

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจ ของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย

Business environment affecting business factors following the business model Canvas Concept of Thai Automobile Industry

ศุภศักดิ์ บุญดี

Supasak Boondee

สวัสดี เหลาชัย

Sawat Laochai

ธนาเดช ธนาธารชูโชติ

Thanadat Thanathanchuchot

มหาวิทยาลัยปทุมธานี

Pathumthani University

E-mail: W.supasak@gmail.com



Received: 9 December 2023; Revised: 26 April 2024; Accepted: 29 April 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และปัจจัยธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส (2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส และ (3) นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารที่ปฏิบัติงานภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ จำนวน 160 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ สถิติในการวิจัย คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test, F-test และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และปัจจัยธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 และ 4.10 ตามลำดับ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .737 และ .919 ตามลำดับ (2) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ (3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ด้านการเมือง (Sig.=.021) ด้านเศรษฐกิจ (Sig.=.011) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sig.=.006) ด้านเทคโนโลยี (Sig.=.002) ด้านกฎระเบียบ (Sig.=.003) ด้านระบบสาธารณสุข (Sig.=.009) พยากรณ์การส่งผลต่อธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้ร้อยละ 73.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ; แบบจำลองธุรกิจของแคนวาส; อุตสาหกรรมรถยนต์ไทย

Abstract

The objectives of this research were to study: (1) the level of business environment factors and business factors in the automobile industry according to the Canvas business model concept; (2) relationships between personal factors and business factors according to the Canvas business model concept; and (3) presenting the relationship between the business environment and business factors based on the Canvas business model concept. This research uses a quantitative method. The research instrument was a questionnaire. Data was collected from 160 executives working in the automobile industry using probability sampling and stratified random sampling. The statistics of this research are frequently, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis.

The results of the research found that: (1) the level of business environment factors and business factors in the automobile industry, according to the Canvas business model concept. overall at a high level. The means are 3.87 and 4.10, respectively, and the standard deviations are .737 and .919, respectively; (2) personal factors by gender, age, education, average monthly income, and work experience Affects business factors according to the Canvas business model concept. Statistically significant at the .05 level; and (3) Business environment factors of the automobile industry by political (Sig=.021), economic (Sig=.011), social and cultural (Sig=.006), technological (Sig=.002), regulatory (Sig. =.003), and public system aspects (Sig=.009) predicts the impact on the business of the Thai automobile industry at 73.1 percent, with statistical significance at the .05 level.

Keywords: Business environment; Canvas business model; Thai automobile industry

บทนำ

การกำหนดธุรกิจเพื่อให้เกิดการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกธุรกิจต้องสรรหาแนวทาง วิธีการ รวมไปถึงการกำหนดกลยุทธ์ พันธกิจ เพื่อให้ธุรกิจของตนเองเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในการทำธุรกิจเกิดความมั่นคงยั่งยืนได้นั้น ผู้บริหารจะต้องอาศัยเครื่องมือที่สำคัญในการกำหนด วางแผน เพื่อให้ผู้ได้บังคับบัญชาสามารถปฏิบัติงานได้ตามที่ต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (Dobrowolski & Sutkowski, 2021) โดยหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญในการกำหนดสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว คือ การทำโมเดลธุรกิจด้วยแคนวาส (Business Model Canvas: BMC) ซึ่งเป็นการอธิบายองค์ประกอบของธุรกิจหรือโปรเจกต์ ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 9 ส่วน ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้า ช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า รายได้หลักของธุรกิจ กิจกรรมหลักของธุรกิจ พันธมิตรในการทำธุรกิจ และต้นทุนในการทำธุรกิจ ที่ถูกประดิษฐ์และพัฒนาขึ้นจาก Dr. Alexander Osterwalder ภายในมหาวิทยาลัยโลซานน์ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ (Daou et al., 2020) ด้วยการออกแบบโมเดลธุรกิจแบบที่เรียบง่ายบนหน้ากระดาษเพียงแผ่นเดียว เพื่อให้ทุกคนทั้งภายในและภายนอกองค์กรสามารถสื่อถึงสิ่งเดียวกันได้อย่างตรงประเด็น เข้าใจง่าย และนำไปใช้งานได้ทันที นอกจากจะทำให้การสื่อสารชัดเจนแล้ว จุดเด่นของการทำโมเดล

ธุรกิจแบบแคนวาส คือ ทำให้เจ้าของทุกคนในโปรเจกต์สามารถเห็นภาพรวมของโครงการเพื่อจะปรับจุดอ่อนหรือเสริมจุดแข็งรวมไปถึงการปรับกลยุทธ์การดำเนินงานได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเมื่อนำโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส เข้ามาปรับใช้ภายในอุตสาหกรรมด้านรถยนต์ภายในประเทศไทย จะเป็นการผังเพื่อให้การพัฒนาและการออกแบบการตลาดไปสู่มือของผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์และทำให้ผู้บริโภคต้องการรถยนต์จากทางบริษัทและตัดสินใจซื้อในที่สุด

ทั้งนี้ในการทำโมเดลธุรกิจแบบแคนวาสอย่างเดียว จะเป็นปีการพัฒนากลยุทธ์ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรเท่านั้น การที่จะทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์สามารถไปต่อได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่ธุรกิจจะต้องอาศัยการดำเนินกลยุทธ์จากภายนอกองค์กรด้วยเช่นกัน คือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่จะช่วยเอื้ออำนวยการดำเนินงานของธุรกิจได้ โดยเมื่อศึกษาข้อมูลจากการศึกษาเศรษฐกิจของประเทศไทยภายในปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมรถยนต์มีแนวโน้มหดตัวรุนแรงตามทิศทางเศรษฐกิจไทยที่คาดว่าจะหดตัวประมาณร้อยละ 10 ตัวเลขคาดการณ์เดือนกรกฎาคม 2563 ผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคซบเซารุนแรง และห่วงโซ่การผลิตรถยนต์ทั้งในและต่างประเทศชะงักงัน ปัญหาภัยแล้งยังซ้ำเติม กำลังซื้อของผู้บริโภคในต่างจังหวัด จึงคาดว่าจะลดจำหน่ายรถยนต์จะหดตัวทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ขณะที่ค่ายรถยนต์ปิดโรงงานชั่วคราวในช่วงไตรมาส 2 และทยอยลดกำลังการผลิตเพื่อปรับสมดุลสต็อก คาดว่าปริมาณการผลิตรถยนต์ปี 2563 จะหดตัวร้อยละ 36.0-37.0 อยู่ที่ 1.27-1.29 ล้านคัน อย่างไรก็ตาม คาดว่าปริมาณการผลิตจะกระเตื้องขึ้นในปี 2564-2565 มาเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.0-4.0 ต่อปี เป็น 1.32-1.33 ล้านคันและ 1.36-1.38 ล้านคัน ตามลำดับ ตามเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดของไวรัสคลี่คลาย ยอดจำหน่ายรถยนต์ในประเทศปี 2563 มีแนวโน้มหดตัวร้อยละ 39.0-40.0 อยู่ที่ 0.60-0.61 ล้านคัน ต่ำสุดตั้งแต่ปี 2542 เนื่องจากผู้บริโภคระมัดระวัง การใช้จ่ายโดยเฉพาะการซื้อสินค้าคงทนเช่นรถยนต์จะทำให้เกิดภาระหนี้ผูกพันระยะยาว และจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย อย่างไรก็ตามการวิจัยของกรุงศรีประเมินว่ายอดจำหน่ายจะฟื้นตัวในปี 2564 และ 2565 โดยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.0- 4.0 ต่อปี อยู่ที่ 0.62-0.63 ล้านคันและ 0.64-0.65 ล้านคัน ตามลำดับ (วรรณฯ ยงพิศาลภพ, 2563)

ประเด็นของปัญหาปี 2563 อุตสาหกรรมรถยนต์และอุตสาหกรรมต่อเนื่องมีแนวโน้มหดตัวรุนแรง ผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ขณะที่ปี 2564-2565 เศรษฐกิจ จะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ทำให้คาดว่าผู้ผลิตรถยนต์จะปรับระดับประกอบผลประกอบการให้เติบโตได้ ขณะที่ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ใหม่ ผลประกอบการมีทิศทางขยับขยายเล็กน้อยภายในปี 2564-2565 ผลประกอบการปี 2563 จะหดตัวรุนแรงก่อนทยอยฟื้นตัวในปี 2564-2565 ทั้งตลาดในประเทศและตลาดส่งออก ผู้ผลิตรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถปิกอัพขนาด 1 ตัน ปี 2563 ได้รับผลกระทบจากห่วงโซ่การผลิตหยุดชะงักชั่วคราวโดยเฉพาะในช่วงครึ่งปีแรก รวมถึงกำลังซื้อซบเซาทั่วโลก การเปิดตัวรถยนต์โมเดลใหม่โดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าช่วยกระตุ้นตลาดต่อเนื่องด้านตลาดส่งออกจะขยายตัวโดยเฉพาะการส่งออกรถยนต์อเนกประสงค์ (PPV และ SUV) และรถยนต์นั่งขนาดใหญ่ซึ่งเป็นเซ็กเมนต์ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง ผู้ผลิต/ประกอบรถบรรทุก รถพ่วง และรถกึ่งพ่วง จึงได้รับผลกระทบจากโครงการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ ผนวกกับความต้องการรถบรรทุกจะปรับดีขึ้นตามการเติบโตของธุรกิจโลจิสติกส์และมีโอกาสขยายตลาดส่งออกสู่ประเทศเพื่อนบ้านที่เศรษฐกิจเติบโตต่อเนื่อง และมีแผนลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ผู้ผลิตยานยนต์ขนาดใหญ่เพื่อการโดยสาร (รถบัส) คาดว่าจะฟื้นตัวตามธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจขนส่งโดยสารเอกชนในปี 2564-2565 รวมทั้งความต้องการรถโดยสารประจำทางของภาครัฐ (ขสมก.) และการทยอยปรับเปลี่ยนรถตู้โดยสารเป็นรถไมโครบัสตามมาตรการรัฐ ขณะที่ตลาดส่งออกมีแนวโน้มขยายตัวโดยเฉพาะตลาดอาเซียน (ณัฐนัย ตรีเนตรสัมพันธ์, 2564)

จากเหตุผลดังกล่าว ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความศึกษาในงานวิจัยเรื่อง “สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย” ขึ้น โดยผลงานวิจัยชิ้นนี้ จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางที่จะช่วยให้ผู้จัดการโรงงานอุตสาหกรรมรถยนต์สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมโดยตรง ตลอดจนเป็นแนวทางในการพัฒนาโรงงานอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ต้องการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจและความคาดหวังของอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีต่ออุตสาหกรรม การดำเนินธุรกิจ ของโรงงานอุตสาหกรรม ชุมชน สังคม และประเทศโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ และปัจจัยธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส
3. เพื่อนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยและปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ จากบริษัทชั้นนำ 12 บริษัท จำนวน 267 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ จากบริษัทชั้นนำ 12 บริษัท จำนวน 160 คน ด้วยวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากแนวคิดของ Taro Yamane (1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา และดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดในการวิจัย โดยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน โดย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ

ส่วนที่ 2-3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ ปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

โดยตอนที่ 2-3 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยข้อคำถามที่ใช้เป็นมาตราส่วนประมาณค่าในการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (Likert Scale)

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ และธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างเป็นนิยามตัวแปรและดัชนีชี้วัด

2. สร้างแบบสอบถามและข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนดตามดัชนีชี้วัด โดยภายใต้คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นส่งขอความอนุเคราะห์กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) รายข้อเพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด โดยเกณฑ์ในการเลือกข้อคำถามจะพิจารณาเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.5 โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ข้อคำถามอยู่ที่ 0.67-1.00 ทุกข้อคำถาม (Hambleton & Cook, 1977)

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหาทำการทดสอบค่า Tryout จำนวน 30 คน จากผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยที่นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่าง 160 คน เพื่อนำคำตอบมาวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Hair et al., 2006; Nunnally, 1978) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ซึ่งสูงกว่า 0.70 ทุกข้อคำถาม แสดงว่าเครื่องมือสามารถนำไปใช้ได้ (Hair et al., 2014)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลกระทำในระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2566
2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

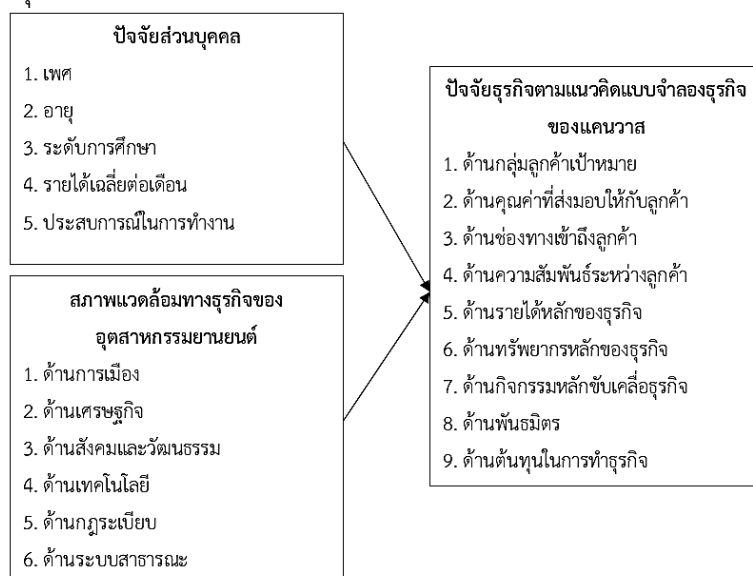
1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ด้วยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ และธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

3. สถิติอนุมานหรือสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) และสมการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้านสังคมศาสตร์

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำมาพัฒนาประยุกต์สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริหารภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 96 คน (ร้อยละ 60.0) อายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 78 คน (ร้อยละ 48.75) ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาโท จำนวน 103 คน (ร้อยละ 64.38) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 50,001-60,000 บาท จำนวน 84 คน (52.50) ประสบการณ์ในการทำงานอยู่ระหว่าง 15-20 ปี จำนวน 99 คน (ร้อยละ 61.88)

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยของตัวแปร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1.

ตารางที่ 1. ระดับของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ และปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์			
ด้านการเมือง	3.54	.658	มาก
ด้านเศรษฐกิจ	4.01	.728	มาก
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.85	.784	มาก
ด้านเทคโนโลยี	4.07	.802	มาก
ด้านกฎระเบียบ	3.62	.699	มาก
ด้านระบบสาธารณะ	4.13	.751	มาก
รวม	3.87	.737	มาก

ธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	4.11	.931	มาก
ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า	4.18	.945	มาก
ด้านช่องทางเข้าถึงลูกค้า	4.04	.902	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า	4.13	.921	มาก
ด้านรายได้หลักของธุรกิจ	4.21	.969	มากที่สุด
ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ	4.05	.900	มาก
ด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ	3.99	.866	มาก
ด้านพันธมิตร	4.09	.911	มาก
ด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ	4.11	.928	มาก
รวม	4.10	.919	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า (1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .737 เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านระบบสาธารณะ ($\bar{X}=4.13$) รองมา คือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}=4.07$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X}=4.01$) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.85$) ด้านกฎระเบียบ ($\bar{X}=3.62$) และ ด้านการเมือง ($\bar{X}=3.54$) ตามลำดับ และ (2) ธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .919 เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านรายได้หลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.21$) รองลงมา คือ ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ($\bar{X}=4.18$) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ($\bar{X}=4.13$) ด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ ($\bar{X}=4.11$) ด้านกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ($\bar{X}=4.11$) ด้านพันธมิตร ($\bar{X}=4.09$) ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.05$) ด้านช่องทางเข้าถึงลูกค้า ($\bar{X}=4.04$) และด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส แยกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t-test	F-test	ปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส	แปลผล
เพศ	2.431		0.28*	สนับสนุน
อายุ		2.984	.048*	สนับสนุน
ระดับการศึกษา		3.457	.039*	สนับสนุน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		2.880	.046*	สนับสนุน
ประสบการณ์ในการทำงาน		5.114	.003*	สนับสนุน

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้

สมมติฐานที่ 2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยที่ 1 วิเคราะห์ (R) ค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (X) คือสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ (Y) คือ ธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย ตัวแปรอิสระที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรตาม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 วิเคราะห์หาความสามารถพยากรณ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
ปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจ แคนวาส	.789	.744	.731	.534

จากตารางที่ 3 ความสามารถพยากรณ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม พบว่า เนื่องการวิเคราะห์หมีตัวแปรอิสระ 7 ตัว ดังนั้นการพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระ จึงใช้ค่า Adjusted R Square ค่าสัมประสิทธิ์ Adjusted R Square=.693 หรือ $.693 \times 100 = 69.3\%$ และ Std. Error of the Estimate เท่ากับ .424

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบปกติ

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig	Results
	B	Std. Error	Beta				
ค่าคงที่ (Constant)	.831	.086			3.253	.000*	
ด้านการเมือง	.746	.095	.725		2.653	.021*	ส่งผล
ด้านเศรษฐกิจ	.645	.062	.622		4.098	.011*	ส่งผล
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.752	.321	.734		2.145	.006*	ส่งผล
ด้านเทคโนโลยี	.699	.116	.678		2.987	.002*	ส่งผล
ด้านกฎระเบียบ	.547	.421	.521		2.061	.003*	ส่งผล
ด้านระบบสาธารณะ	.763	.215	.745		2.983	.009*	ส่งผล
R=.789		$R^2=.744$			Durbin Watson=6.32		
SE _{est} =.534		$R^2_{adj}=.731$			a=.831		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการเมือง ($t=2.653$, $Sig.=.021$) ด้านเศรษฐกิจ ($t=4.098$, $Sig.=.011$) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($t=2.145$, $Sig.=.006$) ด้านเทคโนโลยี ($t=2.987$, $Sig.=.002$) ด้านกฎระเบียบ ($t=2.061$, $Sig.=.003$) ด้านระบบสาธารณสุข ($t=2.983$, $Sig.=.009$) พยากรณ์การส่งผลกระทบต่อธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้ร้อยละ 73.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

งานวิจัยดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสภายในอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย พบว่า ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากผู้บริหารทุกท่านให้ความสำคัญต่อการพัฒนาองค์กรของตนเองอย่างจริงจัง มองว่าหากตนเองสามารถนำพาธุรกิจอุตสาหกรรมด้านยานยนต์ที่ตนเองกำลังดำรงตำแหน่งอยู่ จะส่งผลดีกลับมาหาตนเองด้วยเช่นกัน คือ ชื่อเสียงขององค์กรจะส่งผลต่อชื่อเสียงของตนเอง จึงส่งผลให้ผู้บริหารทุก ๆ ท่านพยายามใส่ใจในความพยายามคิดค้นโมเดลธุรกิจแบบแคนวาสและปฏิบัติงานตามพันธกิจที่สร้างขึ้น เพื่อให้องค์กรสามารถขยายฐานลูกค้า เพิ่มลูกค้าใหม่ และยังต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าเก่าเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นภา นาคแย้ม (2566) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารความเสี่ยงเพื่อความสำเร็จขององค์กร ผ่านการนำแบบจำลองธุรกิจแคนวาสมาใช้ในการระบุนความเสี่ยง กล่าวว่า ในการบริหารความเสี่ยงผู้บริหารทุกท่านจำเป็นที่จะต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงานและรับรู้ถึงการประเมินสภาพแวดล้อมของธุรกิจด้านต่าง ๆ อย่างแม่นยำ ดังนั้นปัจจัยที่จะทำให้ผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการจัดตั้งแบบจำลองธุรกิจตามโมเดลของแคนวาสได้จะมาจากประสบการณ์ อายุ ระดับการศึกษา ส่วนสิ่งที่ผู้บริหารจะได้เมื่อเข้ามาดำรงตำแหน่ง นั้นคือตำแหน่งงานที่มั่นคง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่เพิ่มมากขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธนิชา ธรรมรังษี และภูษิธร วิรุพทุพ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ป้อนไลน์โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส กล่าวว่า ในการประเมินธุรกิจแคนวาสผู้บริหารจะต้องอาศัยสภาพแวดล้อมรอบตัวขององค์กรในการสร้างโมเดลธุรกิจ ทั้งนี้ในการออกแบบธุรกิจโมเดลแคนวาสจำเป็นที่จะต้องอาศัยผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานอย่างยาว เป็นผู้บริหาร เจ้าของ หรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการออกนโยบายเพื่อให้องค์กรเดินก้าวหน้า ซึ่งบุคคลเหล่านี้เรียกว่า “ผู้นำ” ทั้งนี้ผู้นำที่ดีจะต้องอาศัยประสบการณ์ การเรียนรู้ รวมถึงความสามารถ ทักษะที่มีเพื่อให้สามารถเขียนแผนธุรกิจด้วยวิธีการแคนวาสได้ โดยจากการศึกษาผู้ที่มีอิทธิพลต่อการทำธุรกิจจะเป็นบุคคลที่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 บาทขึ้นไป ระดับการศึกษาอยู่ที่สูงกว่าปริญญาตรี และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 5 ปี

2. จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส พบว่า ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎระเบียบ ด้านระบบสาธารณสุข พยากรณ์การส่งผลกระทบต่อธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจาก ในการสร้างพันธกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส จำเป็นต้องอาศัยความชำนาญของผู้บริหารในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น

ด้านการเมือง เพราะการเมืองจะส่งผลต่อการใช้จ่ายและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าขององค์กรเป็นอย่างมาก นอกจากนี้หากการเมืองที่ดีจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของประชาชนดีขึ้น ทำให้เศรษฐกิจภาพรวมดีขึ้น สังคมและวัฒนธรรมของบุคคล ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎระเบียบ ด้านระบบสาธารณสุขดีขึ้น มา กล่าวคือ สภาพแวดล้อมโดยรอบซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกจากอุตสาหกรรมรถยนต์ภายในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อการจัดทำโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส เพราะจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยเหล่านี้เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานของธุรกิจให้เกิดความสมบูรณ์ จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมส่งผลต่อโมเดลธุรกิจแบบแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนัย ตรีเนตรสัมพันธ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยวิธีการสตาร์ทอัพ กล่าวว่า ในการพัฒนาโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพ (Lean Startup Methodology) ผู้บริหารจำเป็นต้องวิเคราะห์โมเดลเรื่องของสภาพแวดล้อมจากปัจจัยภายนอกองค์กร เพื่อนำมากำหนดกรอบธุรกิจต่อการดำเนินงาน ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาโมเดลธุรกิจสตาร์ทอัพต่อนวัตกรรมใหม่สู่เชิงพาณิชย์ จะต้องใช้ปัจจัยสภาพสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และการเมือง โดยสิ่งเหล่านี้ช่วยให้สามารถหนดกระแสรายได้หลักของธุรกิจ การเสนอคุณค่า (Value Proposition) ให้แก่ลูกค้าและยึดคุณค่า (Value Capture) สอดคล้องกับงานวิจัยของพีระ เจริญพร (2562) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดรถยนต์ขนาดเล็กในประเทศกำลังพัฒนา:กรณีศึกษาของผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่น กล่าวว่า การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด องค์กรจำเป็นต้องสร้างเครื่องมือภายในเพื่อให้บริษัทมีจุดแข็งที่จะช่วยเรื่องภาพจำของลูกค้า ทั้งนี้ในการส่งเสริมเพื่อเพิ่มการแข่งขัน บริษัทจำเป็นต้องใส่ใจการป้องกันจากปัจจัยภายนอกที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อองค์กรรวมไปถึงเพื่อใช้ในการวางแผนในการปรับกลยุทธ์ของบริษัทต่อไปในอนาคตผ่านการรับรู้ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ต่อการปรับตลาดของรถยนต์ขนาดเล็ก (Segment A) ในประเทศกำลังพัฒนาได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญา บรรจงมณี (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Hybrid ของผู้บริโภคในประเทศไทย กล่าวว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อรถยนต์เพิ่มขึ้นหรือลดลงจากนโยบายต่าง ๆ ภายในภาครัฐ ทั้งนี้บริษัทจำเป็นต้องวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์ที่นอกจากปัจจัยเรื่องของการทำตลาด แต่ต้องมาจากอัตราเงินเฟ้อ ดอกเบี้ย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในรัฐที่ผู้บริโภคได้อาศัยอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของศรินทิพย์ ธีรณินันท์ (2562) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กล่าวว่า สภาพแวดล้อมมีปัจจัยอย่างสูงต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภค โดยจากการวิเคราะห์พบว่า หากภาครัฐมีการสนับสนุนนโยบายรถคันแรกด้วยอัตราภาษีที่ต่ำ และการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อให้บุคคลมีรายได้เข้าบัญชีมากขึ้น การทำการตลาดของบริษัทในเรื่องของด้านราคาจะถูกตัดไป และจะเป็นการทำเรื่องของคุณภาพรถยนต์ รูปร่างของรถยนต์ และการแข่งขันผ่านแบรนด์ เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาตัดสินใจซื้อรถยนต์

สรุป

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาสของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทย พบว่า

1. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมยานยนต์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.87 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .737 เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านระบบสาธารณสุข ($\bar{X}=4.13$) รองมา คือ ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X}=4.07$) ด้านเศรษฐกิจ

($\bar{X}=4.01$) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X}=3.85$) ด้านกฎระเบียบ ($\bar{X}=3.62$) และ ด้านการเมือง ($\bar{X}=3.54$) ตามลำดับ

2. ธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ .919 เมื่อพิจารณาอิทธิพลตามลำดับตั้งแต่มากไปน้อย พบว่า ด้านที่มีระดับมากที่สุด คือ ด้านรายได้หลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.21$) รองลงมา คือ ด้านคุณค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ($\bar{X}=4.18$) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ($\bar{X}=4.13$) ด้านต้นทุนในการทำธุรกิจ ($\bar{X}=4.11$) ด้านกลุ่มกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ($\bar{X}=4.11$) ด้านพันธมิตร ($\bar{X}=4.09$) ด้านทรัพยากรหลักของธุรกิจ ($\bar{X}=4.05$) ด้านช่องทางเข้าถึงลูกค้า ($\bar{X}=4.04$) และด้านกิจกรรมหลักขับเคลื่อนธุรกิจ ($\bar{X}=3.99$) ตามลำดับ

3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์ในการทำงาน ส่งผลต่อปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ และปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์มีความสัมพันธ์กับปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส จำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการเมือง ($t=2.653$, $\text{Sig}=.021$) ด้านเศรษฐกิจ ($t=4.098$, $\text{Sig}=.011$) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($t=2.145$, $\text{Sig}=.006$) ด้านเทคโนโลยี ($t=2.987$, $\text{Sig}=.002$) ด้านกฎระเบียบ ($t=2.061$, $\text{Sig}=.003$) ด้านระบบสาธารณะ ($t=2.983$, $\text{Sig}=.009$) พยากรณ์การส่งผลต่อธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ไทยได้ร้อยละ 73.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถกล่าวได้ว่า ในการออกแบบโมเดลธุรกิจแบบแคนวาส จำเป็นต้องอาศัยความชำนาญของผู้บริหารในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของบุคคล ด้านเทคโนโลยี ด้านกฎระเบียบ ด้านระบบสาธารณะ เพราะปัจจัยเหล่านี้ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการทำธุรกิจอุตสาหกรรมด้านรถยนต์ภายในประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผู้บริหารควรทำแผนสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทั้งแผนระยะสั้น และแผนระยะยาวในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เนื่องจากประชาชนจะตัดสินใจซื้อรถยนต์ได้ดีขึ้นหรือลดลง เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางอุตสาหกรรมรถยนต์

2) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดของปัจจัยธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองธุรกิจของแคนวาส ผู้บริหารควรสร้างกิจกรรมขับเคลื่อนธุรกิจด้วยการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น พยายามสร้างกิจกรรมที่ช่วยกระชับความสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีส่วนร่วมและเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการทำโครงการที่จะช่วยให้เกิดทัศนคติบวกและคิดว่าหากตนเองต้องการออกรถคันใหม่ จะกลับมาออกรถยนต์กับบริษัทเดิม

3) จากผลการศึกษาข้อมูลตัวชี้วัดความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้บริหารธุรกิจของอุตสาหกรรมรถยนต์ ควรปรับปรุงแผนงานในการปฏิบัติงานองค์กร เพื่อรองรับกระบวนการผลิตชิ้นส่วนและอะไหล่ กระบวนการประกอบรถยนต์ กิจกรรมตลาด กิจกรรมจัดซื้อจัดหา และกิจกรรมวิจัยและพัฒนา และควรให้ความสำคัญในเรื่องของการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม กฎระเบียบของสังคม ค่านิยม เทคโนโลยี และระบบสาธารณะ เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงที่อาจส่งผลกระทบต่อบริษัทและอาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือขององค์กรต่อลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณทำการวิจัยโดยเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างกับผู้บริหารภายในอุตสาหกรรมรถยนต์เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยโดยเป็นพนักงานภายในอุตสาหกรรม เพื่อให้งานวิจัยที่ได้มีคุณภาพของเนื้อหา และได้ผลการวิจัยที่สามารถนำมาปรับใช้กับอุตสาหกรรมได้ดียิ่งขึ้น

2) การวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพในการสอบถามกับผู้บริหารระดับสูง เพื่อให้ได้คุณภาพของข้อมูลที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาโมเดลธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐนัย ตรีเนตรสัมพันธ์. (2563). การพัฒนาโมเดลธุรกิจด้วยวิธีการเส้นสตาร์ทอัพ. วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 39(3), 337-351.
- ณัฐธินิชา ธรรมรังษี และฉวีเชียร วิรพุทธพร. (2564). แบบจำลองธุรกิจการออกแบบสื่อศิลปะออนไลน์โดยใช้แบบจำลองธุรกิจแคนวาส. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข. 15(1), 42-62.
- นภา นาคแย้ม. (2566). การบริหารความเสี่ยงเพื่อความสำเร็จขององค์กร ผ่านการนำแบบจำลองธุรกิจแคนวาสมาใช้ในการระบุนความเสี่ยง. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ. 16(1), 124-139.
- ปริญญญา บรรจงมณี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ประเภท Hybrid ของผู้บริโภคในประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- พีระ เจริญพร. (2562). กลยุทธ์การตลาดรถยนต์ขนาดเล็กในประเทศกำลังพัฒนา:กรณีศึกษาของผู้ผลิตรถยนต์ญี่ปุ่น. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี). บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณฯ ยงพิศาลภพ. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2563-65. อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์. ออนไลน์. เรียกใช้เมื่อ 1 มีนาคม พ.ศ. 2565 จาก www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Hi-tech-Industries/Auto-Parts/IO/Industry-Outlook-Auto-Parts.
- ศรินทิพย์ อีรณนิตนันท์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- Daou, A., et al. (2020). The Ecocanvas as a business model canvas for a circular economy. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120938.
- Dobrowolski, Z., & Sułkowski, Ł. (2021). Business model canvas and energy enterprises. *Energies*, 14(21), 7198.
- Hair E., et al. (2006). Children's school readiness in the ECLS-K: Predictions to academic, health, and social outcomes in first grade. *Early Childhood Research Quarterly*, 21(4), 431-454.
- Hair, et al. (2014). Pearson new international edition. Multivariate data analysis. (7th Edition). Pearson Education Limited Harlow, Essex.

Hambleton, et al. (1977). Latent trait models and their use in the analysis of educational test data. *Journal of educational measurement*, 14(2), 75-96.

Nunnally, J.C. (1978). An Overview of Psychological Measurement. In: Wolman, B.B. (eds) *Clinical Diagnosis of Mental Disorders*. Boston, MA: Springer.

Yamane, T. (1970). *Statistics: An Introductory Analysis*. ToKyo: John Weatherhill. Inc., s.