

บทคัดย่อ

ในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ภายใต้สภาวะทางการตลาดที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และการกระตุ้นของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างยิ่ง ที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร และลดเวลาในการวางตลาดผลิตภัณฑ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์ โดยเน้นกลุ่มผู้ให้บริการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Manufacturing Service Providers, EMS) และเสนอแนะแนวทางสู่ความสำเร็จในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมาจากการสำรวจจำนวน 82 บริษัทในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม และประสบการณ์ของผู้วิจัย แบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ระบุอยู่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาความเป็นไปได้ 2) การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ 3) การวางแผนผลิตภัณฑ์ 4) วิศวกรรมกระบวนการ และผลิตภัณฑ์ 5) การทดสอบตลาด 6) การปล่อยผลิตภัณฑ์ลงสู่ตลาด ส่วนตัวชี้วัดความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะมี 4 มุมมองตามหลักलिखितสมดุล (Balanced scorecard) ค่าเฉลี่ยของตัวชี้วัดเหล่านี้ใช้สำหรับเป็นค่าอ้างอิงในการแบ่งกลุ่มบริษัทที่ประสบความสำเร็จ และกลุ่มบริษัทที่ไม่ประสบความสำเร็จ

ผลการวิจัยปรากฏว่า 1) ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่ได้ศึกษานั้น ล้วนแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทที่ประสบความสำเร็จให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญ 2) ด้านสภาพการแข่งขัน จุดอ่อนที่เกิดขึ้นชี้ให้เห็นถึงการขาดบุคลากร ความรู้ เทคโนโลยี เงินลงทุน และการบริหารจัดการอย่างมีระบบ 3) EMS จะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการภายในเป็นสำคัญ ผู้บริหารจะต้องเป็นผู้กำหนด และผลักดันแผนงานให้องค์กรนำไปปฏิบัติ จากนั้นจึงส่งเสริมบุคลากร การวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ

คำสำคัญ การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ปัจจัยสู่ความสำเร็จ, อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์, ผู้ให้บริการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์