

บทที่ 5

สรุป



กลุ่มของตัวแปรที่สนใจศึกษาประกอบด้วย (1) ลักษณะของการทำพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท (2) รูปแบบในการทำพันธมิตรซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท การทดสอบสมมติฐานในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน จะใช้เทคนิคของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ส่วนการทดสอบสมมติฐานในเรื่องความแตกต่างของพันธมิตรในแต่ละรูปแบบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน จะใช้ ANOVA ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

5.1 บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ในส่วนของบทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยจะแบ่งประเด็นของการนำเสนอเกี่ยวกับบทสรุปและอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนหลัก ๆ คือ (1) ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน (2) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพันธมิตรในแต่ละรูปแบบกับผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยจัดเรียงตามสมมติฐานการวิจัย บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัยในแต่ละส่วนมีสาระโดยสังเขปดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน

(1) ข้อมูลเบื้องต้น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานพบว่าในช่วงปี 2542 – 2546 ทุกบริษัทมีการทำพันธมิตรทางธุรกิจ โดยส่วนใหญ่คิดว่าการมีพันธมิตรทางธุรกิจมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร โดยแรงจูงใจที่สำคัญในการทำพันธมิตร ได้แก่ การร่วมมือกันเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจ จะเห็นได้ว่าจากการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงในส่วนของต้นทุนสินค้า/บริการ ยังมีค่าเป็นบวก (ค่าเฉลี่ยเลขคณิต = 8) แสดงให้เห็นว่าต้นทุนยังเป็นปัญหากับหลาย ๆ องค์กร ทั้งนี้การพยายามควบคุมต้นทุนเป็นเรื่องที่ยากและเป็นปัญหากับหลายองค์กร การที่สามารถควบคุมและผลักภาระทางด้านต้นทุนออกไปจากองค์กรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนคงที่ จะทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจลงได้มาก เป็นผลให้ผลการดำเนินงาน

ในด้านอื่น ๆ ดีขึ้นตามไปด้วย เป็นผลให้การลดต้นทุนเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการร่วมเป็นพันธมิตร

ส่วนประโยชน์ที่สำคัญที่ได้รับจากการร่วมเป็นพันธมิตรของบริษัทส่วนใหญ่ คือ การได้รับประโยชน์ทางการตลาดทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการใช้ประโยชน์ทางด้านนี้เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย เพราะในบางสถานการณ์องค์กรธุรกิจอาจประสบปัญหาในการหาช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนต่ำ หรือในบางกรณีความต้องการของสินค้าและบริการของลูกค้าก็อาจมีความไม่แน่นอนสูง ด้วยเหตุนี้เองการได้รับประโยชน์ทางการตลาดจึงเป็นเหตุผลสำคัญ

(2) รูปแบบพันธมิตรของบริษัท

ในการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับผลประโยชน์ในกลุ่มต่าง ๆ พบว่า กลุ่มผลประโยชน์โดยส่วนใหญ่ที่บริษัทเลือกทำพันธมิตรจะเป็นในลักษณะของกลุ่มผู้ชาย และมักจะทำพันธมิตรในลักษณะความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ โดยที่กลุ่มผลประโยชน์ในลักษณะของกลุ่มตัวแทนจำหน่าย กลุ่มลูกค้า และกลุ่มเงินทุน บริษัทจะเลือกทำพันธมิตรในอันดับรองลงมา ตามลำดับ โดยลักษณะความสัมพันธ์ของการทำพันธมิตรส่วนใหญ่ของทั้ง 3 กลุ่มผลประโยชน์นั้น มักจะทำในรูปแบบความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ เช่นเดียวกับกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นกลุ่มผู้ชาย

สำหรับรูปแบบการทำพันธมิตรทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน นั้นรูปแบบการทำพันธมิตรในลักษณะความสัมพันธ์ทางการตลาดอย่างหลวม ๆ จะส่งดีต่อ ROA มากที่สุด รองลงมาจะส่งผลดีต่อยอดขาย ส่วนการทำพันธมิตรในลักษณะในรูปของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร จะส่งผลดีต่อยอดกำไรสุทธิมากที่สุด รองลงมาจะส่งผลดีต่อ ROA ทางด้านการทำพันธมิตรในลักษณะความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ จะส่งที่ดีต่อยอดกำไรสุทธิมากที่สุดเช่นเดียวกัน ส่วนรองลงมาจะส่งผลดีต่อยอดขายสุทธิสำหรับการทำพันธมิตรในรูปแบบของการรวมกันอย่างเป็นทางการ จะส่งผลดีต่อยอดขายสุทธิมากที่สุด ส่วนรองลงมาจะส่งผลต่อ ROA

(3) ผลกระทบของการเป็นพันธมิตรที่มีต่อผลการดำเนินงาน

บริษัทที่ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่คิดว่าลักษณะการทำพันธมิตรในลักษณะการมีพันธมิตรจำนวนมากและระยะเวลาที่ยาวนานในการร่วมเป็นพันธมิตรมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

การทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ที่อยู่ในลักษณะของกลุ่มผู้ชายจะมีจำนวนพันธมิตรเฉลี่ย 13 บริษัท ส่วนระยะเวลาในการทำพันธมิตรเฉลี่ย คือ 5.42 ปี และระดับความมีชื่อเสียงเฉลี่ยของกลุ่มผู้ชาย จะอยู่ในระดับความมีชื่อเสียงมาก ส่วนระดับความมีชื่อเสียงของการทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ที่อยู่ในลักษณะของกลุ่มลูกค้า จะอยู่ในระดับความมีชื่อเสียงมากที่สุดและการทำพันธมิตรในกลุ่มผลประโยชน์นี้จะมีจำนวนพันธมิตรเฉลี่ย 9 บริษัทและระยะเวลาในการทำพันธมิตรเฉลี่ย 3.47 ปี

ส่วนการทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ที่อยู่ในลักษณะของกลุ่มเงินทุน จะมีจำนวนพันธมิตรเฉลี่ย 3 บริษัท ส่วนระยะเวลาในการทำพันธมิตรเฉลี่ย คือ 1.32 ปี และระดับความมีชื่อเสียงเฉลี่ยของกลุ่มเงินทุน อยู่ในระดับความมีชื่อเสียงมากที่สุดท้ายการทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ที่อยู่ในลักษณะของกลุ่มตัวแทนจำหน่าย จะมีจำนวนพันธมิตรเฉลี่ย 6 บริษัท ส่วนระยะเวลาในการทำพันธมิตรเฉลี่ย คือ 1.89 ปี และระดับความมีชื่อเสียงเฉลี่ยของกลุ่มตัวแทนจำหน่าย อยู่ในระดับความมีชื่อเสียงมาก

ทางด้านปัจจัยอื่นที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินที่นอกเหนือจากปัจจัยในการทำพันธมิตร โดยปัจจัยที่บริษัทให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ปัจจัยจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจเกิดจากหลาย ๆ ด้าน เช่น ปัญหาการขึ้นราคาน้ำมัน ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อตรงต่อต้นทุน ดังนั้นปัจจัยจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจนี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินมากที่สุด

สำหรับอัตราสัดส่วนระหว่างปัจจัยจากการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับปัจจัยอื่นที่มีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า ค่าเฉลี่ยของปัจจัยในการทำพันธมิตรที่มีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ 37.63 ส่วนค่าเฉลี่ยของปัจจัยอื่นที่มีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ 59.47

ทางด้านผลกระทบจากกลุ่มผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ กับผลการดำเนินงานทางการเงินนั้น บริษัทส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มผลประโยชน์ ในรูปแบบต่าง ๆ มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณารายกลุ่มผลประโยชน์ พบว่า การทำพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกลุ่มผู้ชาย และกลุ่มลูกค้า จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ส่วนการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นกลุ่มเงินทุน และกลุ่มตัวแทนจำหน่าย จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินจากการทำพันธมิตรเฉลี่ย โดยแยกเป็นทางด้านยอดขายสุทธิ พบว่า ค่าเฉลี่ยของอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขายสุทธิ คือ 7.45 ทางด้านอัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าและบริการ พบว่า ค่าเฉลี่ย คือ 8.00 ทางด้านอัตราการเปลี่ยนแปลงของกำไรสุทธิ พบว่า ค่าเฉลี่ย คือ 10.32 สำหรับอัตราการเปลี่ยนแปลงของ ROA พบว่า ค่าเฉลี่ย คือ 4.23

จะเห็นได้ว่าแม้ว่าการทำพันธมิตรทางธุรกิจจะไม่ได้มีส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินทั้งหมด แต่ถ้าพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของผลการดำเนินงานทางการเงินแล้ว พบว่า ตัวเลขของ ยอดขายสุทธิ กำไรสุทธิ และ ROA มีแนวโน้มที่เป็นบวก แต่ทางด้านต้นทุน จะเห็นได้ว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ยอดขายเพิ่มก็อาจจะต้องอาศัยเงินลงทุนมากเช่นเดียวกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วต้นทุนมักจะผันแปรไปในทิศทางเดียวกันกับยอดขายสุทธิ

(4) ความสำคัญของกลุ่มผลประโยชน์จากการร่วมเป็นพันธมิตร

สำหรับในเรื่องของการทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ใดที่มีสำคัญมากที่สุดขององค์กร บริษัทโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มผลประโยชน์ ในรูปแบบต่าง ๆ มีความสำคัญต่อองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับที่สำคัญมาก เมื่อพิจารณาตามกลุ่มผลประโยชน์พบว่า บริษัทที่ตอบแบบสอบถามคิดว่าการทำพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกลุ่มผู้ขาย กลุ่มลูกค้า และกลุ่มตัวแทนจำหน่าย มีส่วนสำคัญต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ส่วนการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็นกลุ่มเงินทุน บริษัทที่ตอบแบบสอบถามคิดว่าการทำพันธมิตรในลักษณะนี้มีส่วนสำคัญต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงินได้แบ่งลักษณะการทำพันธมิตรออกเป็น 4 ลักษณะ คือ (1) จำนวนพันธมิตรทางธุรกิจ (2) ระยะเวลาในการทำพันธมิตรทางธุรกิจ (3) ความมีชื่อเสียงของพันธมิตร (4) ระดับความสำคัญของพันธมิตร ส่วนผลการดำเนินงานทางการเงินได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ (1) ยอดขายสุทธิ (2) ต้นทุนสินค้า/บริการ (3) กำไรสุทธิ (4) ROA (5) EBIDA Margin (6) RONA

จากการที่ได้มีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแล้ว พบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมาก จึงทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์โดยใช้วิธีถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ได้ ดังนั้นจึงได้ใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) มา

วิเคราะห์แทน แต่จากการวิเคราะห์ตามวิธีดังกล่าวแล้วก็ยังไม่สามารถวิเคราะห์ได้ เนื่องจากค่า Adjusted R Square มีค่าติดลบทั้งในส่วนของ ยอดขาย ต้นทุน กำไรสุทธิ EBIDA Margin และ RONA แต่ในส่วนของ ROA สามารถวิเคราะห์ได้ ซึ่งความสัมพันธ์ของลักษณะการทำพันธมิตร ปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า กลุ่มตัวแทนจำหน่าย กลุ่มเงินทุน และกลุ่มผู้ขาย กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROA) เมื่อควบคุมมูลค่าสินทรัพย์ และสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น พบว่า ลักษณะการทำพันธมิตร ปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า กลุ่มตัวแทนจำหน่าย กลุ่มเงินทุน และกลุ่มผู้ขาย กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROA) ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยในอดีตของ Dollinger Et, Al, Forbrun(1990); Cooke (1990); Gilmour (1992); Goldberg (2003); Zlotnikoff, Arino (2003) ; Olson Et Al, (2004) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนน้อยและมีเพียงกลุ่มบริการเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น อีกทั้งระยะเวลาในการเก็บข้อมูลของการทำพันธมิตรมีระยะเวลาเพียง 5 ปีเท่านั้น ซึ่งการทำพันธมิตรนั้น จะต้องใช้ระยะเวลาานพอสมควร จึงจะพบว่าผลการดำเนินงานที่เปลี่ยนแปลงนั้นเกิดจากปัจจัยในการทำพันธมิตรหรือไม่

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของผลการดำเนินงานทางการเงินในแต่ละรูปแบบพันธมิตร

สำหรับความแตกต่างของพันธมิตรทางธุรกิจในแต่ละรูปแบบกับผลการดำเนินงานทางการเงินนั้น โดยได้แบ่งผลการดำเนินงานทางการเงินโดยเฉลี่ยออกเป็น 4 ด้าน คือ (1) ยอดขายสุทธิ (2) ต้นทุนสินค้า/บริการ (3) กำไรสุทธิ (4) ROA ส่วนรูปแบบพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งแบ่งออกเป็นเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ทางด้านการตลาดอย่างหลวม ๆ (2) ความสัมพันธ์ในรูปของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร (3) ความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ (4) การรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กำไรสุทธิเฉลี่ยในแต่ละรูปแบบของการทำพันธมิตรทางธุรกิจมีความแตกต่างกัน แต่ในส่วนของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านอื่น ๆ คือ ยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ และ ROA รูปแบบของการทำพันธมิตรทางธุรกิจแต่ละรูปแบบมีผลการดำเนินงานทางการเงินไม่แตกต่างกัน โดยที่กำไรสุทธิที่ต่างกันมาจากการทำพันธมิตรในรูปแบบความสัมพันธ์ของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร กับการทำพันธมิตรในรูปแบบของการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ นอกจากนี้การทำพันธมิตรในรูปแบบของความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ กับการทำพันธมิตรในรูปแบบของการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ ก็มีความแตกต่างกันในส่วนของกำไรสุทธิด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสิ่งสำคัญในการมีพันธมิตร คือ จะต้องควบคุมดูแลองค์การด้วยตนเองหรือมี

ความเป็นอิสระจากธุรกิจหุ้นส่วน (Gilroy, 1993) แม้ว่าแต่ละองค์กรจำเป็นต้องรับผิดชอบต่อผลประโยชน์และหน้าที่การงานร่วมกันก็ตาม แต่ละองค์กรก็ต้องบริหารในฐานะที่เป็นธุรกิจของตนเอง ซึ่งจะเห็นว่าการที่ทำพันธมิตรในรูปแบบของการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ จึงถูกควบคุมโดยอีกกิจการหนึ่งจนทำให้สูญเสียความเป็นองค์กรไปในที่สุด เป็นผลให้การดำเนินงานขององค์กรไม่คล่องตัว และไม่สามารถกำหนดนโยบายในการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนอีกด้วย (Amy, Sim, 1996); (ธาริณี, 2000) สาเหตุดังกล่าวจึงอาจเป็นข้อเสียหากมีการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการเกิดขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้มีการแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมโดยใช้ ROA เป็นตัวแบ่งกลุ่ม โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ กลุ่มที่เป็น High ROA และ กลุ่ม Low ROA ทั้งนี้เพื่อดูความแตกต่างของอัตราผลการดำเนินงานทางการเงินทั้ง 4 ด้านโดยเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่ม (ภาคผนวก ค.) เพื่อที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนมากขึ้น แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าอัตราผลการดำเนินงานทางการเงินของทั้ง 2 กลุ่มดังกล่าว ไม่มีความแตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของอัตราผลการดำเนินงานทางการเงินไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ อัตราความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินอยู่ใกล้เคียงกัน

5.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่าบริษัทส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นหลัก โดยตัวเลขส่วนใหญ่วที่บริษัทให้ความสนใจก็คือ กำไรสุทธิ แต่ที่จริงแล้วการให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงินก็มีความสำคัญด้วย เช่น ความพอใจของลูกค้า กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ คุณภาพของพนักงาน ซึ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีผลในระยะยาวทั้งสิ้น ถ้าแต่ละองค์กรให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินควบคู่กันไปย่อมทำให้องค์กรมีความแข็งแกร่งและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

2. โดยส่วนใหญ่การที่ยอดขายสุทธิขององค์กรมีทิศทางที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันนั้น ต้นทุนสินค้าและบริการก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามมาด้วย จากการศึกษาพบว่าเพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น เมื่อยอดขายเพิ่มสูงขึ้น แต่ทิศทางของต้นทุนสินค้าและบริการกลับเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม ดังนั้นการที่องค์กรสามารถเพิ่มยอดขายได้นั้น ควรจะพยายามควบคุมต้นทุนให้อยู่ในระดับที่ต่ำด้วย เพราะจะทำให้ผลประกอบการขององค์กร เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีด้วย

5.3 งานวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาทำการศึกษาในครั้งนี้มีเพียงกลุ่มเดียว คือ กลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการ ทำให้มีตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาน้อย ดังนั้นผลที่ออกมาจึงอยู่ในวงแคบ ควรจะเพิ่มกลุ่มตัวอย่างหรือศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่มีลักษณะต่างจากกลุ่มของบริการ แล้วนำมาเปรียบกันในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวจะทำให้เป็นแนวทางในการนำพันธมิตรทางกลยุทธ์มาประยุกต์กับองค์กร ทั้งนี้เพื่อสร้างประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจในการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นผลประกอบการ หรือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เป็นต้น

2. จากการศึกษาถึงกลุ่มผลประโยชน์ในงานวิจัยนี้มีเพียง 4 กลุ่มเท่านั้น ควรมีการศึกษากลุ่มผลประโยชน์ในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากอาจมีกลุ่มผลประโยชน์ที่นอกเหนือจากการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผลที่ได้อาจจะทำให้การวิจัยมีความครอบคลุมและเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจในการเลือกกลุ่มผลประโยชน์เพื่อสร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กรมากยิ่งขึ้น

3. จากการศึกษาในครั้งนี้ตัวแปรอิสระที่เลือกมาใช้ในการวิจัยนั้น มีจำนวนน้อยซึ่งอาจยังไม่ครอบคลุมปัจจัยที่มีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน ควรจะมีการศึกษาถึงตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงิน

4. การวัดผลในศึกษาครั้งนี้มีเพียงการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินเพียงด้านเดียวเท่านั้น ควรมีการศึกษาและให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งจะช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น