

201575

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านขนาด ตำแหน่งทางการตลาด ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กร กับการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กร และความสัมพันธ์ระหว่าง การใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี ระยะเวลาในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี ผลกระทบดำเนินงานขององค์กรทางการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงิน โดยตัวแปรที่สนใจศึกษา ประกอบไปด้วยขนาดขององค์กร ตำแหน่งทางการตลาด ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กร การประยุกต์ระบบ การวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี ระยะเวลาในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี ผลกระทบดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงิน การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้ แบบสอบถาม ประชากรในกว้างขวางได้แก่บิชท์ที่ประกอบอุตสาหกรรมผลิตและจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 328 บริษัท รวมรวมแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ได้จำนวน 176 บริษัท วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุមาน ทั้งนี้เพื่อใช้ในการอธิบายผลการวิจัยและการทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และเพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งทางการตลาดและระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กรไม่ได้เป็นตัวกำหนดที่ มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี มีเพียงขนาดขององค์กรเท่านั้นที่มี นัยสำคัญทางสถิติต่อการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี สำหรับการใช้ระบบการวางแผน ทรัพยากรขององค์กรหรืออี อาร์ พี มีความสัมพันธ์กับ ตัววัดผลกระทบดำเนินงานทางการเงินขององค์กร 4 ตัว คือ อัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ (ATO) อัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนของเงิน ลงทุน (ROI) และอัตราผลตอบแทนจากการขาย (ROS) สำหรับการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านขนาด ตำแหน่งทางการตลาด ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กร และระยะเวลาในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากร ขององค์กรหรืออี อาร์ พี และการใช้ระบบการวางแผน กับการวัดผลกระทบดำเนินงานทางการเงินขององค์กรและที่ไม่ใช่ ทางการเงินขององค์กรพบว่าขนาดขององค์กร และ ระยะเวลาในการดำเนินงานขององค์กรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ตำแหน่งทางการตลาดขององค์กร มีความสัมพันธ์ในเชิงลบ

This research has had objective for studying relation between proportion factor, marketing positioning, time period in management of organization with using enterprise resource planning system of organization and relation between using enterprise resource planning system of organization and management evaluation of financial organization and being without financial organization. Variable studying has featured proportion of organization, marketing positioning, time period in management, application enterprise resource planning system or ERP, time period in using enterprise resource planning system or ERP, financial management evaluation and being without financial management evaluation. This study has gathered data from surveying by using questionnaire. Population in research has been the company as manufacture industry and they have registered in stock exchange of Thailand 328 companies. It has gathered questionnaire having complete data 176 companies. It has had analysis with descriptive statistics and deducible statistics for using in research result description and relation test between variable and for testing hypothesis in research.

Research result found that marketing positioning and time period in management of organization have not been statistic significant determination to using enterprise resource planning system of organization or ERP. For using resource plan system of organization or ERP have had relation with financial management evaluation of organization 4 parts. That has been asset turnover (ATO), return on assets (ROA), return on investment (ROI) and return on sales (ROS). For Studying in relation between proportion factor, marketing positionting, time period in management of organization and time period in using enterprise resource planning system of organization or ERP and using enterprise resource planning system with financial management evaluation of organization and being without financial management evaluation of organization found that proportion of organization and time period in management of organization have had positive relation and marketing positioning of organization has had negative relation.