำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านรายได้ในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jonpradit (2013) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีภาพรวมความสำเร็จในการตลาดเพิ่มมากขึ้นในทุกด้าน โดยการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านความต้องการสินค้า ด้านความมีเอกลักษณ์ของสินค้า ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการขายได้ราคา ด้านความยากต่อการลอกเลียนแบบและด้านเทคโนโลยี มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirikudta (2013) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ภาพรวมร้อยละ 13.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งส่งผลสะท้อนต่อความสำเร็จด้านรายได้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องหาแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับกลุ่มอุตสาหกรรมของตน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างเช่น อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม ควรเพิ่มบทบาทตลาดส่งออก โดยการแบ่งส่วนตลาดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังประเทศเพื่อนบ้านในเขตอาเซียน ตัวอย่างเช่น กัมพูชา ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ซึ่งมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมสิ่งทอ จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ใช้ประโยชน์จากดิจิทัลและตอบสนองต่อตลาดในประเทศเป้าหมาย มีการพัฒนาระบบสั่งซื้อออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดและขยายจำนวนลูกค้า เป็นต้น

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านผลกำไร พบว่า ตัวแปรอิสระด้านตลาดมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านผลกำไรในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับรายงานวิจัยของ International Institute for Trade and Development

[ITD] (2011) โดยผลการศึกษาพบว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญ ไม่ใช่เฉพาะเพียงแต่การขยายขนาดการผลิตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อการจ้างงานและสร้างผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรแก่ผู้ประกอบการซึ่งผลได้ทางเศรษฐกิจมีความแตกต่างกันมากในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ดังนั้นการนำกลยุทธ์ด้านการตลาดเข้ามาใช้ร่วมกับกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลให้ธุรกิจเกิดผลกำไรที่สูงขึ้น ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและอุตสาหกรรมอาหาร ที่สามารถช่วยยืดอายุในการเก็บรักษาสินค้า อีกทั้งยังมีผลต่อความสวยงาม ทันสมัย ในส่วนของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ควรมีการพัฒนาเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อสร้างความยากต่อการลอกเลียนแบบ ตัวอย่างเช่น ชนิดของเส้นด้ายที่นำมาใช้ในการผลิต วิธีการทอ เป็นต้น นอกเหนือจากกลยุทธ์ที่กล่าวมาแล้ว การนำเอาระบบมาตรฐานการผลิตที่มีการกำหนดตัวชี้วัดเข้ามาปรับใช้กับองค์กรก็จะช่วยส่งผลต่อกำไรในระยะยาวขององค์กรธุรกิจด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะการนำเอากลยุทธ์ด้านการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้ ตามงานวิจัยของ Boonyasirinun (2015) ที่ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจเป็นสิ่งที่ทุกองค์กรควรให้ความสำคัญ ซึ่งมีหลักการและเหตุผลที่ดี หลายองค์กรได้ถูกบรรจุเป็นนโยบายที่ผนวกควบคู่เข้ากับการดำเนินธุรกิจให้มีความเจริญเติบโตทางผลกำไร และคำนึงถึงการดำเนินการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความมั่นคงพบว่า ตัวแปรอิสระด้านการเป็นพันธมิตรมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความมั่นคงในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ส่งผลให้ผู้ประกอบการ

ต้องมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์เพื่อแสวงหาพันธมิตรในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เพื่อสร้างความมั่นคงและสนับสนุนแนวทางของอุตสาหกรรมให้เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chamchan และ Boonyamanond (2013) โดยผลการศึกษาพบว่า เป้าหมายสูงสุดขององค์กร ได้แก่ การเป็นองค์กรต้นแบบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใน การเป็นแหล่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งแนวทางการพัฒนานี้จะต้องดำเนินไปอย่างมั่นคง ค่อยเป็นค่อยไป รวมถึงการมุ่งพัฒนาเชื่อมโยงเครือข่ายในสังคมที่อยู่ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirikudta (2013) ที่ได้กล่าวว่ากลยุทธ์การเป็นพันธมิตรมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องมาจากความสำเร็จทางธุรกิจจำเป็นต้องเกิดการสร้างพันธมิตรกับผู้ขายปัจจัยการผลิตเพื่อจะมีวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตตลอดเวลา เป็นพันธมิตรกับลูกค้าเพื่อสร้างสัมพันธ์ไมตรี สร้างความไว้วางใจ ตลอดจนเป็นพันธมิตรกับคู่แข่งชั้นจะได้ไม่ต้องแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดด้วยสงครามราคา ซึ่งช่วยส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ตัวอย่างเช่น การสร้างพันธมิตรผ่านการสร้างธุรกิจใหม่ร่วมกันขององค์กรธุรกิจให้อุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีการร่วมลงทุนกับองค์กรธุรกิจให้อุตสาหกรรมอาหารและยาเพื่อพัฒนาธุรกิจใหม่ทางด้านผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มเพื่อสุขภาพจากธรรมชาติและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน ส่วนขององค์กรธุรกิจให้อุตสาหกรรมสิ่งทอ ควรเข้าร่วมเป็นสมาชิกในโครงการที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ตลาดโลก ที่จัดโดยองค์กรจากภาครัฐบาลผ่านความร่วมมือหลายมิติ ทั้งภาคการผลิต ภาคบริการออกแบบ ด้านความคิดสร้างสรรค์และ

วิทยาศาสตร์ รวมถึงใช้เป็นจุดเชื่อมโยงทั้งผู้ประกอบการ นักออกแบบ รวมถึงผู้สนใจทั่วไปได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและร่วมเจรจาธุรกิจกับนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้า พบว่า ตัวแปรอิสระด้านพนักงานมีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าในเชิงเส้นตรงมากที่สุด เนื่องจากการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีศักยภาพในการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ จะสร้างสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและสามารถพัฒนาต่อเป็นความประทับใจจนลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewphanngam และ Tharmmapornphilas (2013) ที่ได้กล่าวว่า องค์กรธุรกิจควรมีการวัดประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของพนักงาน ผ่านการให้คำแนะนำแนวทางในการทำงานแก่พนักงาน และมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบให้พนักงานสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเอง รวมถึงมีการจัดการให้พนักงานได้มีการฝึกอบรม หรือ เข้าร่วมสัมมนาเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งควรกระทำควบคู่ไปกับการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ และนำความรู้ที่เกิดขึ้นไปประยุกต์ใช้ในการทำงานได้เป็นอย่างดี โดยแนวทางดังกล่าวจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจได้พนักงานที่มีทักษะโดยเฉพาะทักษะความคิดสร้างสรรค์ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanthachai (2015) โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและการให้บริการของธุรกิจจะมีผลต่อผลการดำเนินงานทั้งในด้านการเงิน การพัฒนาตลาดและบริการ รวมทั้งคุณภาพของผลลัพธ์ตามที่วางเป้าหมายไว้

ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบันเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปรอิสระด้านการตลาด มีผลทางบวกต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจด้านจำนวนลูกค้าในปัจจุบันในเชิงเส้นตรงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Donkwa (2016) ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในงานวิจัยว่า ในการศึกษาความพร้อมในมุมมองของผู้ประกอบการในการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรหาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเพิ่มศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ นำมาสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ระยะยาว รวมถึงการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจและมีการสร้างนวัตกรรมหรือแนวคิดที่จะนำไปสู่การพัฒนากระบวนการหรือวิธีการใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lekmat และ Hongratanawong (2017) โดยผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมของอุตสาหกรรมไทยในฝ่ายผลิตอย่างเดียวไม่เพียงพอ ควรมีการพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมเริ่มตั้งแต่ในแหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากองค์กรธุรกิจมีการพัฒนานวัตกรรมอยู่ตลอดเวลาอยู่แล้ว โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยมีการพัฒนาทั้งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการผลิต คุณภาพและความน่าเชื่อถือ ทำให้้องค์กรธุรกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถทานได้ในภาคอุตสาหกรรมอาหาร ซึ่งเป็นนวัตกรรมของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากผลผลิตทางการเกษตรใช้ห่อหุ้มอาหารไม่ให้เกิดเสียหาย รวมถึงนวัตกรรมสิ่งทอนาโนซิงค์เพื่อสุขภาพของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ที่สามารถช่วยยับยั้งแบคทีเรียที่เป็นสาเหตุของกลิ่นไม่พึงประสงค์ โรคผิวหนัง ไซนัส และภูมิแพ้อย่างคงทนและถาวร เป็นต้น

ดังนั้นการสร้างองค์ธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นต้องเกิดจากการนำเอาองค์ความรู้และประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูงเข้ามาช่วยในการพิจารณาวางแผนและควบคุมองค์ธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของแต่ละอุตสาหกรรม โดยจะต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริหารในการนำเอากลยุทธ์ที่หลากหลายเข้ามาปรับใช้กับองค์กรอย่างเหมาะสม เพื่อพัฒนาองค์ธุรกิจให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจ

การศึกษากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนครปฐมในครั้งนี้ จะพบว่ากลยุทธ์ทางการตลาดมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรมในเชิงเส้นตรงหลายด้าน ซึ่งผลการศึกษานี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการวางแผนและควบคุมกิจกรรมทางการตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่สามารถเป็นตัวกำหนดรายได้และผลกำไรขององค์กรธุรกิจในอนาคต ดังนั้นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมควรมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นในด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม จนเป็นที่ยอมรับและเกิดความภักดีในตราสินค้าขององค์กรธุรกิจต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป อาจทำการวิเคราะห์ลึกลงไปถึงกลยุทธ์ทางการตลาดแบบสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ

หรือพัฒนาแนวทางในการสร้างความยั่งยืนให้แก่องค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณานุกรม

- Boonyasirinun, L. (2015). Factors influencing business development approach to access environmentally sustainable business in Thailand. *Panyapiwat Journal*, 7(1), 1-10. (in Thai).
- Budsankom, P. (2011). Selection process for multiple regression. *Journal of Educational Measurement Mahasarakham University*, 17(1), 43-60. (in Thai).
- Chamchan, C., & Boonyamanond, S. (2013). Roles of creative economy for community and social development in Thailand. *NIDA Economic Review Journal*, 7(1), 109-151. (in Thai).
- Donkwa, K. (2016). *A model of factors in creative economics and innovative behavior affecting the long-run AEC strategies of Thailand*. Nakhon Ratchasima, Thailand: Suranaree University of Technology. (in Thai).
- Erwan, P. (2017). Indicators of business success for entrepreneurs. Retrieved March 20, 2017, from <http://www>.

- bangkokbiznews.com/recommended/detail/424 (in Thai).
- Finklestien, R. (2006). What successful businesses have in common. Retrieved August 15, 2016, from <https://www.entrepreneur.com/article/83764>
- Foley, P., & Green, H. (1989). What is success: Small business success. Lodon, England: Chapman.
- International Institute for Trade and Development. (2011). Creative economy and development issues in Thailand. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University. (in Thai).
- Jonpradit, S. (2013). *The influence of applying creative economy concept, factors driving creative economy and characteristics of entrepreneurs to market success factors of five-stars One Tambon One Product (OTOP) in Thailand* (Unpublished doctoral dissertation). Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. (in Thai).
- Kaewphanngam, C., & Tharmmapornphilas, R. (2013). Education policy and human resource development in Thailand under creative economy. *NIDA Economic Review Journal*, 7(1), 251-306. (in Thai).
- Kanthachai, N. (2015). Quality management and market orientation affecting the organizational performance of SMEs in Thailand. *University of the Chamber of Commerce Journal*, 35(4), 42-53. (in Thai).
- Lekmat, L., & Hongratanawong, L. (2017). Value creation in pineapple industry. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 37(1). 79-90. (in Thai).
- Office of Industrial in Nakhon Pathom Province. (2015). Investment report in Nakhon Pathom Province 2015. Nakhon Pathom, Thailand: Author. (in Thai).
- Porter, M. E. (1990). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: Free Press.
- Sirikudta, S. (2013). Creative economy strategies affecting business organization success: Case study of upper central part industrial entrepreneurs. *Kasetsart Journal (Social)*, 34(3), 428-439. (in Thai).