

การประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้นเพื่อการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ธุรกิจ สำหรับธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีรวดเร็ว : กรณีศึกษา ธุรกิจโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย

Application of the analytical hierarchy process (AHP) in decision making for using a Business Strategy of rapidly technological change business :The case study of Mobile Phone business in Thailand

ธรรม์วาวิญญู ศิริจรนาม

ระบบการศึกษาทางไกล ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบอินเทอร์เน็ต

สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันรัชต์ภาคย์

กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อทาการศึกษาการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยหลักและการประเมินทางเลือกการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจ สำหรับธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีรวดเร็ว ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย ด้วยการประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (Analytical Hierarchy Process :AHP) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องและปรับตัวได้ดีในสถานการณ์ของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และมีแนวทางของทางเลือกสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นกระบวนการของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อนากลยุทธ์ธุรกิจที่ตัดสินใจเลือกใช้ไปสู่นโยบายการปฏิบัติได้จริง ในสภาพการณ์การแพร่กระจายของเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างรวดเร็ว มีความสอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ การพัฒนาคุณภาพของการวิจัยที่สามารถประยุกต์ใช้ได้จริง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (2550-2554). แผนยุทธศาสตร์งานวิจัย และแผนยุทธศาสตร์ไทยเข้มแข็ง (อภิสิทธิ์,2553) โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบสอบถาม ที่ได้รับการพัฒนามาจากแผนภูมิลำดับชั้นการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจ 2

สำหรับธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีรวดเร็ว ศึกษาเฉพาะกรณี ธุรกิจโทรศัพท์มือถือในประเทศไทย ทดสอบคุณภาพแบบสอบถามเพื่อใช้ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ วิชานาเนินการวิจัยเป็นไปอย่างมีระบบของกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น และระเบียบวิธีวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยวิธีการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลระดับชาติและระดับนานาชาติในลักษณะงานวิจัยที่เผยแพร่แล้ว บทความทางวิชาการ งานเขียนจากวารสารวิชาการ ข้อมูลจาก

แหล่งค้นคว้าระบบสารสนเทศสากล การกำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้แบบวิธีตามจุดมุ่งหมายการวิจัยเพื่อความเหมาะสม การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลผลลัพธ์ โดยระบบโปรแกรมประยุกต์ผ่านซอฟต์แวร์ที่มีชื่อเรียกว่า Expert Choice® EC11.5 for Window XP ผลการวิจัยพบว่า การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยกลยุทธ์ที่เป็นเกณฑ์หลักการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจ สำหรับธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีรวดเร็ว:กรณีศึกษาธุรกิจโทรศัพท์มือถือในประเทศไทยเป็นรายคู่ (Pairwise Comparison) เรียงตามน้ำหนักความสำคัญ ดังนี้ ลำดับแรก ได้แก่ปัจจัยผู้นำด้านต้นทุน (.585) ลำดับที่สอง คือ ปัจจัยความแตกต่าง (.225) ลำดับที่สาม คือ ปัจจัยมุ่งเฉพาะกลุ่ม (.123) และลำดับที่สี่ คือ ปัจจัยตอบสนองอย่างรวดเร็ว (.067) ความสอดคล้อง (Consistency) เท่ากับ .02 มีค่าน้อยกว่าอัตราส่วนความสอดคล้องกันทางทฤษฎี ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกันของข้อมูลอยู่ในเกณฑ์เป็นที่ยอมรับได้ มีความสอดคล้องกันของเหตุผล ผลการศึกษาลำดับความสำคัญของปัจจัยทางเลือก (Global Alternatives) พบว่า ลำดับของทางเลือกที่หนึ่ง คือ ทางเลือกผู้นำด้านต้นทุนและความแตกต่าง (.173) ทางเลือกที่สอง คือ ทางเลือกผู้นำด้านต้นทุนและการมุ่งเฉพาะกลุ่ม (.143) ทางเลือกที่สาม คือ ทางเลือกผู้นำด้านต้นทุนและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (.137) ทางเลือกที่สี่ คือ ทางเลือกความแตกต่างและการมุ่งเฉพาะกลุ่ม (.124) ทางเลือกที่ห้า คือ ทางเลือกความแตกต่างและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (.107) ทางเลือกที่หก คือ ทางเลือกการมุ่งเฉพาะกลุ่มและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (.101) ทางเลือกที่เจ็ด คือ ทางเลือกผู้นำด้านต้นทุน, ความแตกต่าง และการมุ่งเฉพาะกลุ่ม (.100) ทางเลือกที่แปด คือ ทางเลือกผู้นำด้านต้นทุน, ความแตกต่าง และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (.060) และ ทางเลือกเหมาะสมลำดับสุดท้าย คือ ทางเลือกประหยัด,บริการอะไหล่ และตรายี่ห้อ (.055) อัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio :CR) เท่ากับ .08 มีค่าน้อยกว่าอัตราส่วนความสอดคล้องกันทางทฤษฎี ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกันของข้อมูลอยู่ในเกณฑ์เป็นที่ยอมรับได้ มีความสอดคล้องกันของเหตุผล คำสำคัญ กระบวนการตัดสินใจเชิงวิเคราะห์ตามลำดับชั้น, กลยุทธ์ธุรกิจ