

แบบฟอร์มข้อเสนอโครงการฉบับสมบูรณ์ (Full Proposal)
โครงการวิจัยเชิงกลยุทธ์ (Strategic Fund; SF) : ประเภทโครงการวิจัย

ชื่อทุนวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของ
อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อโครงการ/แผนงานวิจัย

(ภาษาไทย) ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของ
อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

(ภาษาอังกฤษ) Causal Factors of Marketing Logistic Strategies Affecting the Organizational
Performance of the Agricultural machinery industry.

ประเภทโครงการ : โครงการวิจัย ชุดโครงการวิจัย

2. โครงการวิจัยย่อยภายใต้ชุดโครงการวิจัย (กรณีเลือกประเภทโครงการชุดโครงการ)

3. ลักษณะโครงการวิจัย

โครงการใหม่ ที่เริ่มดำเนินการในปีที่เสนอขอ ดำเนินงาน1.....ปี

งบประมาณรวมทั้งโครงการ20,000.....บาท

ปีงบประมาณ2567..... งบประมาณ20,000.....บาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

โครงการต่อเนื่อง จากปีงบประมาณที่ผ่านมา ดำเนินงานปี

งบประมาณรวมทั้งโครงการบาท

เริ่มรับงบประมาณปี.....

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

โครงการต่อเนื่องที่มีข้อผูกพันสัญญา ดำเนินงานปี

งบประมาณรวมทั้งโครงการบาท

เริ่มรับงบประมาณปี.....

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ปีงบประมาณ งบประมาณบาท

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา (กรณีที่เป็นโครงการต่อเนื่อง)

ปีงบประมาณ	ผลการดำเนินงานเทียบกับแผนที่ตั้งไว้ (%)	งบประมาณที่ได้รับจัดสรร (บาท)	งบประมาณที่ใช้จริง (บาท)	สัดส่วนงบประมาณที่ใช้จริง (%)

สรุปผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

.....

.....

4. โครงการยื่นเสนอขอรับทุนจากหน่วยงานอื่น

ไม่ยื่นเสนอ ยื่นเสนอ ระบุหน่วยงาน.....

5. คำสำคัญ (Keywords) (กำหนดไม่เกิน 5 คำ)

(ภาษาไทย) กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด, ผลการดำเนินงานขององค์กร, อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

(ภาษาอังกฤษ) Marketing Logistic Strategies, Organizational Performance, Agricultural machinery industry

6. สาขาการวิจัย (เลือกจากฐานข้อมูลในระบบ)

สาขาการวิจัยหลัก OECD (เป็น dropdown ให้เลือก)

สาขาการวิจัยย่อย OECD (เป็น dropdown ให้เลือก)

7. ISCED

ISCED Broad field (เป็น dropdown ให้เลือก)

ISCED Narrow field (เป็น dropdown ให้เลือก)

ISCED Detailed field (เป็น dropdown ให้เลือก)

8. รายละเอียดของคณะผู้วิจัย (ใช้ฐานข้อมูลจากระบบสารสนเทศกลางเพื่อบริหารงานวิจัยของประเทศ) ประกอบด้วย

หน่วยงาน	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่งในโครงการ	สัดส่วนการดำเนินงานโครงการวิจัย	ที่อยู่	E-mail	เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อ	ความชำนาญ/ความสนใจพิเศษ	ความรับผิดชอบต่อแผนงาน/โครงการอื่น ๆ ที่อยู่ระหว่างดำเนินการ	H-index	Citation
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	ผศ.ดร. สุดา รัตน์ พิมล รัตน์ กานต์	หัวหน้าโครงการวิจัย	100	วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน	Sudar at.pi @ssru .ac.th	085-5163939	1. การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 2. การจัดการเชิงกลยุทธ์			

							3. บริหารธุรกิจ			
--	--	--	--	--	--	--	--------------------	--	--	--

ส่วนที่ 2 ข้อมูลโครงการวิจัย

1. บทสรุปข้อเสนอโครงการ (ไม่เกิน 3000 คำ)

ชื่อโครงการ/แผนงานวิจัย ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

วัตถุประสงค์ (ระบุเป็นข้อ)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาแนวกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

- 1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง
- 2) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์
- 3) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด
- 4) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน
- 5) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กร

ระเบียบวิธีวิจัยและวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) คือ มีวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการผสมวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับใช้ในการวิเคราะห์และการทดสอบสมมติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ในรูปแบบนำ-แบบรอง (Dominant-less Dominant Design) มีการผสมวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเสริมเพื่อขยายความ ตรวจสอบยืนยันและเพิ่มความลึกของข้อมูล วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นลักษณะการวิจัยแบบหลายช่วง (Multi-phase Design) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอนหลักขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณการเพื่อศึกษาองค์ประกอบ จากนั้นใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อช่วยอธิบายและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น (Creswell, 2017) โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการวิจัยความสัมพันธ์แบบเชิงสาเหตุ (Causal Research) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause and Effect Relationships) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ระดับองค์กร เนื่องจากในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยที่มีความเป็นมาตรฐานและอยู่ในปริมาณที่เพียงพอต่อการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการกำหนดตัวแทนของหน่วยวิเคราะห์ระดับองค์กรมีความเหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ และมีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. วิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative research) มุ่งศึกษาวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal research) โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Antecedent and Consequent) เพื่อสร้างเป็นโมเดลของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลมาสนับสนุนกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร โดยเลือกใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological research) ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพธิ์สิตา, 2556) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน

2. หลักการและเหตุผล (ไม่เกิน 3000 คำ)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีเป้าหมายในการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการสำคัญให้สูงขึ้น และสามารถตอบโจทย์พัฒนาการของเทคโนโลยีและสังคมยุคใหม่ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงเศรษฐกิจท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อยกับห่วงโซ่มูลค่าของภาคธุรกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) ซึ่งในหนึ่งหลักการที่ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศคือในภาคส่วนของผู้ประกอบการที่เป็นผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

รวมถึงบทบาทของโลจิสติกส์และซัพพลายเชนต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ในกระบวนการทำงานของซัพพลายเชน ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ สามารถส่งเสริมให้มีการดำเนินงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ถึงแม้ว่าจะไม่มีผลกระทบโดยตรง แต่เมื่อทำร่วมกันทั้งซัพพลายเชนแล้วจะเห็นผลลัพธ์ได้ชัดเจน ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน บทบาทของซัพพลายเชนที่จะทำเห็นผลได้โดยตรงคือ เป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent Work

and Economic Growth) และเป้าหมายที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production) สำหรับเป้าหมายที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Decent Work and Economic Growth) มีวัตถุประสงค์จะส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนโดยบรรลุเป้าหมายการผลิตในระดับที่สูงขึ้นและผลิตผ่านนวัตกรรมทางเทคโนโลยี และมีมาตรการในกำจัดการบังคับใช้แรงงานทาสและการค้ามนุษย์ ภายในปี พ.ศ. 2573 รวมถึงในบทบาทของ โลจิสติกส์และซัพพลายเชน จะเป็นการซื้อ ขยายวัตถุดิบกับซัพพลายเออร์ องค์กรสามารถทำ Sustainable procurement โดยการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคมและเศรษฐกิจ โดยในด้านสังคม การจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงสิทธิมนุษยชนเป็นหลัก และเป้าหมายที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน (Responsible Consumption and Production) มีวัตถุประสงค์ในลดรอยเท้าทางนิเวศน์ (Ecological Footprint) ผลกระทบจากกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ โดยการเปลี่ยนแปลงการผลิตและการบริโภคสินค้าและทรัพยากร การจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพบทบาทโลจิสติกส์และซัพพลายเชน สามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ลดการใช้ทรัพยากรโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วย รวมถึงการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมองไปจนถึงการนำบรรจุภัณฑ์เหล่านี้กลับมารีไซเคิลและนำไปเกิดการใช้ประโยชน์ต่อไป กิจกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของโลจิสติกส์และซัพพลายเชน (Supply Chain Guru, 2021) ซึ่งอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

การเชื่อมโยงระบบการตลาดและระบบโลจิสติกส์แบบเบ็ดเสร็จ จะช่วยให้ช่องว่างระหว่างโซ่อุปทานสั้นลง อุตสาหกรรมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น เพื่อความสามารถในการปรับตัว การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในวันที่โลกได้ก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 เพราะฉะนั้นผู้ให้บริการโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมจะต้องให้ความสำคัญด้านการตลาด และการพัฒนาโลจิสติกส์ ให้สอดคล้องกับยุค 4.0 ทำให้ที่ผ่านมามีการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันในรูปแบบต่างๆ เช่น การค้า การลงทุน โลจิสติกส์ (Kasuwat, 2016) อีกทั้งการเชื่อมโยงระบบการตลาดและระบบโลจิสติกส์แบบเบ็ดเสร็จ โดยเป็นการเชื่อมโยงแบบบูรณาการด้วยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในกิจกรรมต่างๆ ของการบริหารจัดการ การให้บริการ ความต้องการซื้อและความต้องการขาย ส่วนภาคอุตสาหกรรมต้องเข้าถึงและตอบโต้ความต้องการของลูกค้าด้วยวิถีทางการตลาดเพื่อส่งผ่านคุณค่าของสินค้าสู่ผู้บริโภค ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ใช้ที่แท้จริง (ดาริกา แสนพวง และสุดาพรรณ อาจกล้า, 2565)

โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เน้นการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันส่งผลกระทบต่อองค์กรต่าง ๆ ซึ่งบุคลากรขององค์กรหรือผู้ประกอบการนั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้องค์กรเหล่านี้ประสบความสำเร็จ (Kotter & Cohen, 2012) อีกทั้งในส่วนของส่งเสริม มีส่วนร่วมในการพัฒนา ทำให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพสามารถและเสริมสร้างศักยภาพเพิ่มขึ้นนั่นเอง (Pimnratanan & Ayasanond, 2018) และการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับความไม่พึงพอใจกับสิ่งที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งรูปแบบใหม่ในการบริหารองค์กร กระบวนการวางแผนเพื่อจัดการการเปลี่ยนแปลงและค่าของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อบุคคลและกลุ่มบุคคลในองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานของ

องค์กรผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ย่อมต้องมีหลักการในการเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการซึ่งจะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างผลการดำเนินงานที่ดี

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เนื่องจากในประเทศไทยยังมีความผู้บริโภครยังต้องการใช้บริการจากอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ซึ่งเป็นที่มาของงานวิจัยโดยจะนำผลไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนงานต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการภายในองค์กร รวมทั้งเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาทุนมนุษย์ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กลยุทธ์โลจิสติกส์ ความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร เป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการที่มีทำให้เกิดความสร้างสรรค์ตลอดจนช่วยให้ผู้ประกอบการได้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสามารถในการจัดการมีแนวปฏิบัติที่ดีเลิศ เหมาะสมเป็นตัวอย่างที่ดีในการนำมาเป็นต้นแบบ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะข้อมูลสำคัญสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงนโยบายและกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและประสิทธิภาพการดำเนินงานที่สูงขึ้น อันจะช่วยขับเคลื่อนผู้ประกอบการให้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้าได้อย่างมั่นคงยั่งยืนต่อไป

3. วัตถุประสงค์ (ระบุเป็นข้อ)

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย
- 3) เพื่อศึกษาแนวกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

คำถามการวิจัย

- 1) ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย คืออะไร
- 2) อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เป็นรูปแบบใด
- 3) แนวกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย ได้อย่างไร

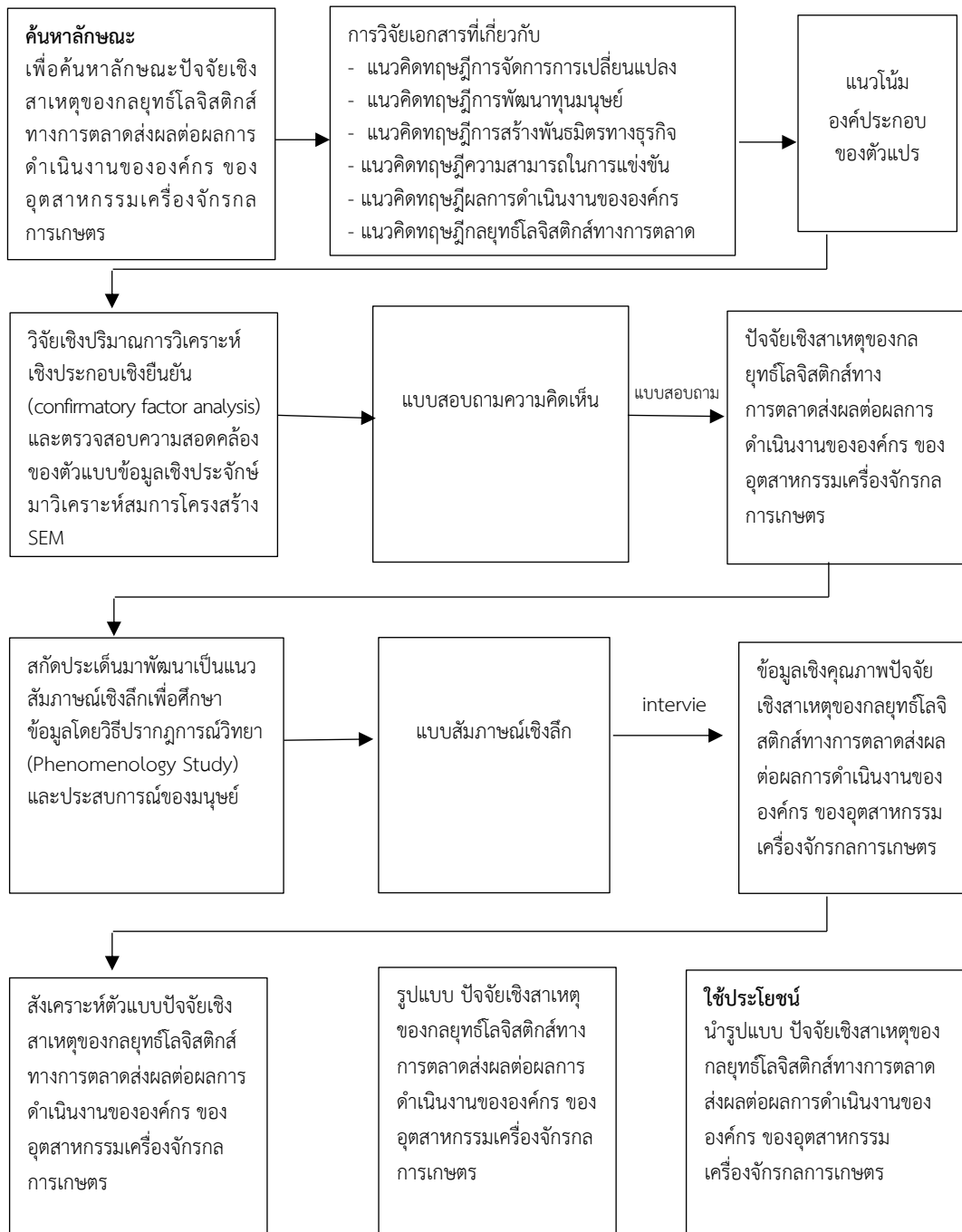
สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยตามกรอบแนวคิดการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

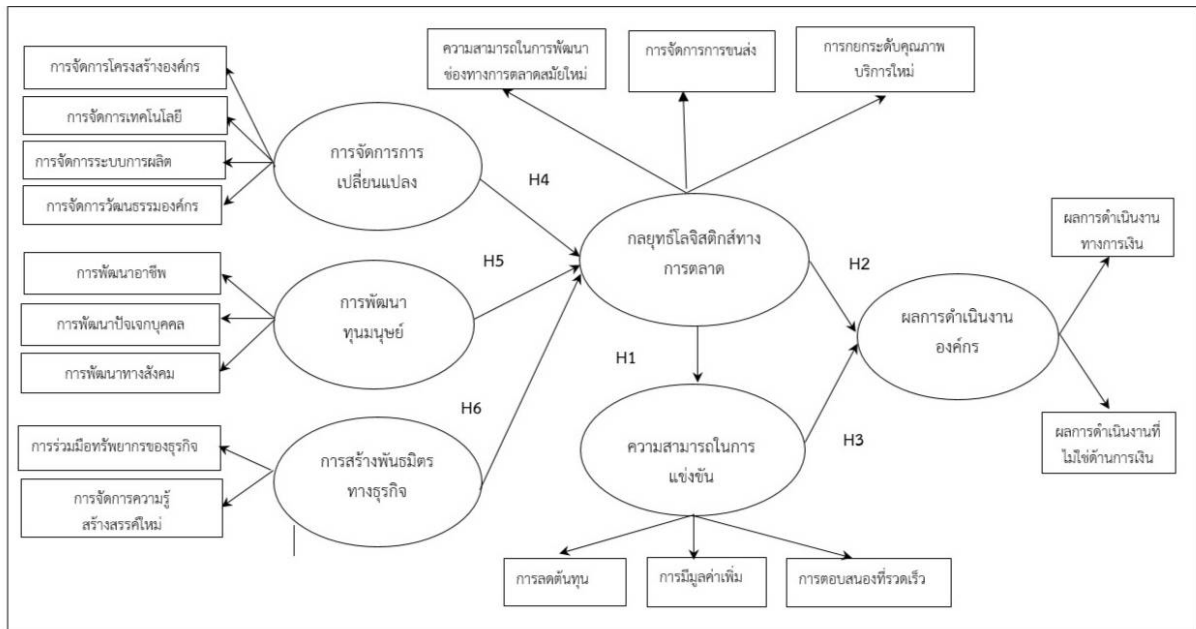
- สมมติฐานที่ 1 กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน
- สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

- สมมติฐานที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร
- สมมติฐานที่ 4 การจัดการการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด
- สมมติฐานที่ 5 การพัฒนาทุนมนุษย์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด
- สมมติฐานที่ 6 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด

4. กรอบการวิจัย (กรอบการวิจัยที่เป็นแผนผังภาพแสดงถึงเป้าหมายและตัวชี้วัดของโครงการ และมีการแสดงความเชื่อมโยงโครงการย่อยเพื่อตอบเป้าหมายร่วมกัน (หากมีโครงการย่อย))



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย (ไม่เกิน 3000 คำ)

การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดขอบเขตในการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวข้องตามลำดับดังนี้

1. บริบทของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร
2. ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย
3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด

4. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

4.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง

4.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์

4.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

5. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

บริบทของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting Industry) ที่ผลิตปัจจัยการผลิตหรือการบริการให้กับอุตสาหกรรมเกษตร มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยรวมของอุตสาหกรรมให้สูงขึ้น โดยอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรจะสนับสนุนอุตสาหกรรมปลายน้ำ เช่น การการผลิตและแปรรูปอุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาล อุตสาหกรรมไม้และเครื่องเรือน และสามารถสร้างมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมที่เป็นในส่วนของต้นน้ำ เช่น การหล่อโลหะ การตีขึ้นรูป การชุบเคลือบผิว รวมถึงการเชื่อมโยงการให้บริการทางการเกษตรและอุตสาหกรรมปลายน้ำอื่นๆ เข้าด้วยกัน สำหรับการผลิตเครื่องจักรกลการเกษตร เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสามารถแบ่งได้ 3 ระดับ คือ 1) ระดับ High-End Technology มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ใช้เครื่องจักรที่มีความละเอียดสูง ส่วนมากเป็นบริษัทร่วมทุนกับต่างประเทศ มีการลงทุนสูง ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐบาล 2) ระดับ Middle-End Technology เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตมีความแม่นยำสูงพอสมควร ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งรับจ้างผลิตชิ้นส่วนยานยนต์และรับช่วงการผลิต และ 3) Low-End Technology เครื่องจักรที่ใช้มีความแม่นยำหรือความเที่ยงตรงน้อย ทำให้มีความสามารถเพียงผลิตชิ้นส่วนทั่วไปหรือชิ้นงานที่มีราคาต่ำ ได้แก่ผู้ประกอบการซ่อมบำรุงเครื่องจักรกลการเกษตร และรับจ้างผลิตชิ้นส่วนทั่วไปๆ ไป หรือเครื่องมือเครื่องใช้ในการเกษตร (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2565)

สำหรับตลาดเครื่องจักรกลการเกษตรของไทยในปี 2565 มีการขยายตัวต่อไปได้ โดยคาดว่าจะมีมูลค่าราว 84,600-87,900 ล้านบาท หรือขยายตัว 1.6-5.6 (YoY)% ซึ่งเป็นการขยายตัวที่ชะลอลงหลังจากผ่านจุดสูงสุดมาแล้วในปี 2564 ซึ่งจะยังเป็นการขยายตัวบนฐานที่สูง และสูงกว่าค่าเฉลี่ย 5 ปีที่ 73,256 ล้านบาท (ปี พ.ศ. 2559-พ.ศ. 2563) โดยมีปัจจัยหนุนที่ทำให้ตลาดเครื่องจักรกลการเกษตรยังขยายตัวต่อไปได้ มาจากปัจจัยหนุนด้านอุปสงค์เป็นสำคัญ แต่เป็นการขยายตัวแบบชะลอลง โดยตลาดเครื่องจักรกลการเกษตรยังคงเติบโตสอดคล้องไปกับราคาสินค้าเกษตรที่ยังยืนอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ในขณะที่ของอุปทานยังต้องเผชิญการแข่งขันด้านราคากับเครื่องจักรกลการเกษตรของจีนที่มีราคาถูก รวมถึงต้นทุนการผลิตอย่างราคาน้ำมันและเหล็กที่อยู่ในระดับสูง ซึ่งจะทำให้ตลาดเครื่องจักรกลการเกษตรของไทยมีการเติบโตต่อไปได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565)

จากการส่งออกเครื่องจักรกลและส่วนประกอบของปี 2564 มีมูลค่า 16,977.45 ล้านบาท ขยายตัวลดลงร้อยละ -5.64 โดยคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.89 ของมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศ การส่งออกไปยังตลาดเม็กซิโก ขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉพาะสินค้าเครื่องจักรที่ใช้ในการก่อสร้างและส่วนประกอบ ขยายตัวเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 7,000.57 การส่งออกไปยังตลาดฟิลิปปินส์ลดลง มูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร (มกราคม-ธันวาคม 2564) มูลค่าการส่งออกกลุ่มเครื่องจักรกลนี้ รวมมูลค่าการส่งออกสินค้าเครื่องจักรกลการเกษตร ไว้ด้วยโดยการส่งออกเครื่องจักรกลการเกษตร มีมูลค่า 35,118 ล้านบาท (ประมาณ 1,151.4 ล้านเหรียญสหรัฐ) ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.7 ตลาดหลัก ได้แก่ ฟิลิปปินส์ สหรัฐอเมริกา กัมพูชา อินเดีย และเมียนมา โดย สินค้าที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดได้แก่ 1) แทรกเตอร์ และส่วนประกอบ 1,303.7 ล้านบาท 2) เครื่องเก็บเกี่ยวและส่วนประกอบ มูลค่า 895.8 ล้านบาท โดยมีตลาดหลัก ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน และประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงตลาดที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ ประเทศเม็กซิโก ร้อยละ 267.81 อีกทั้งยังมีมาตรการและความต้องการภาคเอกชนคือ มีการส่งเสริมและเร่งให้มีการเจรจาเปิดตลาดใหม่ ตลาดศักยภาพเร่งให้มีการอำนวยความสะดวกด้านการค้าชายแดนและส่งเสริมให้ภาคเอกชนไปลงทุนในต่างประเทศ มีการสนับสนุนการจัดตั้ง Distribution และ Services Center ในประเทศคู่ค้า มีการกำหนดมาตรฐานอุตสาหกรรมอายุการใช้งานของ เครื่องจักรเพื่อป้องกันการเข้ามาของเครื่องจักรเก่าจากต่างประเทศและสร้างความน่าเชื่อถือในการรับรองคุณภาพของสินค้าเครื่องจักรกลไทย มุ่งเน้นการสร้างความสำเร็จในเรื่องของราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพเพื่อสร้างความแตกต่างกับสินค้าจากคู่แข่งและส่งเสริมการขายด้านอื่นที่มีใช้ราคา มีการมุ่งเน้นการให้บริการปรึกษาการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรเกี่ยวเนื่องกับการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนทางการเกษตร มุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูลเพื่อสร้างประโยชน์ของข้อมูลต่อการดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลสามารถเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรและอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด (กระทรวงพาณิชย์, 2564)

อย่างไรก็ตาม ในภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรจะวิเคราะห์จากภาพรวมมูลค่าตลาดและแนวโน้มตลาดในอนาคต ประกอบกับปัจจัย 5 ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับการแข่งขันในธุรกิจ ได้แก่ อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ และการคุกคามของสินค้าทดแทน เพื่อสรุปว่าธุรกิจดังกล่าวมีการแข่งขันสูงหรือต่ำ มีความยากง่ายของการเข้าสู่ตลาดเป็นอย่างไร ซึ่งในปัจจุบันภาพรวมมูลค่าตลาดของเครื่องจักรกลการเกษตรทั่วไปมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5-7 ต่อปี คาดว่าภายใน พ.ศ. 2565 ตลาดเทคโนโลยีเกษตรแม่นยำจะเพิ่มขึ้นเกือบ 2 เท่าของปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าเครื่องจักรกลการเกษตรรุ่นใหม่ จะมีฟังก์ชันเกษตรแม่นยำติดมากับอุปกรณ์ด้วยซึ่งจะทำให้ตลาดของเครื่องจักรกลการเกษตรเดิมมีมูลค่าสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีการสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจใหม่ เช่น โดรนสำรวจทำแผนที่ ซอฟต์แวร์บริหารจัดการและประมวลผลข้อมูลการเพาะปลูก ผลิตภัณฑ์กลุ่มเซนเซอร์ และบริการที่ปรึกษาด้านการเกษตรต่างๆ (ศูนย์ข้อมูลและการคาดการณ์เทคโนโลยี, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2565) ดังนั้น ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จให้กับธุรกิจที่เป็นอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

จากสภาวะที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรและผลการศึกษาที่ผ่านมาข้างต้นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของความสามารถกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด จะเห็นว่ากลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดสามารถสร้างประโยชน์ในการปฏิบัติงานทั้งต่อบุคลากรในองค์กร รวมถึงผู้ประกอบการทั้งที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ การพัฒนากลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรให้เกิดขึ้นกับบุคลากรใน

องค์กรจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในประเทศไทย รวมทั้งส่งผลลัพธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กรอีกด้วย

ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบในการอธิบายกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย ซึ่งทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบาย ศักยภาพองค์กรแห่งการเรียนรู้ของอุตสาหกรรมธุรกิจในประเทศไทย ประกอบด้วยสองทฤษฎี คือ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ (Resource Base View of the Firm) ที่มุ่งเน้นการบริหาร ทรัพยากรขององค์กรเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและการสร้างความ ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และ 2) ทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการ (Knowledge-based Theory of the Firm) ที่มุ่งเน้นความสำคัญของความรู้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามาก เพราะการสร้างความรู้ของ องค์กรเป็นสิ่งที่ซับซ้อนและยากต่อการเลียนแบบ เป็นปัจจัยสำคัญในการขยายขีดความสามารถ ขององค์กร ด้วยการสร้างความรู้ การถ่ายโอนความรู้ และการเก็บกับความรู้ไว้ในองค์กร ก่อให้เกิดการพัฒนาได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้นำทฤษฎีทั้งสองทฤษฎีมาสังเคราะห์เพื่อใช้ เป็นกรอบในการอธิบายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ (Resource Base View of Theory)

มุมมองของทฤษฎีนี้จะมุ่งสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันจากทรัพยากรภายในองค์กร โดยองค์กรจะต้องบริหารและจัดการทรัพยากรแบบมุ่งตอบสนองความเปลี่ยนแปลงและ ความต้องการจากสภาพแวดล้อมภายนอก จึงเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งทฤษฎีนี้จะมีมุมมองจากฐานทรัพยากรโดยเอาทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และความสามารถขององค์กรมาบูรณาการกัน ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 4 ประการคือ การมีคุณค่า หายาก ยากแก่การนำมาทดแทน ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการ ดำเนินงานที่ยั่งยืน มุ่งเน้นผลผลิตภาพขององค์กรด้วยการมองการดำเนินการภายในองค์กร คือ การบริหารทรัพยากรขององค์กรเองและความสามารถ (capabilities) ขององค์กร (Barney, 1991; Barney, Wright & Ketchen, 2001) ซึ่งแนวคิดฐานทรัพยากร (Resource Base View of Theory) มีองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capabilities) ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบจะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจที่ยั่งยืน (Eisenhardt and Martin, 2000) องค์กรสามารถบริหารจัดการทรัพยากรภายในและใช้ประโยชน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน ทรัพยากรภายในกิจการมีทั้งในรูปสินทรัพย์ เช่น เทคโนโลยีเงินทุน และในรูปแบบความสามารถ (capabilities) ซึ่งทรัพยากรภายในที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับการเงิน ได้แก่ รูปแบบการบัญชีของกิจการ (Jonah et al., 2015; Roslan et al., 2018) และทักษะทางการเงินของผู้บริหาร (Asakanian, 2016; Kimunduu et al., 2016; Owusu et al., 2019) รวมถึงเงินทุนที่ได้จากการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Afande, 2015; Harelimana, 2017)

จากขอบเขตของทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการผู้วิจัยได้นำทฤษฎีมาเป็นพื้นฐานในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพของการจัดการองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่ทำให้เกิดนวัตกรรม เนื่องจากเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งเป็นทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ รวมถึงความสามารถขององค์กรมาบูรณาการกันเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสร้างผล

การดำเนินงานให้กับองค์กรต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษา การรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อสร้างความได้เปรียบในด้านการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Helfat & Petteraf, 2003)

ดังนั้น เมื่อใช้ทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการมาอธิบายถึงกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรบนพื้นฐานทรัพยากรของกิจการ สามารถสรุปได้ว่า ทรัพยากรของกิจการสามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่อทรัพยากรเพื่อการผลักดันและขับเคลื่อนและสร้างจุดแข็งให้กับองค์กรนำไปสู่การสร้างความเป็นนวัตกรรมซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กรต่อไป

2. ทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการ (Knowledge-based Theory View of the Theory)

การมุ่งเน้นการเรียนรู้จึงส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ทั้งนี้องค์กรที่มีขีดความสามารถในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้และการระบุดึงคุณภาพขององค์กรที่เรียนรู้ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนาวิธีการจัดการความรู้เพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ใหม่ ๆ ในปัจจุบันที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น (Alegre & Chiva, 2013) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ คือ ความสามารถในการสร้างการได้การถ่ายทอดความรู้เพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีการจัดการความรู้ เพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรรวมถึงการส่งเสริมให้บุคลากรทุกคนร่วมกันพัฒนาความรู้และความสามารถศักยภาพของตนเองเพื่อมุ่งมั่นให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน รวมถึงการมีวิสัยทัศน์และการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Tho, 2019) อีกทั้งการเรียนรู้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดสำหรับองค์กรเพื่อรักษาประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจจะต้องประกอบด้วย 1) การมุ่งมั่นการเรียนรู้ (Commitment to Learning) 2) การมีวิสัยทัศน์และวิสัยทัศน์ร่วมกัน(Shared Vision and objectives) 3) การยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Open-mindedness) และ 4) การแบ่งปันความรู้ในองค์กร (Shared knowledge in an organization) (Pratono et al., 2019) อีกทั้งการที่องค์กรมุ่งเน้นการเรียนรู้การแบ่งปันความรู้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้ (Ferreira & Coelho, 2020) องค์กรที่มีการนำทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการมาใช้ การจัดการความรู้จะถูกลำดับมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร (Balogun & Jenkins, 2003) เมื่อมีความรู้เพิ่มขึ้น ก็จะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้มากขึ้น (Szulanski, 2003) องค์กรต้องละทิ้งรูปแบบโครงสร้างอย่างเป็นทางการ เพื่อทำให้เกิดความร่วมมือกันผ่าน ผลตอบแทนทางสังคมและบรรทัดฐานภายในองค์กร แทนการจัดการตามลำดับชั้น และเมื่อองค์กร เติบโตแล้วรูปแบบโครงสร้างขององค์กรจะเกิดขึ้นเอง ความยั่งยืนของทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการ ขึ้นอยู่กับความรู้ที่องค์กรมีและจะต้องดีกว่าคู่แข่ง ในขณะที่เวลาจำกัดแล้วคู่แข่งสามารถหาความรู้นี้ได้แต่จะต้องลงทุนมากกว่า (Sveiby & Simons, 2002) และเพิ่มความสามารถในด้านการแข่งขันอย่างยั่งยืน (King & Zeithaml, 2003) ความรู้เป็นทรัพยากรที่มีหัตถ์จรรยาไม่เหมือนทรัพยากรอย่างอื่น ภายใต้ รูปแบบที่แตกต่างกันสามารถนำมาใช้ประโยชน์และสร้างเพิ่มขึ้นได้ (Adler, 2002 ; Spender, 2003) ใช้รูปแบบขององค์กร แห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน และต้องตระหนักเสมอว่าความรู้เป็นทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนและ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ไม่มีเส้นทางหรือรูปแบบของการพัฒนาที่แน่นอนตายตัว ความรู้เป็น ทรัพยากรที่ไม่มีการเสื่อมราคา และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ (Curado, 2006) การนำเสนอการบริการใหม่ การพัฒนา การนำเสนอสินค้า และการบริการใหม่ ๆ การปฏิบัติการใหม่ ๆ หรือการปรับปรุงกระบวนการที่มีอยู่ให้ดีขึ้น (Mansharamani, 2005) เพื่อเพิ่ม ศักยภาพในด้านการแข่งขันขององค์กร (Porter, 1988)

ดังนั้น เมื่อใช้ทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการมาอธิบายถึงกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรบนพื้นฐานของการบริหารบนฐานความรู้ของกิจการ สามารถสรุปได้ว่า บริหารบนฐานความรู้ของกิจการ ขึ้นอยู่กับการจัดการความรู้จะถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรในการเรียนรู้ และการเรียนรู้กลายเป็นความสามารถขององค์กรที่ต้องจัดให้มีขึ้นตลอดเวลาซึ่งทางองค์กรจะความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร และเมื่อนำมารวมเข้ากับความรู้เดิมขององค์กรแล้วก็จะเกิดการสร้างความรู้ใหม่ที่เป็นเชิงสร้างสรรค์เมื่อมีความรู้เพิ่มขึ้นก็จะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้มากขึ้น นำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว และผลลัพธ์ที่ดีในผลการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

สรุปได้ว่าทฤษฎีพื้นฐานทั้ง 2 ทฤษฎี สามารถเชื่อมโยงและประยุกต์ให้เหมาะสมกับการวิจัยนี้ ในกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรด้วยทฤษฎีมุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรและทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการพบว่า กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดต้องเข้าใจในการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งทฤษฎีนี้จะมีมุมมองจากฐานทรัพยากรโดยเอาทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้และความสามารถขององค์กรมาบูรณาการร่วมกัน รวมถึงองค์กรที่มีการนำทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการมาใช้ในการจัดการความรู้จะถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และกิจกรรมการเรียนรู้ให้เป็นความสามารถขององค์กร และจัดให้มีขึ้นตลอดเวลา องค์กรจะดูดซับความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร และ เมื่อนำมารวมเข้ากับความรู้เดิมขององค์กรแล้วก็จะเกิดการสร้างความรู้ใหม่ เมื่อมีความรู้เพิ่มขึ้น ก็จะทำให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้งานได้มากขึ้น นำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กรต่อไป

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรม

เครื่องจักรกลการเกษตร

โดยได้วิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. การจัดการการเปลี่ยนแปลง ที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

อิทธิพลของการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดประกอบด้วย ด้านการจัดการโครงสร้างองค์กร ด้านการจัดการเทคโนโลยี ด้านการจัดการการผลิต และด้านการจัดการวัฒนธรรมองค์กร

1.1 การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

สำหรับการจัดการเทคโนโลยีที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ การที่ผู้ประกอบการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในธุรกิจเพื่อในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่จะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จ เพราะเนื่องจากการที่ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ดี่นั้นจะช่วยให้อุตสาหกรรมทางการแข่งขันและรวมถึงการพัฒนานวัตกรรม ขึ้นมาในองค์กร (Jasra, Hunjra, Rehman, Azam & Khan, 2012) สำหรับการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้องค์กรต่างๆ เริ่มมีความหลากหลายมากขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Theodorakopoulos & Budhwar, 2015) อีกทั้งปัจจัยการ

เปลี่ยนแปลงในการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมนั้นจะทำให้บุคลากรเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของธุรกิจ และการส่งเสริมให้บุคลากรมีสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ (Mehta & Gupta, 2014) อีกทั้งการเปลี่ยนแปลง มีความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างแรงจูงใจแรงบันดาลใจให้พนักงานทุ่มเทมุ่งมั่นในการทำงาน สร้างการทำงานเป็นทีม ขอบพัฒนาสิ่งแปลกใหม่ สร้างกระบวนการและทักษะการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Olvera et al., 2017) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงไปยังบุคลากรโดยผ่านกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง มีการจัดทำกลยุทธ์และการวางแผนการเปลี่ยนแปลงอย่างละเอียด (Augustus Dee Roberts, 2018)

การจัดการการเปลี่ยนแปลง (Change Management) กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้นมีรูปแบบที่สำคัญ 3 ประเด็นดังนี้ ประเด็นที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้าง ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง ที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยภายใน ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบต่างๆ ของโครงสร้างองค์กร เช่น ความชำนาญ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดฝ่ายและแผนกงาน การจัดสายบังคับบัญชา หรือช่วงการบังคับบัญชาใหม่ การปรับเปลี่ยนระดับการรวมอำนาจ การจัดระเบียบงาน การออกแบบงานใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนโครงสร้างโดยรวมทั้งหมดขององค์กร ประเด็นที่ 2 การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขกระบวนการทำงาน วิธีการทำงาน รวมทั้งการนำเครื่องจักร เครื่องมือใหม่ๆ ที่ทันสมัยและอัตโนมัติมาแทนที่เครื่องจักรเดิม และให้การควบคุมโดยคอมพิวเตอร์แทนการใช้พนักงาน และประเด็นที่ 3 การเปลี่ยนแปลงคน ซึ่งผู้บริหารจะต้องพยายามปรับเปลี่ยนพนักงานในด้านต่างๆ เช่น ทักษะคติ ความคาดหวัง การรับรู้ และพฤติกรรม เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Robbins & Coulter, 2012) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรองค์กรมักจะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ 4 ประการ ดังนี้ ประการที่ 1 การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือระบบผลิต ประการที่ 2 การเปลี่ยนแปลงผลผลิต ประการที่ 3 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และประการที่ 4 การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมหรือคน ซึ่งเมื่อองค์กรต่างต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อทั้งด้านลบและด้านบวกต่อบุคลากรในองค์กรและเกิดการต่อต้านเสมอ (Daft, 2008) รวมถึงโครงสร้างขององค์กรที่มีความยืดหยุ่น และการมีทีมงานที่สามารถทำหน้าที่ที่หลากหลายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรกำลังดำเนินการทำงานเพื่อพัฒนานวัตกรรมในองค์กรต่อไป (Gomes & Wojahn, 2015)

แนวความคิดด้านการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organizational Change) การยอมรับการเปลี่ยนแปลงเป็นประเด็นที่สำคัญ เพราะปัจจุบันองค์กรต้องดำเนินการอยู่ใน สิ่งแวดล้อมที่เป็นพลวัตมากขึ้นการแข่งขันรุนแรงขึ้นและความต้องการทางสังคมจะเพิ่มขึ้นอย่างมากด้วย เมื่อคลื่นลมแรง คือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มีความไม่แน่นอนและเป็นพลวัต ผู้บริหารต้องมีความคล่องตัวพร้อมปรับตัวให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลง และปรับวิถีชีวิตให้เป็นโอกาส เพื่อให้ องค์กรเติบโตได้ในทุกสถานการณ์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้น เป็นการเปลี่ยนแปลงคน เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ผู้บริหารต้องเป็นดำเนินการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว นอกจากนี้ โดยปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น ได้แก่ 1) ปัจจัยภายนอก เช่น การเมืองโลก สถานการณ์ตลาด กฎระเบียบทางราชการ เทคโนโลยี ตลาดแรงงาน เศรษฐกิจโลก การแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงแนวความคิดในการจัดการ มีแนวความคิด ใหม่ ๆ นวัตกรรมใหม่อยู่ตลอดเวลา 2) ปัจจัยภายใน เช่น การดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงจากการมีกลยุทธ์ใหม่ ๆ พนักงานขององค์กรที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการนำเครื่องจักรใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ซึ่งก่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางกระบวนการผลิต การใช้แรงงาน ต้นทุนการผลิต (Robbins & Coulter, 2008)

การที่หน่วยงานจะประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ในสถานการณ์ของความเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว ขึ้นอยู่กับการค้นพบสิ่งใหม่ๆ การคิดสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรม จากแบบเดิมที่มุ่งเน้นการสั่งการสายการบังคับบัญชาจากบนลงล่าง ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ควบคุมสั่งการ และวางแผนการทำงานทั้งหมด โดยเปลี่ยนเป็นลักษณะองค์กรที่เน้นการส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาได้ เพราะความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นภายในองค์กรที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Adams, Bessant & Phelps, 2006)

เมื่อองค์กรเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงมักส่งผลกระทบต่อทั้งทางลบและทางบวกต่อคนในองค์กร และมักมีการต่อต้านเสมอ (Robbins & Coulter, 2008) พนักงานต่อต้านการเปลี่ยนแปลงด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้ 1) ความกลัวการสูญเสียประโยชน์ส่วนตน เพราะพนักงานมักจะเคยชินกับการทำงานที่ตนเองทำอยู่ และมองว่าการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่เข้ามาคุกคามซึ่งทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานใหม่ และโดยทั่วไปพนักงานมีแนวโน้มที่จะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว 2) ความกลัวสิ่งที่ตนเองไม่รู้ เพราะการเรียนรู้สิ่งใหม่ ทำให้รู้สึกกังวลว่าจะสามารถทำงาน ในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายใหม่ หรือทำงานในระบบใหม่ได้หรือไม่ 3) ความเชื่อที่ต่างกัน พนักงานอาจจะไม่เชื่อว่า การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารนั้น เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง และ 4) การขาดความเชื่อถือในตัวผู้บริหาร ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสงสัยในเจตนาที่แท้จริงของผู้บริหารในการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ (Ash, 2009) กระบวนการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การละลายพฤติกรรมเดิม (Unfreezing) เป็นขั้นตอนการเตรียมการไปสู่การเปลี่ยนแปลง โดยการเพิ่มแรงขับเคลื่อน การสร้างแรงจูงใจให้พนักงานเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมใหม่ที่ฝ่ายบริหารต้องการ เป็นความพยายามลดแรงต้านของพนักงานที่จะทำงานตามแบบเดิมไม่ยอมเปลี่ยนแปลง โดยการให้ข้อมูลแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่เพื่อให้พนักงานตระหนักถึงความจำเป็นขององค์กรที่ต้อง เปลี่ยนแปลง 2) การเปลี่ยนแปลง (Changing) ไปสู่ดุลยภาพใหม่ เป็นการดำเนินการปรับปรุงระบบ ขั้นตอน สินค้า บริการ หรือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ฝ่ายบริหารกำหนดเพราะการเปลี่ยนแปลงหมายถึงการที่พนักงานต้องเรียนรู้ และต้องทำในสิ่งที่ต่างไปจากเดิม ในขั้นตอนนี้ องค์กรต้องให้ข้อมูลใหม่ รูปแบบพฤติกรรมใหม่ กระบวนการใหม่ หรือวิธีการทำงานแบบใหม่แก่พนักงาน และ 3) การรักษาการเปลี่ยนแปลงให้มีความยั่งยืน หรือทำให้แข็ง (Refreezing) องค์กรต้องสร้างกลไกในการรักษาให้การเปลี่ยนแปลงคงอยู่ เพื่อช่วยให้พนักงานเกิดทัศนคติหรือ พฤติกรรมการทำงานใหม่และกลายเป็นสิ่งที่ทำเคยชิน องค์กรต้องมีการให้แรงเสริมบวกหรือสร้างแรงจูงใจ ใน รูปของรางวัลหรือเงินแก่พนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานใหม่นี้ด้วย ในขั้นตอนนี้ องค์กรสามารถใช้การสอนงาน หรือการทำตัวเป็นแบบอย่างที่ดีของหัวหน้างาน และฝ่ายบริหาร (Robbins & Coulter, 2008) ในกระบวนการวางแผนของการเปลี่ยนแปลงนั้นผู้นำ การเปลี่ยนแปลง (Transformational Leaders) จะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพที่โดดเด่น (Higgs & Rowland, 2011) แสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leaders) ของผู้บังคับบัญชาโดยตรงมีส่วนน้อยที่จะมีการวางแผนกระบวนการของการเปลี่ยนแปลง แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการแบบฉุกเฉินของการเปลี่ยนแปลง สำหรับในบริบทที่ไม่ใช่ระบบราชการเท่านั้น (Joris van der Voet, 2013) ความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ มีผลในเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ และนวัตกรรม ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง (Sebnem Aslana et al, 2011) ผู้นำต้องเห็นคุณค่าและประโยชน์จากโอกาสในการเพิ่มคุณลักษณะ ทักษะและพฤติกรรม รวมถึงการ พัฒนาทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็นและสอดคล้องกับภาวะผู้นำด้วย นอกจากนั้นผู้นำต้องสามารถปรับตัวให้เหมาะสม กับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและไม่แน่นอนด้วยความ

มุ่งมั่นและอย่างมีคุณธรรม นอกจากนั้นผู้บริหารต้องบูรณาการแนวความคิดทฤษฎีของภาวะผู้นำทั้งทฤษฎีเชิงคุณลักษณะผู้นำ ทฤษฎีเชิงพฤติกรรมของผู้นำ และทฤษฎีผู้นำเชิงสถานการณ์ ยุคส์ (Yukl, 2010) ซึ่งสอดคล้องแนวคิดภาวะผู้นำร่วมสมัยว่า ผู้นำที่ประสบความสำเร็จต้องมีภาวะผู้นำเชิงบูรณาการโดยใช้แนวความคิดทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม และภาวะผู้นำตามสถานการณ์ในการจูงใจผู้ตาม รวมถึงพัฒนา และแก้ไขปัญหาขององค์กรเพื่อให้การบริหารเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยสรุปจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ด้านภาวะผู้นำ สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำ ที่สำคัญได้คือการมีศักยภาพด้านการชี้นำ แนวทางการตัดสินใจ การแก้ปัญหา การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ตาม (Achua & Lussier, 2010) รวมถึงการสื่อสารองค์กรเป็นเครื่องมือขององค์กร ในการชี้นำกิจกรรมการสื่อสารทั้งหมดของขององค์กร รวมถึงการแนะนำแนวทางการสื่อสารของหน่วยงานอื่น ๆ ภาพลักษณ์ขององค์กร ความสัมพันธ์กับภายนอกและภายในองค์กร (Görkem, 2014) การสื่อสารที่จะช่วยขจัดปัญหาการต่อต้านของพนักงานประกอบด้วย การที่องค์กรโน้มน้าวใจให้พนักงานเกิดความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดีกว่าการที่องค์กรไม่ทำอะไร การทำให้พนักงานมั่นใจว่าองค์กรจะให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาทักษะที่จำเป็น ตลอดจนการมีวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การสื่อสารต้องเปิดกว้าง รวมถึงองค์กรมีการสื่อสารกับพนักงานอย่างตรงไปตรงมาและสม่ำเสมอ (Elving, 2005 ; Lewis, Schmisser, Stephens & Weir, 2006) ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในประเด็นการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม พบว่า การทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกความเป็นผู้ประกอบการ องค์กรต้องสนับสนุนให้พนักงานทำงานและแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสทำงานร่วมกัน พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอยู่เสมอ และส่งเสริมให้พนักงานสร้างนวัตกรรมใหม่ คิดค้นและปรับปรุงการทำงานด้วยตนเอง (Metha & Gupta, 2014) และสอดคล้องกับงานวิจัยและพบว่าการศึกษารื่องวัฒนธรรมองค์กร หากองค์กรใดมีวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นความเป็นส่วนรวม จะช่วยทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Ziyae, 2016)

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการเปลี่ยนแปลงกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เนื่องจากลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วย การจัดการโครงสร้างองค์กร การจัดการเทคโนโลยี การจัดการระบบการผลิต และการจัดการวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด โดยที่การดำเนินการต่างๆ เพื่อลดผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการปรับตัวและการยอมรับ และสร้างศักยภาพใหม่ๆ เพื่อรองรับให้การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างเพื่อให้ได้ผลตามเป้าหมายที่วางไว้ทั้งในด้านโครงสร้างองค์กร เทคโนโลยี การผลิต รวมถึงวัฒนธรรมขององค์กร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอันนำไปสู่ความได้เปรียบสูงสุด

2. การพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร
อิทธิพลของการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านการพัฒนาปัจเจกบุคคล ด้านการพัฒนาอาชีพ และด้านการพัฒนาทางสังคม

2.1 การพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่และเป็นองค์ประกอบสำคัญของแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในด้านของศักยภาพของทุนมนุษย์ โดยการใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเป็นการสร้างการเติบโตจากฐานของภูมิปัญญาในการสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะองค์กรธุรกิจที่มีทุนมนุษย์ที่มีสมรรถนะสูงนั้นจะเป็นองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ และนอกจากนี้ทุนมนุษย์สามารถสร้างทุนทางปัญญาให้กับบุคลากรได้และมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ (Intan Soraya & Chew, 2010), (Chiang & Shih, 2011) ดังนั้นการที่องค์กรจะพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีศักยภาพได้นั้น จะต้องมีการวางแผนอย่างมีชั้นเป็นระบบที่ชัดเจนและต้องได้รับการพัฒนาแบบเฉพาะเจาะจงจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Rosdi & Harris, 2011) ดังนั้นในปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากเป็นภาคส่วนอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดทิศทาง กำหนดกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในภาพรวมและภาพรายย่อยสาขา เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของกระแสโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งประกอบไปด้วยการสร้างคุณค่าต่างๆ ด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยีรวมถึงการปรับศักยภาพหลักของไทยโดยให้มีความสอดคล้องกับความต้องการในระดับสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังต้องสร้างความสมดุล สร้างความเกื้อหนุนของการพัฒนาด้านทุนมนุษย์ ซึ่งจะนำมาสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมไทยได้อย่างยั่งยืน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564) อีกทั้งในการการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม จึงต้องมีในเรื่องของศักยภาพของทุนมนุษย์ในองค์กร ในความสามารถในการปรับตัวขององค์กรอย่างเป็นพลวัต ทั้งนี้เพื่อให้ตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Craciun, 2015; Prunea, 2014) รวมไปถึงความสามารถเชิงพลวัตจากการใช้ทรัพยากรขององค์กรจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานและสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (Chien, Tsai, 2012) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการออกแบบกิจกรรมเพื่อพัฒนาพนักงานในองค์กรให้มีความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานที่ดีประกอบด้วยการฝึกอบรมการวางแผนและพัฒนาอาชีพ การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Mondy & Noe, 2005) การมุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อเพิ่มทุนมนุษย์ (learning orientation) การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นแนวคิดที่ใช้สำหรับการพัฒนาองค์กร ซึ่งการเรียนรู้ควรจะให้ความสำคัญกับ ทรัพยากรภายในที่ถือว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่า การเรียนรู้จึงเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนเพื่อให้มีการทำงานไปสู่เป้าหมายในอนาคตได้อย่างรวดเร็วคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ มองเห็นปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาด่าง ๆ นั้นได้ด้วยวิธีการแปลกใหม่ มีการวางแผนอย่างรอบคอบ (Senge, 2006) รวมถึงการส่งเสริมให้มีการวางแผนการเรียนรู้ที่มีความทันสมัยจะทำให้ องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด (Rupcic et al. (2010) รวมถึงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเกิดจากการได้รับค่าตอบแทน รวมถึงความปลอดภัย ความมั่นคงในการทำงานสภาพแวดล้อม หน้าที่ที่รับผิดชอบ การแสดงออก ความต้องการพื้นฐาน ความมีอิสระในการทำงานนอกจากนี้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติ งานวัดจากความพึงพอใจในงาน ประกอบด้วย การบรรลุความต้องการ ความรู้สึกโดยรวม และทัศนคติ (Nadarajah et al. 2012, Abdullah et al. 2013)

ทุนมนุษย์เป็นองค์ประกอบหนึ่งของทุนทางปัญญา โดยที่ทุนทางปัญญาประกอบด้วย 1) ทุนมนุษย์ 2) ทุนโครงสร้าง และ 3) ทุนลูกค้า โดยที่ทุนมนุษย์เป็นสินทรัพย์ส่วนบุคคลที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะ

สามารถสร้างคุณค่า สร้างคุณประโยชน์ให้แก่องค์กร รวมถึงการพัฒนาทุนมนุษย์นั้นจึงมีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มผลการดำเนินงานให้กับองค์กร ได้แก่ การเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้กับองค์กร การเพิ่มความสามารถในการชำระหนี้ การจัดการสินทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพให้กับองค์กร รวมถึงความสามารถในการพัฒนาด้านอื่น ๆ ขององค์กร ต่อไปในอนาคต (Lv & Han, 2015) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ได้ศึกษาผลกระทบของทุนมนุษย์ที่มีต่อผลการดำเนินงานองค์กรโดยมีความพึงพอใจของพนักงานในองค์กรเป็นตัวแปรกลาง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับพนักงานจำนวน 3 องค์กรใน ประเทศปากีสถาน ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ การลงทุนในทุนมนุษย์คือการพัฒนาและการฝึกอบรมเป็นตัว แปรอิสระ ผลการดำเนินงานองค์กรเป็นตัวแปรตาม และความพึงพอใจของพนักงานเป็นตัวแปร กลางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ผลการวิจัยพบว่า การลงทุนในทุนมนุษย์มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานองค์กร โดยมีความพึงพอใจของพนักงานเป็นตัวแปรกลาง ความสัมพันธ์ของทั้ง 2 ตัวแปร โดยผลการศึกษายืนยันว่าองค์กรควรให้ความสำคัญในการพัฒนา และฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามแผนที่ได้วางไว้ และการฝึกอบรมนี้ทำให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Awan & Sarfraz, 2013)

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ พบว่า อิทธิพลการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ในด้านการพัฒนาปัจเจกบุคคล การพัฒนาอาชีพ และการพัฒนาทางสังคม ดังนี้ที่ชี้ให้เห็นว่า ปัจจุบันภาคอุตสาหกรรมมีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเนื่องจากเป็นภาคที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดกระบวนการและทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในภาพรวม และรายสาขา ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของกระแสโลกอันประกอบไปด้วยการสร้างคุณค่า ด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้และเทคโนโลยีรวมถึงปรับศักยภาพหลักของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการในระดับโลกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังต้องสร้างความสมดุล และความเกื้อหนุนของการพัฒนาด้านทุนมนุษย์อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมไทยได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564) องค์กรที่ต้องการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานจะต้องเริ่มจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ที่มีความคิดริเริ่ม เข้าใจและมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน (Khalid et al., 2014) รวมถึงทุนมนุษย์สามารถสร้างทุนทางปัญญาและมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมได้ (Chiang & Shih, 2011) อีกทั้งพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของผู้บริหารเป็นตัวอย่างที่ดี เป็นต้นแบบในการริเริ่มการเปลี่ยนแปลงสร้างแรงจูงใจ และเป็นการกระตุ้นการมีส่วนร่วมให้พนักงานร่วมคิดค้นสิ่งใหม่ๆ รวมถึงการมีวิถีปฏิบัติงานที่สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายหรือลดต้นทุนได้ อีกทั้งการให้ความสำคัญกับพนักงานสำหรับผู้ที่คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ได้สำเร็จ ซึ่งเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร (Marcus Price, 2017)

รวมถึงการที่องค์กรการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดการทรัพยากรบุคคลการทำงานในองค์กรที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีขึ้นนั้น การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของคุณภาพบุคลากรด้วยการสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมเสริมสร้างความรู้และทักษะใหม่ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำงานตามตำแหน่งและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติงานของตนและสามารถปฏิบัติงานทดแทนในตำแหน่งอื่นๆ ได้ (Putri & Aprilia, 2019) อีกทั้งการสร้างความสำเร็จเปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม จึงต้องมีศักยภาพของทุนมนุษย์ในองค์กร และความสามารถในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกและความก้าวหน้าของเทคโนโลยี

(Craciun, 2015) โดยองค์กรที่ต้องการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานจะต้องเริ่มจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ยุคใหม่ที่มีความคิดริเริ่มเข้าใจและมีความพร้อมในการปฏิบัติงาน (Muhammad Maqsood Khalid, Chaudhry Abdul Rehman & Muhammad Ashraf, 2014) การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารจัดการองค์กรยุคใหม่และเป็นองค์ประกอบสำคัญ ของแผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทยด้านศักยภาพของทุนมนุษย์ โดยการใช้ภูมิปัญญาเพื่อสร้างให้เกิด นวัตกรรม และมูลค่าเพิ่ม เป็นการสร้างการเติบโตจากฐานของภูมิปัญญา ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน เพราะองค์กรที่มีทุนมนุษย์ที่มีสมรรถนะสูงจะเป็นองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน นอกจากนี้ศักยภาพของทุนมนุษย์สามารถสร้างทุนทางปัญญาและมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (Chiang & Shih, 2011) อีกทั้งความสามารถเชิงพลวัตจากการใช้ทรัพยากรขององค์กรนั้นจะมีอิทธิพลทางบวก ต่อผลการดำเนินงานและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร (Chien & Tsai, 2012) รวมถึงการพัฒนาความสามารถหลักของบุคลากรในองค์กรจะทำให้เห็นคุณค่าและการนำความรู้มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างโอกาสในผลิตภัณฑ์ใหม่อย่าง ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างและนวัตกรรมใหม่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร (Chatterji & Patro, 2014 ; Wilden & Gudergan, 2015)

จากการศึกษาแนวคิดผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการพัฒนาบุคคลที่เกี่ยวกับการพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้เกิดผลในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นเป็นการพัฒนารายบุคคลเห็นผลได้ในระยะสั้น รวมถึงการพัฒนาอาชีพที่เป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลให้มีคุณค่าและ ที่เกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงาน และรวมถึงการพัฒนาทางสังคมด้านมนุษยสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ทีมงานที่สามารถช่วยให้เกิดความสำเร็จในฝ่ายงานแต่ละฝ่ายงานในการร่วมกันในการปฏิบัติงาน มีทักษะ ความรู้ความสามารถ เก่งทั้งงาน เก่งทั้งคน ก็จะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้องค์กรประสบความสำเร็จได้

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทุนมนุษย์กับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เนื่องจากลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การพัฒนาปัจเจกบุคคล การพัฒนาอาชีพ และการพัฒนาทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด โดยที่การดำเนินการต่างๆ จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาปัจเจกบุคคล การพัฒนาอาชีพ และการพัฒนาทางสังคม เพื่อให้เกิดศักยภาพการพัฒนาทุนมนุษย์ที่บุคลากรที่มีสมรรถนะสูงจะเป็นองค์กรที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนนอกจากนี้ทุนมนุษย์สามารถสร้างทุนทางปัญญาและมีความสามารถในการกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

3. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

อิทธิพลของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดประกอบด้วย การร่วมมือทรัพยากรของธุรกิจ และด้านการจัดการความรู้ของความคิดสร้างสรรค์ใหม่

3.1 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะส่งผลทำให้การดำเนินการมีต้นทุนที่ถูกลงและมีความผิดพลาดที่น้อยลงอีกทั้งการสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยการสร้างพันธมิตรที่มาสสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเกิดการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรของธุรกิจธุรกิจระดับสากลได้ (Harimukti, Harm-Jan, & Aard, 2018) รวมถึงความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการดำเนินธุรกิจ การให้การสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น จึงทำให้ต้องมีพันธมิตรในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ รวมไปถึงกลุ่มลูกค้านั้นในการขยายธุรกิจและเพื่อความอยู่รอดขององค์กร (Jeongeun, Tae-Eung & Hyun-Woo, 2018) แนวทางในการที่ธุรกิจการจะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจได้นั้นจะมีองค์ประกอบด้านความสามารถขององค์กร 3 ด้าน คือ ด้านการค้นหาคู่ค้ารายใหม่ ด้านประสานงานกับพันธมิตร และด้านเรียนรู้จากประสบการณ์พันธมิตร (Kang et al., 2014) เทคโนโลยีจะช่วยในการพัฒนาพันธมิตรคู่แข่ง ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการทำกำไรให้กับองค์กร และระหว่างองค์กรเป็นประเด็นที่น่าสนใจเนื่องจากองค์กรต้องมีการแข่งขันกันและพร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการดำเนินการร่วมกันในรูปแบบพันธมิตรเพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้นในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ประกอบการผ่านการร่วมมือด้านพันธมิตรเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ทำหายสำหรับคู่ค้าพันธมิตรที่ต้องติดตามสถานการณ์หลังจากร่วมมือสร้างพันธมิตรแล้ว การตรวจสอบสถานะของความสร้างสรรค์ความเสี่ยงและความเป็นมืออาชีพในกลุ่มพันธมิตรสามารถช่วยให้ประเมินประสิทธิภาพเพื่อการตัดสินใจร่วมมือด้านพันธมิตรได้อย่างถูกต้องมากขึ้น (Rezazadeh & Mahjoub, 2016) อีกด้านของความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเป็นลักษณะการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของห่วงโซ่อุปทานสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ ที่ออกสู่ตลาด เมื่อผู้ผลิตในต่างประเทศทำให้ผู้ประกอบการในประเทศปลายทางต้องมีความรวดเร็วในการจัดหามาเพื่อการจำหน่ายผู้ประกอบการรายใดตอบสนองความต้องการด้านนี้ได้เร็วกว่า ก็ถือว่ามีความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Deelen et al., 2018)

การจัดการความรู้ประกอบด้วย การเปลี่ยนความรู้ที่มีอยู่ในตัวของบุคคลไปเป็นข้อมูลที่สามารถถอดรหัสได้ ซึ่งมีความเหมาะสมต่อการเก็บรักษาและถ่ายทอดด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ความรู้ไปให้แก่สมาชิกหรือกลุ่มที่สามารถเข้าถึงได้ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการแบ่งปันความรู้จะเป็นการเผยแพร่ความรู้ไปสู่คนจำนวนมากขึ้นแต่การมีเพียงข้อมูลก็ยังไม่เพียงพอควรจะต้องมีการนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ให้เห็นเป็นประโยชน์และเพิ่มข้อมูลให้มีจำนวนมากขึ้นการจัดการความรู้จะต้องเป็นเสมือนการเรียนรู้ของสมาชิกในทีมงานเดียวกัน ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติเป็นกิจวัตร (routine-based) (Peinl & Maier, 2011) บทบาทสำคัญของการส่งเสริมให้มีการแบ่งปัน และถอดรหัสความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม นอกจากนี้ความรู้ที่ได้มีการอธิบายไว้แล้วจะเป็นความรู้ที่จำเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์นวัตกรรม วิจัยและพัฒนาขององค์กรธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมการทำงานแบบร่วมมือกันซึ่งประกอบด้วย ความสามารถของลูกค้าและพนักงานที่ร่วมกันแบ่งปันความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรก็จะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุผลสำเร็จในการดำเนินงานและให้ประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และการจัดการความรู้ยังสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กร ด้านคุณค่ากับการแสวงหาความรู้ และการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับกระบวนการและแผนการทำงานซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กรนั้นๆ (Andreeva & Kianto,

2011) บทบาทสำคัญของการส่งเสริมให้มีการแบ่งปัน และถอดรหัสความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม นอกจากนี้ความรู้ที่ได้มีการอธิบายไว้แล้วจะเป็นความรู้ที่จำเป็นอย่างมากในการสร้างสรรค์นวัตกรรม วิจัยและพัฒนาขององค์กรธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมการทำงานแบบร่วมมือกันซึ่งประกอบด้วย ความสามารถของลูกค้าและพนักงานที่ร่วมกันแบ่งปันความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรก็จะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถบรรลุผลสำเร็จในการดำเนินงานและให้ประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม และการจัดการความรู้ยังสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กร ด้านคุณค่ากับการแสวงหาความรู้ และการนำมาใช้ให้เหมาะสมกับกระบวนการและแผนการทำงานซึ่งส่งผลต่อการปฏิบัติงานขององค์กรนั้นๆ ซึ่ง (Andreeva & Kianto, 2011)

มีมุมมองว่าความรู้จะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อความรู้นั้นได้รับการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปรับตัวหรือการทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน ดังนั้นการเรียนรู้และการสร้างสรรค์เป็นพลังที่แตกต่างกันแต่ส่งเสริมซึ่งกันและกัน การสร้างสรรค์ (Inventing) เป็นกระบวนการของการยกเลิกความสัมพันธ์ต่อเนื่องที่มีมาแต่เดิม ส่วนการเรียนรู้เป็นกระบวนการของการสร้างความสัมพันธ์ต่อเนื่องใหม่ๆ และอาจรับเอาภิกษุณิสัยและความเชื่อที่มีมาแต่เดิมด้วย (Basadur & Gelade, 2006) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ พบว่า อิทธิพลการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ในด้านการให้ความสำคัญกับการร่วมมือกันในด้านทรัพยากรของธุรกิจ และการจัดการความรู้ของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ดังนี้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันทำให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการกระบวนความคิดการสร้างสรรค์และการพัฒนา โดยการร่วมมือกันในการพัฒนานั้นสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ (Lin et al., 2010) และสอดคล้องกับงานวิจัย ที่ชี้ให้เห็นถึงการร่วมมือกันอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีจุดเด่น แตกต่างแปลกใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเป็นที่ยอมรับโดยต้องมีการทำงานร่วมกันจากหลายฝ่ายทั้งจากหน่วยงานภายนอกและภายในองค์กร (Tan & Tracey, 2007) และยังสอดคล้องกับงานวิจัย ที่พบว่าความร่วมมือระหว่างทีมงาน ฝ่ายเดียวกันหรือระหว่างฝ่าย (Cross Function Team) ถือเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมใหม่ เนื่องจากการประสานงานการสื่อสารระหว่างฝ่ายจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการเรียนรู้ซึ่งกันและกันช่วยให้กระบวนการตัดสินใจรวดเร็วขึ้น (Troy et al., 2008) ปัจจัยการจัดการความรู้ของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการคือการมีความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการและผู้บริหารระดับสูงยุคใหม่จะต้องมีทักษะในการติดต่อผู้คน สร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางการค้ามีความรู้ความเข้าใจทางการตลาดและมีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้ถึงจะบริหารธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ (Rose, Kumar & Yen, 2006) ยังสอดคล้องกับงานวิจัย พบว่ากระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจคือการกำหนดความรู้ที่ชัดเจน การประมวลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพราะเมื่อธุรกิจมีกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี จะสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากคู่พันธมิตรไปเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตรให้ดีขึ้นได้ (Kale & Singh, 2007) การเป็นนวัตกรรมที่สามารถสรุปได้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ก็คือ การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ หมายความว่า สิ่งที่จะถือเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานของการพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบ การทำซ้ำ (Schilling, 2008) และสอดคล้องกับงานวิจัย พบว่า ความรู้จะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อความรู้นั้นได้รับการนำไปใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปรับตัว

หรือการทำให้เกิดความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน ดังนั้นการเรียนรู้และการสร้างสรรค์เป็นสองส่วนสำคัญของกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้และการสร้างสรรค์เป็นพลังที่แตกต่างกันส่งเสริมซึ่งกันและกัน การสร้างสรรค์ (Inventin) เป็นกระบวนการของการยกเลิกความสัมพันธ์ต่อเนืองที่มีมาแต่เดิม ส่วนการเรียนรู้เป็นกระบวนการของความสัมพันธ์ต่อเนืองใหม่ๆ และอาจรับเอากิจนิสัย และความเชื่อที่มีมาแต่เดิมด้วย (Basadur & Gelade (2006) อีกทั้งการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถปรับตัวได้ดีขึ้น เขากล่าวว่าความเป็นไปได้ขององค์กรที่รับเอานวัตกรรมมาใช้จะมีโอกาสเพิ่มขยายขนาดขององค์กรหรือขยายระดับของความซับซ้อนและระดับของความชำนาญเฉพาะทางและหรือสมาชิกที่มีส่วนร่วมในเครือข่ายที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามเป็นทางการและขยายเครือข่ายออกไปอย่างกว้างขวางมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามก็อาจเป็นไปได้ที่องค์กรซึ่งรับนวัตกรรมมาใช้ อาจจะต้องลดระดับของการทำงานอย่างเป็นทางการ หรือระดับของการบริหารที่รวมอำนาจเข้าสู่ศูนย์กลาง (centralization) องค์กรซึ่งรับเอานวัตกรรมมาใช้จะมีโอกาสเพิ่มจำนวนข้อมูลที่น่ามาใช้งาน คุณภาพของข้อมูลและคุณค่าของข้อมูลที่ตนเองมีอยู่ ยิ่งองค์กรมีศักยภาพในการรับข้อมูลมากเท่าใดองค์กรนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะยอมรับนวัตกรรมมากขึ้นเท่านั้นและการที่องค์กรได้ให้ความสนใจมากขึ้นต่อการสร้างบรรยากาศและการสร้างสรรค์นวัตกรรมภายในองค์กรการที่องค์กรได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าแปลกใหม่และมีคุณภาพสูงในสายตาของผู้ที่นำเอานวัตกรรมมาใช้ (adopter) การนำเอาประสบการณ์เดิมที่เคยมีมาใช้ให้เป็นประโยชน์หรือการหลอมรวมวิทยาการต่างๆ (synergy) ได้ง่ายกว่าคู่แข่งของตน ประเด็นเหล่านี้ย่อมจะส่งผลดีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจนั้นๆ (Allameh & Abbas, 2010)

จากที่กล่าวมาผู้วิจัยสรุปได้ว่า ศักยภาพการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจแบบสร้างสรรค์ หมายถึง ศักยภาพการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกิจกรรมในการร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรร่วมของพันธมิตร โดยที่เป็นการใช้ร่วมกันทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์หรือจุดเด่นขึ้นมาโดยมีเครือข่ายพันธมิตร และทำการส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันแต่ละที่โดยการมีการเลือกสรรและนำทรัพยากรแต่ละที่มาเสริมกันในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีความสัมพันธ์กันและในการดำเนินการร่วมกันระหว่างเครือข่าย และการจัดการความรู้ของความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ที่เป็นการจัดการความรู้ที่เป็นการแลกเปลี่ยนแนวคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ความรู้ใหม่ มุมมองใหม่ ประสบการณ์ใหม่ ที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนารูปแบบของความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ หรือการจัดการความรู้ใหม่ ที่เกิดขึ้นในระหว่างองค์กรโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งทำให้เป็นฐานของการพัฒนาและสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในธุรกิจ

จากการศึกษาแนวคิดผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของว่า การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็น การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกิจกรรมในการร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรร่วมของพันธมิตร โดยที่เป็นการใช้ร่วมกันทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์โดยมีเครือข่ายพันธมิตร และทำการส่งเสริมทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันแต่ละที่ การมีความสัมพันธ์กันและในการดำเนินการร่วมกันระหว่างเครือข่าย และการจัดการความรู้สร้างสรรค์ใหม่ ที่เป็นการจัดการความรู้ที่เป็นการแลกเปลี่ยนแนวคิดใหม่ ความรู้ใหม่ มุมมองใหม่ ที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนารูปแบบของความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่หรือการจัดการความรู้ใหม่ ที่เกิดขึ้นในระหว่างองค์กรโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งทำให้เป็นฐานของการพัฒนาและสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นในองค์กร

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร เนื่องจากลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจซึ่งประกอบด้วย ความร่วมมือทรัพยากรของธุรกิจ และการจัดการ

ความรู้สร้างสรรค์ใหม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด เพื่อให้การดำเนินการนำทรัพยากรแต่ละที่มาเสริมกันในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีความสัมพันธ์กันในการดำเนินการร่วมกันระหว่างเครือข่าย และการจัดการความรู้สร้างสรรค์ใหม่ ที่เป็นการจัดการความรู้ที่เป็นการแลกเปลี่ยนแนวคิดใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ความรู้ใหม่ มุมมองใหม่ที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาการของความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่เพื่อพัฒนาองค์กรไปสู่ความเป็นองค์กรนวัตกรรมและทำให้องค์กรมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขึ้นได้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดที่มีความสมบูรณ์ในเชิงวิชาการ ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนวรรณกรรมรวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด โดยได้วิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด (Innovation Management)

ความสามารถด้านโลจิสติกส์ทรัพยากรเป็นสิ่งที่อยู่จำกัด การวางแผนการควบคุมให้ใช้ได้เป็นอย่างดี ประโยชน์สูงสุดเป็นสิ่งที่จำเป็น จากจุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดสิ้นสุดที่สินค้าและบริการนั้น ๆ ส่งถึงผู้บริโภค ควรมีเครื่องมือการจัดการโลจิสติกส์ ดังนี้ 1) งานด้านบริการลูกค้า เป็นการให้บริการในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจ 2) การขนส่งสินค้า เป็นการเลือกวิธีการในการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยกิจกรรมนี้เป็นส่วนประกอบหลักในกระบวนการโลจิสติกส์ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งกำเนิดสู่จุดที่มีการบริโภค รวมทั้งการนำสินค้ากลับคืน 3) การไหลของข้อมูลกับกระบวนการจัดการคำสั่งซื้อ การนำข้อจากคำสั่งซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้บริโภค มาเชื่อมโยงกับระบบข้อมูล และทำการส่งมอบสินค้าหรือบริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถส่งมอบได้ตรงตามเวลาและความต้องการ (ไพฑูรย์ กำลั้งดี, 2562)

อีกทั้งแนวความคิด การเชื่อมโยงระบบการตลาดและระบบโลจิสติกส์ เป็นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในกิจกรรมต่างๆ ของการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ หากมองแนวคิดของโลจิสติกส์ ซึ่งถือเป็นงานบริหารจัดการความต้องการของความต้องการซื้อ และความต้องการขาย ซึ่งการพัฒนาในยุคโลจิสติกส์ 4.0 จะช่วยให้ช่องว่างระหว่างโซ่อุปทานสั้นลง ผู้ผลิตสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้น การพัฒนาประสิทธิภาพระหว่างโซ่อุปทานสูงขึ้น ภาคโลจิสติกส์ต้องแข่งขันกันด้วยความสามารถในการบริหารจัดการ Demand and Supply ส่วนภาคธุรกิจการค้าต้องเข้าถึงและตอบโต้ความต้องการของลูกค้าด้วยวิถีทางการตลาดเพื่อส่งผ่านคุณค่าของสินค้าสู่ผู้บริโภค สิ่งที่ต้องให้ความสนใจคือ ผู้ประกอบการไทยพร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันในยุคนี้แล้วหรือไม่ เพราะหากผู้ประกอบการไทยสามารถปรับใช้แนวคิด และพัฒนาการของ Industrial 4.0 และ Logistics 4.0 และ Marketing 4.0 ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ จะก่อให้เกิดประโยชน์และมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ ทั้งยังสามารถยืนหยัดแข่งขันกับคู่แข่งในเวทีโลกได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดใหม่ โดยมองว่าการเติบโตของระบบคือการเติบโตของธุรกิจ (Kasuwat, 2016)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงผลลัพธ์ของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานองค์กร โดยได้วิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา

1. ผลลัพธ์ของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

เป็นกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่สร้างความยั่งยืนให้กับองค์กร โดยการจัดการดังกล่าวสามารถช่วยพัฒนาองค์กรไปสู่ “กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร” ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรในยุคปัจจุบันต้องให้ความสำคัญซึ่งจะเป็นแนวทางให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ตลอดจนถึงส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

1.1 กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่มีต่อความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) การสร้างความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากการดำเนินการกลยุทธ์ที่เพิ่มมูลค่าและสร้างประโยชน์ให้กับบริษัท ความสามารถในการแข่งขันสามารถทำได้โดยใช้ทรัพยากรหรือกลุ่มของทรัพยากรภายในบริษัท แต่จะได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรได้นั้น (Barney, 1991) และในปัจจุบันความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแหล่งที่มาของความสามารถในการแข่งขัน บริษัทควรใช้ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและแสวงหาประโยชน์ที่ดีกว่าให้แก่บริษัท (Castelo & Rodrigues, 2006) ความสามารถในการแข่งขันซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากรภายในขององค์กร โดยประกอบ 4 องค์ประกอบด้วยกัน 1) ความมีคุณค่า 2) ความหายาก 3) ไม่สามารถเลียนแบบได้ และ 4) ความยั่งยืนซึ่งหมายความว่า การที่ไม่มีสินค้าและบริการที่ไม่สามารถนำมาทดแทนกันได้กับผลิตภัณฑ์ขององค์กร (Barney, 1991) องค์ประกอบความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้ง 3 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Porter, 2011) ซึ่งการบริหารลูกค้าสัมพันธ์เพื่อจัดการข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้ารายบุคคลและจัดการจุดสัมผัสลูกค้าอย่างระมัดระวังเพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้า (Kotler & Armstrong, 2018) อีกทั้ง ความได้เปรียบในการแข่งขันมี 3 ปัจจัย คือ 1. ต้นทุน คือองค์การมีการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานที่มีการใช้ต้นทุนที่ต่ำกว่า สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) คุณภาพ คือ การที่องค์กรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพที่ดี น่าเชื่อถือ ตรงตามข้อกำหนดและตามความต้องการของลูกค้า 3) การส่งมอบ คือการส่งมอบสินค้าที่ตรงเวลา ปริมาณถูกต้อง และถูกสถานที่ ส่งผลให้มีความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ รวมถึงการตอบสนองต่อลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Chamsuk et al., 2017) อีกทั้งองค์กรที่สามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้โดยกลยุทธ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองด้านทรัพยากร (Resourced-based view: RBV) (Barney, 1991) โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางสังคมและความสามารถในการแข่งขันจะเห็นได้จากชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่เพิ่มขึ้น แรงจูงใจของพนักงาน มูลค่าโดยรวมและประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นจากการจัดวางตำแหน่งของความรับผิดชอบต่อสังคมและกลยุทธ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี โดยมีนวัตกรรมและโครงการเพื่อสังคมที่มีประสิทธิภาพ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมที่ดี ผลการดำเนินงานที่เพิ่มประสิทธิภาพและการปรับปรุงการกำกับดูแลกิจการในฐานะที่องค์ประกอบเหล่านี้เป็นทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนขององค์กร (Zadek, 2005) ดังนั้นองค์กรสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้หากองค์กรอื่นไม่สามารถเข้ามาแทนที่เลียนแบบและมีคุณค่า และองค์ประกอบเหล่านี้จะมีการยอมรับจากสังคม การดำเนินการเกี่ยวกับความ

รับผิดชอบต่อสังคมควรจะให้ความสนใจกับความกลมกลืนกับความคาดหวังของสังคม ซึ่งองค์กรสามารถได้รับผลประโยชน์จากความสามารถในการแข่งขันได้โดยความรับผิดชอบต่อสังคม (Porter & Kramer, 2002) ในการดำเนินกิจการเพื่อให้ธุรกิจอยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีความสอดคล้องกับทรัพยากรและความพร้อมของธุรกิจ โดยกลยุทธ์การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้ง 3 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นการให้ผลประโยชน์ที่เท่าเทียมกันกับคู่แข่งในขณะที่มีต้นทุนต่ำกว่า กลยุทธ์ที่ 2 การสร้างความแตกต่าง(Differentiate) หมายถึงการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในตัวสินค้าและบริการที่นำมาซึ่งความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น กลยุทธ์ที่ 3 การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus) เป็นกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดนั้น ที่มีความแตกต่างในเรื่องความต้องการสินค้า รูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ สี สัน คุณภาพ และความคาดหวัง ที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง (Porter, 2011) ความสามารถในการแข่งขันมีนิยามความหมายที่แตกต่างกัน 3 ระดับ คือ ระดับองค์กร ระดับอุตสาหกรรม ระดับชาติ โดยได้เสนอนิยามของความสามารถในการแข่งขันระดับชาติ ซึ่งเป็นเป็นตัวแปรเศรษฐกิจระดับมหภาค โดยพิจารณาจากตัวชี้วัดอัตราแลกเปลี่ยนสัดส่วนการส่งออกของประเทศต่อการมีส่วนร่วมในตลาดโลก และนิยามความสามารถในการแข่งขันของเศรษฐกิจระดับจุลภาคที่มีตัวชี้วัดของรายได้และมาตรฐานการครองชีพ (Davol, Mayor & Hera, 2011) อีกทั้งการเปรียบเทียบความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจ SMES ในประเทศจีนพบว่า ตัวชี้วัดในระดับเศรษฐกิจระดับจุลภาค ประกอบด้วย รายงานของอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ ประสิทธิภาพของการลดต้นทุนการผลิต และผลกำไรที่เกิดขึ้น อัตราส่วนของการเพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมต่อจำนวนลูกจ้าง อัตราส่วนของสินทรัพย์ถาวรต่อการเจริญเติบโตในปีเทียบกับปีที่ผ่านมา อัตราส่วนของการทำกำไรกับสินทรัพย์รวมอัตราส่วนการเติบโตของยอดขายในปีเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยประเด็นที่สำคัญของระดับประเทศสะท้อนให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตัวชี้วัดของผู้ประกอบการที่เกิดจากส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ SME และตัวชี้วัดภาคอุตสาหกรรมพิจารณาจากส่วนแบ่งของการมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมต่ออุตสาหกรรมทั้งหมดในภูมิภาครวมถึงส่วนแบ่งของรายได้ของธุรกิจ SME ต่อรายได้ทั้งหมดของภูมิภาค ท้ายสุดคือส่วนแบ่งของการเพิ่มของจำนวนพนักงานทั้งหมดของธุรกิจ SME ต่อจำนวนพนักงานทั้งหมดของภูมิภาค ประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจจุดประเด็นสะท้อนให้เชิงประจักษ์ว่าผู้ประกอบการ SME และสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP มีบทบาทต่อเศรษฐกิจของประเทศและการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง (Li & Xie, 2013) รวมถึงกลยุทธ์การแข่งขันพื้นฐานในด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม ด้านการสร้าง ความแตกต่าง และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน สามารถช่วยทำให้ธุรกิจเกิดความสามารถในการแข่งขันในตลาด ช่วยเพิ่มยอดขายและสร้างกำไรให้แก่ผู้ประกอบการเนื่องจากสภาพปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจสูงมากขึ้น จึงเป็นเรื่องยากที่จะเลือกใช้ กลยุทธ์หลักเพียงกลยุทธ์เดียว โดยธุรกิจจะต้องมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน มีการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ไม่ว่าจะในด้านผลิตภัณฑ์หรือราคา เพื่อให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น การตลาดในปัจจุบันธุรกิจต้องมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เจาะจงมากขึ้น ธุรกิจใดสามารถมองเห็นความแตกต่างของบุคคลและสามารถพัฒนาในสิ่งที่แตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ก่อน ธุรกิจนั้นย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมาก หรืออาจเรียกว่า การตลาดสมัยใหม่ควรเป็นการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์และนำเสนอให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Porter, 2008)

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการแข่งขันในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยสำคัญของการที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรืออยู่รอดได้ก็คือ ผู้ประกอบการต้องดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นเพื่อหวังผลกำไรที่มีความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จด้วยการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

มีความคิดสร้างสรรค์ วางแผนดำเนินธุรกิจ บริหารจัดการบุคคลและองค์กร รวมทั้งทรัพยากรที่จำเป็นต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพค้นหาและสร้างคุณค่าทางธุรกิจโดยใช้นวัตกรรม เพื่อให้เกิดความโดดเด่นจากธุรกิจที่มีอยู่เดิม กำหนดวิสัยทัศน์นโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ และผลักดันธุรกิจให้เกิดการพัฒนานำไปสู่ความสำเร็จที่คาดหวังเหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและสังคม (Coulter, 2003)

ความสำเร็จของธุรกิจในระดับกลยุทธ์ (Strategic Goals) โดยระบุเป็น “ตัวแปร” หรือ “ผลงานสำคัญ” ดังนี้ (1) ด้านสถานภาพทางตลาด (Market Position) เป็นการวัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมายด้านฐานะการตลาด “Market Standing” ส่วนแบ่งตลาด “Market Share” ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่และบริการที่มุ่งสร้างความภักดีจากลูกค้า (Customer Loyalty) ซึ่งลักษณะของการแบ่งส่วนตลาดที่ดีประกอบด้วย การสามารถวัดได้ (Measurable) ในแต่ละส่วนตลาดต้องสามารถวัดออกมาในรูปเชิงปริมาณได้ การสามารถเข้าถึงได้ (Accessible) การสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดนั้นได้ การมีขนาดของส่วนตลาดที่ใหญ่เพียงพอ (Substantial) ในแต่ละส่วนตลาดนั้นจะต้องมีความต้องการซื้อที่มากพอ การที่สามารถดำเนินการได้ (Actionable) สามารถใช้โปรแกรมการตลาดเพื่อจูงใจได้ และการมีลักษณะแตกต่าง (Differentiable) ซึ่งเป็นส่วนตลาดที่ลูกค้ามองเห็นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่ง (2) ด้านคุณภาพ (Quality) เป็นการ รักษาและพัฒนาในระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และหรือบริการขององค์กร (Drucker, 2005)

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน พบว่า กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ในด้านการลดต้นทุน การมีมูลค่าเพิ่ม และการตอบสนองที่รวดเร็ว ดังนี้

สมรรถนะของความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจคือความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อส่งผลต่อการจัดการต้นทุนการผลิต การลดต้นทุนที่มีประสิทธิภาพและต่อภาพลักษณ์ของสินค้าและบริษัท เพื่อให้เกิดการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจให้มีผลกำไรมากที่สุด (Thomas, Theresa & Chan, 2002) ปัจจัยส่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ประกอบไปด้วยการมีกระบวนการในการทำงานที่สอดคล้องกันและสั้นกระชับรวดเร็ว เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมของธุรกิจสามารถตอบสนองกับความต้องการลูกค้าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ มีการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและคุณภาพของสินค้า สินค้าจะต้องสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้ มีความปลอดภัยในการทำงาน ไม่มีอุบัติเหตุเกิดขึ้น จะต้องมีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ระบบการจัดส่งสินค้าจะต้องตรงเวลาอย่างรวดเร็ว และมีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบสถานะได้ตลอดเวลา มีความแตกต่างทางนวัตกรรมจากคู่แข่งเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการค้าและการแข่งขัน สามารถบริหารต้นทุนการผลิตได้ดีไม่เกิดของเสียจากกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น โดยที่ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการ (ธวัช ราชศรี และคณะ, 2561) ที่ค้นพบว่าความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรผสมผสานความร่วมมือกับผู้นำวิถุติบนำมาซึ่งการสร้างนวัตกรรมกระบวนการให้เกิดขึ้น หากพิจารณาพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดการแพร่กระจายทาง (Scarbrough, 2003) ผู้ประกอบการจะสร้างความสามารถทางนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นต้องใช้กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการผลักดันบุคลากรให้เกิดความคิดสร้างสรรค์พัฒนาปรับปรุง หรือคิดสิ่งใหม่ต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพ รวมถึงการคิดหาวิธีการ

ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต กระบวนการจัดการต่าง ๆ ทำให้สร้างความแตกต่างจากเดิมทำให้ลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้การที่องค์กรให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านคุณภาพทำให้ผลิตภัณฑ์ขององค์กรเป็นที่ยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐาน (สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์, 2559)

จากการศึกษาแนวคิดผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของความสามารถในการแข่งขัน เป็นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในด้านของนวัตกรรม ด้านต้นทุน ด้านการมีมูลค่าเพิ่ม ด้านตอบสนองที่รวดเร็ว การสร้างความสามารถในการแข่งขันเกิดจากการที่บริษัทสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ หรือเป็นการนำเสนอความโดดเด่น และคุณค่าของธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ การสร้างความแตกต่างภายใต้นวัตกรรมใหม่ สามารถสร้างตลาดใหม่ภายใต้การแข่งขันใหม่ โดยไม่ต้องเข้าไปแข่งขันตลาดที่มีการแข่งขันสูง องค์กรที่สามารถปรับตัวเองเข้าได้กับสภาพแวดล้อมที่ดีนั้นจะนำมาซึ่งความยั่งยืนมากกว่าองค์กรที่ไม่สามารถปรับตัวเองได้ตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย การลดต้นทุน การมีมูลค่าเพิ่ม และการตอบสนองที่รวดเร็ว

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร นำไปสู่การทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดกับความสามารถในการแข่งขัน ในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในด้านลดต้นทุน ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบในการลดต้นทุนทางการจัดการองค์กร โดยมีการลดต้นทุน เป็นการบริหารจัดการในด้านการศึกษา ระดับของต้นทุนการผลิต ในการดำเนินงาน การเรียนรู้และประสบการณ์ในการทำงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าในการดำเนินงาน รวมถึงการมีมูลค่าเพิ่ม ที่เป็นการสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ ซึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในการผลิต การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการให้สูงเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่มีแตกต่างจากคู่แข่ง การบริการที่มีคุณค่ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และรวมถึงการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยมีความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการนำเสนอบริการใหม่ๆ การปรับปรุงบริการ รับบริการตามคำสั่งของลูกค้าและการตัดสินใจทางการบริหาร ประกอบด้วย การลดต้นทุน การมีมูลค่าเพิ่ม การตอบสนองที่รวดเร็ว

1.2 กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดบริการโดยการออกแบบบริการใหม่หรือปรับปรุงบริการที่มีอยู่ให้สามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีสาเหตุมาจากการกระจายตัวของตลาดที่เพิ่มขึ้นและความต้องการลูกค้าที่มีมากขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดบริการที่มีอยู่ส่งผลให้องค์กรทางด้านบริการมุ่งเน้นไปที่ส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าและเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่องค์กรซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป (Salunke, Weerawardena & McColl-Kennedy, 2019) ผลการดำเนินงานองค์กร (Organization Performance) เป็นผลลัพธ์ของความสำเร็จที่เกิดขึ้นสามารถทำนายความสามารถขององค์กรในเชิงการแข่งขันได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และเกิดประโยชน์สร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร อีกทั้งผลลัพธ์สามารถจับต้องและวัดผลได้ เป็นผลลัพธ์การดำเนินงานขององค์กรที่เกิดขึ้นจากกระบวนการและผลผลิตจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร โดยเชื่อมโยงกับพันธกิจ กลยุทธ์ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนด (Santos & Brito, 2012) รวมถึงองค์การธุรกิจส่วนใหญ่มีการมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมให้มีการเจริญเติบโตและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนตลอดโซ่อุปทาน แล้วมีการ

ประเมินผลการดำเนินงานด้วยการวัดผลของการดำเนินงานขององค์กรเปรียบเทียบกับศักยภาพขององค์กรตลอดโซ่อุปทาน (Sharma et al., 2017) ผลการดำเนินงานเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร การปรับปรุงสภาพการทำงานการเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของพนักงาน การลดความไม่พึงพอใจของลูกค้า เพิ่มความยืดหยุ่นและคล่องตัวขึ้น และมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่รวดเร็วขึ้น (Kasim et al., 2018) และนอกจากนี้ผลประโยชน์ที่ได้อาจเป็นเครื่องมือรับรองผลประโยชน์ที่ได้อีก (Carneiro, 2005) ระบบการวัดผลการดำเนินงาน สามารถวัดผลได้อย่างองค์รวมทั้ง 2 ด้าน และการวัดผลทางด้านการสร้างภาพลักษณ์แก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลประกอบการด้านสังคม และผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการวัดผลทางด้านเศรษฐกิจที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด (Santos & Brito, 2012 ; Huang, 2012) การคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร และการตอบสนองเพื่อให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดความพึงพอใจ เพราะองค์กรธุรกิจ จะประสบผลสำเร็จได้ต้องสามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นและตอบสนองต่อความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร) โดยการเพิ่มให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร (Stakeholder) มากขึ้น ได้แก่ ลูกค้า พนักงาน สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งมาจากกรอบแนวคิดทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย ในการสร้างคุณค่าแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องกับความคงอยู่และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการมีระบบวัดผลการดำเนินงานองค์กรแนวใหม่คือการสร้างความสมดุล ระหว่างการวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน และวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Financial/non- financial (Anthony & Govindarajan, 2007 ; Freeman & Velamuri, 2006) โดยที่ประสิทธิผลนั้นเป็นความสำเร็จที่แท้จริงที่เกิดจากคุณภาพผลิตภัณฑ์ (quality of product) และด้านการเงิน (Financial) (Eigenhuis and Dijk, 2007)

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร พบว่า กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร ในด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ดังนี้

สอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่าความสามารถทางด้านนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อการเพิ่มขึ้นของความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน องค์กรต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการนำเสนอบริการและกระบวนการบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความอยู่รอดภายใต้ตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Witell et al., 2016) และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่าผลการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดจากความสามารถทางนวัตกรรม นี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือด้านที่เป็นตัวเงินและด้านที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในระดับบุคคลและผลการดำเนินงานในระดับองค์กร ซึ่งผลการดำเนินงานระดับบุคคลจะพิจารณาที่พนักงานแต่ละคน องค์กรที่มีพนักงานที่มีทักษะในการทำงานสูง มีความสามารถในการแก้ปัญหา มีความคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ มีการแบ่งปันความรู้อย่างต่อเนื่อง มีการทดลองแนวทางใหม่ๆ เพื่อใช้แก้ปัญหา มีการพัฒนานวัตกรรมให้กับองค์กร จะทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานทั้งด้านที่เป็นตัวเงินและด้านที่ไม่เป็นตัวเงินที่ดีได้ (Carpenter, 2005 ; Mannix & Neale, 2005) รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยที่กล่าวว่าผลการดำเนินงานโดยมีการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองกับสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้างความได้เปรียบทางทรัพยากรในองค์กรตามทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการและทฤษฎีฐานความรู้ของกิจการถ้ามีการปรับตัวตามสถานการณ์ เพื่อสร้างความยั่งยืนในการประกอบกิจการก็จะสามารถเพิ่มผลการดำเนินงานทั้งในด้านที่เป็นตัวเงินและด้านที่

ไม่เป็นตัวเงินได้ (Certo, 2000) อีกทั้งองค์กรที่ประสบความสำเร็จความสำเร็จสามารถตรวจสอบได้จากผลลัพธ์ทางธุรกิจหรือผลลัพธ์องค์กรทั้งด้านการเงินและด้านลูกค้า เป็นองค์กรที่มีผลการดำเนินงานเติบโตต่อเนื่อง (Wu & Hu, 2012)

จากการศึกษาแนวคิดผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของผลการดำเนินงานองค์กรที่เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรในด้านการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยมีผลการดำเนินงานทางด้านการเงินที่แสดงถึงผลการดำเนินงานที่มีเศรษฐกิจเป็นตัววัด ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการสร้างกำไร รายได้จากการดำเนินธุรกิจ การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด การมีสภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ที่แสดงถึงผลการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับความคงอยู่และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความพึงพอใจ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า พนักงาน สังคม สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการที่ไม่ใช่ด้านการเงิน

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานองค์กรเป็นผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ รวมถึงภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กร

1.3 ความสามารถในการแข่งขันที่มีผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมความสามารถในการแข่งขันและการสังเคราะห์วรรณกรรมผลการดำเนินงานองค์กรดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญอันเกิดจากปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลของได้เปรียบทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานองค์กรเป็นผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ รวมถึงภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กร ดังนั้นทางองค์กรจึงต้องสร้างผลการดำเนินงานองค์กรด้วย ผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของความสามารถในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร จากการสังเคราะห์วรรณกรรมของความสามารถในการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร พบว่า ความสามารถในการแข่งขันส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ในด้านผลการดำเนินงานทางด้านการเงิน และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ดังนี้

ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเป็นแนวคิดซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญใน 2 มิติ คือ มิติทางด้านสินทรัพย์และมิติทางด้านกระบวนการเพื่อให้สามารถบรรลุผลกำไรทางด้านเศรษฐกิจในแง่ของปริมาณยอดขายขององค์กรที่เพิ่มสูงขึ้นความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจมีบทบาทสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยทางด้านศักยภาพ ปัจจัยทางด้านกระบวนการ และปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพ (Maury, 2018) อีกทั้งความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจทำให้องค์กรมีความสามารถหลักที่โดดเด่นซึ่งทำหน้าที่เป็นเกราะในการป้องกันและสกัดกั้นคู่แข่งชั้นปัจจัยเหล่านี้จึงสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรต่อไป (Collins & Troilo, 2015) รวมถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ (Cantele & Zardini, 2018) โดยที่ผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้นสำหรับธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากองค์กรได้เผชิญกับการตรวจสอบอย่างละเอียดจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ความสำคัญของผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนธุรกิจในปัจจุบัน (Awan, Kraslawski & Huiskonen, 2017) ดังนั้นเพื่อสร้างความเชื่อมโยงโดยตรงระหว่างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจและผลการดำเนินงานขององค์กร การศึกษาครั้งนี้จึงได้พิจารณาเกี่ยวกับแนวคิดของผลการดำเนินงานขององค์กรที่ต้องตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเป็นอันตรายต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยธุรกิจจะต้องหาวิธีการที่ดีที่สุดเพื่อให้มั่นใจว่าผลการดำเนินงานขององค์กรจะเป็นไปตามเงื่อนไขของความยั่งยืนทางธุรกิจ ใน 2 ประการคือ 1) ความยั่งยืนทางธุรกิจในแง่ของความสามารถขององค์กรในการทำกำไรเพื่อความอยู่รอดในระยะยาว และ 2) ความยั่งยืนทางธุรกิจที่เชื่อมโยงกับความสามารถขององค์กรในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการบนพื้นฐานของกระบวนการหรือเทคโนโลยีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม จึงจะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างและรักษาผลการดำเนินงานขององค์กรไว้ได้ในระยะยาว (Morioka & Carvalho, 2016) นอกจากนี้การศึกษานี้ยังคำนึงถึงตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการที่ต้องพิจารณาคือ 1) ความยั่งยืนทางการเงิน หมายถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันและอนาคต 2) ความยั่งยืนทางสังคม ประกอบด้วยการพัฒนาและการเติมเต็มความต้องการของบุคคลและการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่จะเติบโตในระยะยาว และ 3) ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมหมายถึง การปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและในอนาคต (Fernando, Jabbour & Wah, 2019) สำหรับบริษัทที่จะสามารถบรรลุผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน มีแนวโน้มของความเป็นไปได้ที่จะปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานประจำวันด้วยข้อจำกัด ทางกายภาพและขอบเขตของระบบนิเวศทางธรรมชาติโดยจะต้องสามารถบรรลุเป้าหมายในการสร้างผลกำไรในระยะสั้น เช่น รายไตรมาสหรือรายปีให้สามารถไปสู่เป้าหมายทางการเงินในระยะยาว เช่น การคาดการณ์ในระยะ 5 หรือ 10 ปี (Nikolaou, Tsalis & Evangelinos, 2019)

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Asian Productivity Organization (2007) ได้สรุปผลการศึกษาของความสามารถทางการแข่งขันโดยมุ่งเน้นประเด็นของปีความสำเร็จประกอบด้วยการสร้างพันธะสัญญาต่อลูกค้าว่าในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ การมุ่งเน้นต่อการพัฒนาทุนทางปัญญา และการมุ่งเน้นการสร้างวัฒนธรรมต่อความต้องการของลูกค้าเกินความคาดหวังจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร ในท้ายที่สุดโดยสะท้อนให้เห็นจากนโยบายคุณภาพและสร้างการบริหารจัดการระบบคุณภาพ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรผลักดันให้เกิดอัตราผลตอบแทนทางการตลาดเพิ่มขึ้นถึง ทั้งนี้สามารถสร้างผลการดำเนินการให้เกิดขึ้นในด้านต่างๆ

ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านกระบวนการ ด้านความพึงพอใจของลูกค้าและด้านการพัฒนาบุคลากร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สูดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาศัตย์ (2559) ที่พบว่า ความสามารถทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า ปัจจัยความสำเร็จของทุก ๆ องค์การต่างๆ มุ่งเน้นในการสร้างการเจริญเติบโตให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่าหัวใจของบุคลากรที่มีความตั้งใจในการทำงานจากทุนทางปัญญา สร้างสรรค์นวัตกรรม และความคงเส้นคงวาของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ขององค์การที่มุ่งมั่นต่อความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าสามารถสร้างความสำเร็จขององค์การให้เกิดขึ้นอย่างมั่นคงเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yeoman & Beattie (2011) ที่พบว่า วัตถุประสงค์หลักของผลการดำเนินงานไปที่การควบคุมต้นทุน (Cost control) แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนที่มีผลกระทบต่อผลกำไร เมื่อรายได้และต้นทุนมีช่วงของความห่างนั้นแสดงถึงศักยภาพสำหรับการเพิ่มขึ้นของความสามารถในการทำกำไร (Profitability) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kianto, Andreeva & Pavlov (2013) พบว่า การนำทรัพยากรในทุนทางปัญญาทั้งหมดมาใช้ผลักดันเพื่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขัน มาสร้างสรรค์ร่วมกับความสามารถทางนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในการพัฒนาปรับปรุงปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน และแสวงหาวิธีการบริหารจัดการทางตลาด เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชนและ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Beverly & Robert (2003) ที่พบว่าความสามารถในการแข่งขันผู้ประกอบการสามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการสามารถสร้างความสามารถทางการแข่งขันได้

จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยนำไปสู่การทดสอบอิทธิพลของความสามารถในการแข่งขันกับผลการดำเนินงานองค์กรเป็นผลการดำเนินงานของธุรกิจทั้งผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย ส่วนแบ่งทางการตลาด และผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ รวมถึงภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กร

6. ระเบียบวิธีวิจัยและวิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อศึกษาแนวกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานองค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด สำหรับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) คือ มีวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการผสมวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วย

ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การแปรผลข้อมูล และวิธีการทางสถิติ สำหรับใช้ในการวิเคราะห์และการทดสอบสมมุติฐานเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ในรูปแบบนำ-แบบรอง (Dominant-less Dominant Design) มีการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเสริม เพื่อขยายความ ตรวจสอบยืนยันและเพิ่มความลึกของข้อมูล วิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นลักษณะการวิจัยแบบหลายช่วง (Multi-phase Design) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอนหลักขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเชิงปริมาณการศึกษาองค์ประกอบ จากนั้น ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อช่วยอธิบายและยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น (Creswell, 2017) โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้วิธีการจุดสหกรรมคำปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย

โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการวิจัยความสัมพันธ์แบบเชิงสาเหตุ (Causal Research) อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause and Effect Relationships) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้กลุ่มอุตสาหกรรมคำปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ระดับองค์กร เนื่องจาก ใน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมคำปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทยที่มีความเป็นมาตรฐานและ อยู่ในปริมาณที่เพียงพอต่อการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการกำหนดตัวแทนของหน่วย วิเคราะห์ระดับองค์กรมีความเหมาะสมกับการวิจัยในครั้งนี้ และมีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. วิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative research) มุ่งศึกษาวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal research) โดยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Antecedent and Consequent) เพื่อสร้างเป็นโมเดลกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของอุตสาหกรรม เครื่องจักรกลการเกษตรให้สอดคล้องกับองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เพื่อให้ได้ข้อมูลมาสนับสนุนการกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร โดยเลือกใช้ วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological research) ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่ บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพธิสิตา, 2556) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหาร ระดับสูงของอุตสาหกรรมคำปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 1,617 แห่ง (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2562) (ข้อมูล ณ วันที่ 15 มกราคม 2567) ซึ่งแบ่งเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการวิจัยครั้งนี้เป็นระบบองค์กร (Organization)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้บริหารระดับสูงอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 1,617 แห่ง เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดตัวอย่าง คือ 10 - 20 เท่าต่อตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร (Hair, 2010) การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 17 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่างคือ จำนวน 170 - 340 กลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 340 กลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย จำนวนบริษัท ทั้งหมด 340 บริษัท (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2567) สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) ชั้นที่ 1 แบ่งเขตและอำเภอตามที่ตั้ง และครอบคลุมพื้นที่ และครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ชั้นที่ 2 สุ่มเลือกเขตและอำเภอจากที่ตั้ง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคือกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายการผลิต ผู้จัดการโรงงาน ผู้จัดการฝ่ายควบคุมคุณภาพ และผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เครื่องจักรกลการเกษตร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

สำหรับการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามวิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ครอบคลุมนิยามของตัวแปรทั้ง 2 กลุ่มที่ศึกษา โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยครอบคลุมนิยามเชิงปฏิบัติการ แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน และ ตำแหน่งปัจจุบัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ลักษณะการจดทะเบียนประกอบธุรกิจ ลักษณะของการดำเนินธุรกิจ ทุนจดทะเบียนของธุรกิจ จำนวนบุคลากรของธุรกิจในปัจจุบัน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทาง ใน 3 ประเด็น จำนวน 36 ข้อ ประกอบด้วย 1) การจัดการการเปลี่ยนแปลง จำนวน 18 ข้อ 2) การพัฒนาทุนมนุษย์ จำนวน 10 ข้อ 3) การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ จำนวน 8 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด ใน 3 ประเด็น จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วย 1) การพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ จำนวน 4 ข้อ 2) ความสามารถในการจัดการการ

ขนส่ง จำนวน 4 ข้อ และ 3) การยกระดับคุณภาพการบริการใหม่ จำนวน 4 ข้อ มาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตลาดแบบไร้รอยต่อ ใน 2 ประเด็น จำนวน 19 ข้อ ประกอบด้วย 1) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 12 ข้อ และ 2) ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน จำนวน 7 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 6 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับลักษณะของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร แบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่กำหนดไว้ ทบทวนวรรณกรรม จากเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 ศึกษาและวิเคราะห์วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิด สมมติฐาน และนิยามตัวแปร ของการวิจัย เพื่อกำหนดแนวทางและขอบเขตของการสร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

1.3 รวบรวมรายละเอียด จัดหมวดหมู่ประเด็นเพื่อสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 42 ข้อ

1.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแก้ไข จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชน จำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบและให้คำแนะนำแก้ไขเพิ่มเติมตลอดจนตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาความเข้าใจและการใช้ภาษาพร้อมให้คะแนนผลการตัดสินใจเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยมีรายชื่อของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน

1.5 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ก่อนจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเที่ยงตรงและทดสอบความเชื่อมั่น ดังนี้

2.1 วิธีการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ทำได้โดยหาค่าความสอดคล้องหรือดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC) จากสูตร ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC คือ ดัชนีความสอดคล้อง

R คือ คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากนั้นประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายชื่อ โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปจึงจะถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์ และสามารถนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามได้ (Rovinelli and Hambleton, 1976)

โดยมีกำหนดการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ค่า IOC \geq 0.50 หมายถึง ข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

ค่า IOC $<$ 0.50 หมายถึง ข้อคำถามไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

2.2 การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือจากการทดลองโดย (Try Out) กับผู้บริหารอุตสาหกรรมค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 แห่ง โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปจึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2006)

2.3 นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งหมด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม ตรงประเด็นในการสื่อสาร และจึงจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสมสำหรับการเก็บรวบรวมซึ่งในที่นี้ คือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เน้นข้อมูลที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมมาจากแหล่งที่สามารถอ้างอิงได้และมีความน่าเชื่อถือได้แก่

2.1 ตำรา หนังสือ

2.2 เอกสารเกี่ยวกับงานวิจัยที่ผ่านมาแต่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้

2.3 วารสารและสิ่งพิมพ์ทางวิชาการทั้งที่ใช้ระบบเอกสารและระบบออนไลน์

2.4 นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสุ่มเลือกไว้จากรายชื่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ที่ปรากฏในฐานข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 340 ราย และนำข้อมูลดังกล่าว เข้าวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประมวลผลทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการประมวลผลทางสถิติเข้ามาวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ได้รับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วบันทึกรหัส (Coding) แบบสอบถาม ตามที่ได้กำหนดไว้ เพื่อประมวลผลข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงบรรยายหรือสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

2.1 สถิติเชิงพรรณนา ใช้อธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และเปอร์เซ็นต์ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ได้แก่ ลักษณะการจดทะเบียนประกอบธุรกิจทุนจดทะเบียนของธุรกิจ จำนวนบุคลากรของธุรกิจในปัจจุบัน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และเปอร์เซ็นต์ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับผลลัพธ์กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาด

ในส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านและรายข้อ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) กำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้ (Best & Kahn, 2016)

มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 5 คะแนน

มีระดับความคิดเห็นมาก กำหนดให้เท่ากับ 4 คะแนน

มีระดับความคิดเห็นปานกลาง กำหนดให้เท่ากับ 3 คะแนน

มีระดับความคิดเห็นน้อย กำหนดให้เท่ากับ 2 คะแนน

มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

2.2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบเงื่อนไขพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลการวิจัย ประกอบด้วย

2.2.1 การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ โดยพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งค่าความเบ้ควรมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และมีค่าความโด่งควรมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

2.2.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554)

2.2.3 การทำการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่ม

ตัวแปรว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ (Hair et al., 2010)

2.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อทดสอบ
ยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน สองอันดับ (Second Order Confirmatory Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้กำหนดผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) และตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยวิธีการคัดเลือกด้วยวิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีประสบการณ์ เพราะสามารถตีความหมายได้เป็นอย่างดี (ชาย โพธิสิตา, 2556) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน

โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ เป็นผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เป็นผู้บริหารของขนาดกิจการที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกันตามจำนวนพนักงานคือ 1-50 คน 51-100 คน และมากกว่า 100 คน เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ไม่ต่ำกว่า 10 ปี รวมถึงอุตสาหกรรมที่อยู่ในเมือง และอุตสาหกรรมที่อยู่ปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทของกิจการ และนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อสรุปของการวิจัยต่อไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพการดำเนินการโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Sources) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเป็นแนวทางสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation)

เพื่อให้การวิจัยดำเนินไปตามระเบียบวิธีวิจัย และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ โดยให้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological Approach) ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาตามแนวทางของ Heidegger ที่เน้นการหาความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ (Appearance) ไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้น โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพธิสิตา, 2556) โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล
- ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการตลาดแบบไร้รอยต่อ
- ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับการตลาดแบบไร้รอยต่อ
- ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการตลาดแบบไร้รอยต่อของอุตสาหกรรมค้าปลีกสมัยใหม่

1. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยมีรายละเอียดขั้นตอน ดังนี้

1.1 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งของข้อมูลและแหล่งที่มาเพื่อนำมาพิจารณาในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช, 2556)

1.1.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การใช้การศึกษาทฤษฎีมากกว่า 1 ทฤษฎี เพื่อเป็นพื้นฐานการพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย

1.1.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Triangulation of sources) คือการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์จากผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ เป็นผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เป็นผู้บริหารของขนาดกิจการที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกันตามจำนวนพนักงานคือ 1-50 คน 51-100 คน และมากกว่า 100 คน เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ไม่น้อยกว่า 10 ปี รวมถึงอุตสาหกรรมที่อยู่ในเมือง และอุตสาหกรรมที่อยู่ปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทกิจการ ทั้งนี้สัมภาษณ์ในเรื่องเดียวกันเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ด้านแหล่งข้อมูลทั้งตัวบุคคลและสถานที่

1.1.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methods Triangulation) คือการใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี โดยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับวิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมค้าปลีกสมัยใหม่ระหว่างการพูดคุยเพื่อทดสอบความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

4.1 ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 9 คน ได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 9 คน โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ เป็นผู้บริหารระดับสูงในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย เป็นผู้บริหารของขนาดกิจการที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกันตามจำนวนพนักงานคือ 1-50 คน 51-100 คน และมากกว่า 100 คน เป็นผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ไม่น้อยกว่า 10 ปี รวมถึงอุตสาหกรรมที่อยู่ในเมือง และอุตสาหกรรมที่อยู่ปริมณฑล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายตามประเภทกิจการ ทั้งนี้สัมภาษณ์ในเรื่องเดียวกัน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ด้านแหล่งข้อมูลทั้งตัวบุคคลและสถานที่ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายทำให้เกิดความน่าเชื่อถือด้านแหล่งข้อมูล (ชาย โพธิ์สิตา, 2556)

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลาย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยติดต่อสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ ทำให้มีโอกาสดำเนินการตั้งคำถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการซักถามข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้งจากผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความเชื่อมั่นว่าข้อสรุปนั้นตรงความเป็นจริง

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่ออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ทำหน้าที่ในการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลด้วย

เครื่องบันทึกเสียง บันทึกภาพนิ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่สมุดจดบันทึก และปากกา ให้มีความพร้อมเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบในงานวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิจัยเชิงคุณภาพจะมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (ชาย โพธิ์สิตา, 2556)

1. การจัดระเบียบข้อมูล เป็นการทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบ เพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งาน สามารถแบ่งเป็นการจัดระเบียบทางกายภาพข้อมูล ได้แก่ การถอดเทปบันทึกเสียงโดยเป็นการถอดเทปสนทนาคำต่อคำ (Verbatim) การตีความ การวิเคราะห์ การจัดเก็บข้อมูล และการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูล ซึ่งเป็นการสรุปรวบรวมข้อมูลที่มีความหมาย หรือมีประเด็นตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ ข้อมูลที่ถูกคัดสรรออกมาจะถูกกำหนดเป็นรหัสข้อมูล (Coding) โดยข้อมูลที่มีความหมายเดียวกัน จะถูกใส่รหัสเดียวกัน ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดรหัสให้กับข้อมูล

2. การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วนั้นกลับเข้ามารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม (Reassembling) โดยจำแนกตามประเด็นหัวข้อในการวิเคราะห์ จากผลการวิเคราะห์สามารถแยกประเด็นของการวิจัย

3. การหาข้อสรุป ตีความ และตรวจสอบประเด็นความถูกต้องของผลงานวิจัย ซึ่งข้อสรุปอาจอยู่ในรูปของคำอธิบาย การแสดงความสัมพันธ์ ตลอดจนกรอบแนวคิด ที่สามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ตีความมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ตรงประเด็นของข้อสรุปและตีความ ซึ่งผู้วิจัยยังต้องมีทักษะการคิดวิเคราะห์และการตีความจากข้อมูลที่เก็บได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของผู้วิจัย

4. การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analytics) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และเรียบเรียงเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5. นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพมาดำเนินการบูรณาการและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อนำมาสร้างข้อสรุปและเขียนรายงานวิจัยต่อไป

7. เอกสาร/งานวิจัยอ้างอิงทางวิชาการเกี่ยวกับโครงการงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระทรวงพาณิชย์. (2564). *สินค้าเครื่องจักรกลการเกษตรและส่วนประกอบ*. สืบค้นจาก

<https://>

ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contents_attach/730296/730296.pdf&title=730296&cate=787&d=0. วันที่ 28 มีนาคม 2565.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2564). *สถิติจำนวนโรงงานที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการ*

(เปิดดำเนินการ) ตาม พ.ร.บ.โรงงาน พ.ศ.2535 จำแนกรายหมวดอุตสาหกรรมที่สำคัญ

ตามจำพวก ณ สิ้นปี 2564. สืบค้นจาก

<http://www.diw.go.th/hawk/content.php?>. วันที่ 15 มกราคม 2567

กรีซ แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*.

กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2557). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: ห้าง

- หุ้นส่วนจำกัดสามลดดา.
- ชาย โพธิ์สีดา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ธภัทร อาจศรี, สมนึก วิสุทธิแพทย์, ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และ ปรีดา อัจฉินจิตรระการ. (2561). รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจในอนาคตสหกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(1).
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2019). *ความท้าทายของธุรกิจอุตสาหกรรม*. (2562). Industrial business challenges. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/finance/news-161036g_ วันที่ 28 มีนาคม 2565.
- ดาริกา แสนพวง และ สุตาพรรณ อาจกล้า. (2565). ศึกษาปัญหาและการพัฒนาความเชื่อมโยงระบบการตลาดระบบโลจิสติกส์แบบเบ็ดเสร็จ 4.0 กลุ่มธุรกิจภาคอุตสาหกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 12(1), 45-60.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย (2550). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวความคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก*. หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต (การบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ไพฑูรย์ กำลั้งดี. (2562). *โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน*. สืบค้นจาก <https://pubhtml5.com/dgry/vbln/basic>. วันที่ 15 มกราคม 2567.
- ศูนย์ข้อมูลและการคาดการณ์เทคโนโลยี สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ. (2565). *รายงานการคาดการณ์นวัตกรรมอุตสาหกรรม*. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2565). *เครื่องจักรกลการเกษตรในปี 2565*. สืบค้นจาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/agri-machinery-z3301.aspx>. วันที่ 28 มีนาคม 2565
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2565). *การคาดการณ์เทคโนโลยีเครื่องจักรกลการเกษตร*. สืบค้นจาก <http://stiic.sti.or.th/>. วันที่ 28 มีนาคม 2565.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *สรุปสาระสำคัญร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ 2560 -2564)* สืบค้นจาก <http://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2562). *รางวัลเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมยอดเยี่ยมประจำปี 2561 และประจำปี 2560*.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2560). *อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร*.
- สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรีย์ ภาคาสัตย์ (2559). รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(3).
- สุมลทา สัจใจสม. (2555). *การพัฒนาทุนมนุษย์ของสำนักหอสมุดกำแพงแสน*. บทความการประชุมวิชาการแห่งชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

- สุธิภรณ์ ตรีภตรง. (2560). ความสามารถต่อการเปลี่ยนแปลงของพนักงานกับการดำเนินงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจ. *วารสารบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 40(155).
- Abdoulie, J. (2018). *Organization Innovations that stick: best practice in sustainable organizational change*. In *Dissertation*. University of South Florida.
- Abdullah et al. (2013). Relationships of non-monetary incentives, job satisfaction and employee job performance. *International Review of Management and Business Research*, 2(4), 1085.
- Achua & Lussier. (2010). Sustainability as a small business competitive strategy. *Journal of Small Business Strategy*, 21(2), 79-95.
- Adam, S., Mathous, A. A., & Kortam, W. (2017) . The relationship between entrepreneurial orientation, marketing innovation and competitive marketing advantage of female entrepreneurs in egypt. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 16(2), 157-174.
- Al-Haddad, S., & Kotmour, T. (2015). Integrating the organizational change literature: A model for successful change. *Journal of Organizational Change Management*, 28(2), 232–262.
- Allameh, Sayyed Mohsen & Abbas, Saba Khadem. (2010). The Relationship Between Knowledge Management Practices And Innovation Level In Organizations: Case Study Of Sub-Companies Of Selected Corporations In The City Of Esfahan. *Journal of Business Case Studies*, 6(1), 89-97.
- Alegre, J., & Chiva, R. (2013). Linking entrepreneurial orientation and firm performance: The role of organizational learning capability and innovation performance. *Journal of Small Business Management*, 51(4), 491-507.
- Afande, F. O. (2015). Factors influencing growth of small and microenterprises in Nairobi central business district. *Journal of Poverty, Investment and Development*, 9, 101-137.
- Anand, B., & Khanna, T. (2000). Do firms learn to create value? The case of alliances. *Strategic Management Journal*, 21(3), 295-316.
- Andreeva, Tatiana, Kianto, Aino. (2011). Knowledge processes, knowledge-intensity and innovation: a moderated mediation analysis. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 1016-1034.
- Kasuwan, K. (2016). *Lo̅chittik 4.0 kap ka̅n prap tua̅ kho̅ng phu̅prakop̅ka̅n Thai nai yuk ‘utsa̅hakam 4.0 (Logistics 4.0 and the adaptation of Thai entrepreneurs in the age of Industry 4.0)*. Retrieved August, 2022 from <http://www.ftilogistics.org/>.
- Pimonratanakan Sudarat & Ayasanond Chitpong. (2018). The Supply Chain Management of Pomleo Production Processes and Tourism Sustainability in Nakhon Chaisri, Nakhon Pathom Province, Thailand. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(5).
- Rovinelli, R. J. , & Hambleton, R. K. (1976) . *On the use of content specialists in The assessment of criterion- referenced test item validity*. Paper presented at the Paper presented at the annual meeting of the American

8. การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง

- ☑ ไม่มีการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง
- ตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว ไม่มีทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง
- ตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว มีทรัพย์สินทางปัญญา และ/หรือ สิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง

รายละเอียดทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง

ประเภททรัพย์สินทางปัญญา	สถานะการดำเนินงาน	เลขที่	วันที่ออก	เรื่อง

ส่วนที่ 3 แผนงาน

1. แผนการดำเนินงานวิจัย (แสดงแผนการดำเนินงานรายกิจกรรมและระยะเวลาที่ใช้ ในแต่ละปีงบประมาณ)

ปี(งบประมาณ)	กิจกรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	ผลผลิตที่จะส่งมอบ	ร้อยละของกิจกรรมในปีงบประมาณ
2567	กิจกรรมที่ 1 : ศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้	√												ข้อมูลความเป็นไปได้	10%
2567	กิจกรรมที่ 2 : เสนอหัวข้อเพื่อการวิจัยและจัดทำกรอบการสรุปประมวลวิเคราะห์		√												10%
2567	กิจกรรมที่ 3 : ดำเนินการวิจัยลงพื้นที่วิจัย			√	√	√	√								30%
2567	กิจกรรมที่ 4 : วิเคราะห์ข้อมูล							√	√						20%
2567	กิจกรรมที่ 5 : สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ									√	√				20%
2567	กิจกรรมที่ 6 : จัดทำรูปเล่ม และปรับปรุงแก้ไขส่งรูปเล่มที่สมบูรณ์											√	√		10%

2. ผลงานในแต่ละช่วงเวลา

ปีที่	เดือนที่	แผนงานวิจัย	ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ (Output)
1 (256x)	1-6	1. ศึกษาและสำรวจความเป็นไปได้ 2. เสนอหัวข้อเพื่อการวิจัยและจัดทำกรอบการสรุปประมวลวิเคราะห์	1. ได้ข้อมูลความเป็นไปได้ 2. หัวข้อเพื่อการวิจัยและจัดทำกรอบการสรุปประมวลวิเคราะห์

		3. ดำเนินการวิจัยลงพื้นที่วิจัย	3. ดำเนินการวิจัยลงพื้นที่วิจัย
	7-12	1. วิเคราะห์ข้อมูล 2. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 3. จัดทำรูปเล่ม และปรับปรุงแก้ไข ส่งรูปเล่มที่สมบูรณ์ 4. ตีพิมพ์ผลงานวิจัยในระดับฐาน Scopus	1. วิเคราะห์ข้อมูล 2. สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ 3. รูปเล่ม และปรับปรุงแก้ไข ส่งรูปเล่มที่สมบูรณ์ 4. ตีพิมพ์ผลงานวิจัยในระดับฐาน Scopus

3. พื้นที่ทำวิจัย : โปรตระบุดสถานที่ทำวิจัยจำแนกตามโครงการวิจัยโดยใช้ฐานข้อมูลจากระบบ และเพิ่มเติมชื่อเฉพาะ เช่น ชุมชน หมู่บ้าน

ในประเทศ/ต่างประเทศ	ชื่อประเทศ/จังหวัด	พื้นที่ทำวิจัย	ชื่อสถานที่
ประเทศไทย	ประเทศไทย	ทุกจังหวัดในประเทศไทย	อุตสาหกรรม เครื่องจักรกลการเกษตร ในประเทศไทย

4. พื้นที่ที่ได้รับประโยชน์จากการวิจัย

ในประเทศ/ ต่างประเทศ	ชื่อประเทศ/จังหวัด	ชื่อสถานที่
ในประเทศ	ประเทศไทย	อุตสาหกรรม เครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

5. แผนการใช้จ่ายงบประมาณของโครงการวิจัย

5.1 แสดงรายละเอียดประมาณการงบประมาณตลอดโครงการ (กรณีของงบประมาณเป็นโครงการต่อเนื่อง ระยะเวลาดำเนินการวิจัยมากกว่า 1 ปี ให้แสดงงบประมาณตลอดแผนการดำเนินงาน) โดยแบ่งเป็นหมวดต่าง ๆ ดังนี้

ประเภทงบประมาณ	รายละเอียด	งบประมาณ (บาท)	เป็นงบประมาณของปีงบประมาณ พ.ศ. (dropdown ให้เลือก)
งบดำเนินงาน: ค่าตอบแทน/ค่าจ้าง	1.1 ค่าตอบแทน - ค่าตอบแทนคณะวิจัย 1) หัวหน้าโครงการวิจัย (8,400) - ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือ 3 คน x 2,000 บาท (6,000)	14,400	
งบดำเนินงาน: ค่าใช้สอย	- ค่าเช่ารถตู้ ลงพื้นที่เก็บข้อมูล 3 วัน x 1,000 บาท (3,000)	4,600	

ประเภทงบประมาณ	รายละเอียด	งบประมาณ (บาท)	เป็นงบประมาณของปีงบประมาณ พ.ศ. (dropdown ให้เลือก)
	- ค่าเอกสารประกอบการประชุม/ฝึกอบรม (เหมาจ่าย) 20 ชุด x 30 บาท (600) - ค่าใช้จ่ายในการประชุมสัมมนาและฝึกอบรม 1) ค่าอาหารว่าง 25 บาท / มื้อ x 20 คน x 2 มื้อ x 1 วัน (1,000)		
งบดำเนินงาน: ค่าวัสดุ	- ค่าวัสดุโฆษณาและเผยแพร่ ป้ายไวนิล (1,000)	1,000	
งบลงทุน: ค่าครุภัณฑ์	-	-	
งบดำเนินงาน: ค่าธรรมเนียมอุดหนุนสถาบัน	-	-	
รวม		20,000	

- ค่าธรรมเนียมอุดหนุนสถาบัน

5.2 รายละเอียดการจัดซื้อครุภัณฑ์ : กรณีมีความต้องการซื้อครุภัณฑ์ให้ใส่รายละเอียด ดังนี้

ชื่อครุภัณฑ์	ครุภัณฑ์ที่ขอสนับสนุน			เหตุผลและความจำเป็นต่อโครงการ	การใช้ประโยชน์ของครุภัณฑ์นี้เมื่อแผนงานสิ้นสุด
	รายละเอียดครุภัณฑ์	ครุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม และเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย (ถ้ามี)	สถานภาพการใช้งาน ณ ปัจจุบัน		

- แนบใบเสนอราคาจาก 3 บริษัทประกอบมาด้วย

6. มาตรฐานการวิจัย

- มีการใช้สัตว์ทดลอง
- มีการวิจัยในมนุษย์
- มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานด้านเทคโนโลยีชีวภาพสมัยใหม่
- มีการใช้ห้องปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับสารเคมี

7. หน่วยงานร่วมดำเนินการ/ภาคเอกชนหรือชุมชนที่ร่วมลงทุนหรือดำเนินการ

ลำดับที่	ปีงบประมาณ	ชื่อหน่วยงาน/บริษัท	แนวทางร่วมดำเนินการ	การร่วมลงทุนในรูปแบบตัวเงิน	การร่วมลงทุนในรูปแบบอื่น	รายละเอียดการร่วมลงทุนในรูปแบบอื่น	รวม

				(in-cash) (บาท)	(in-kind) (บาท)	(in-kind)	
1							
2							

8. ระดับความพร้อมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ถ้ามี)

8.1 ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness Level: TRL)

1) TRL ณ ปัจจุบัน ระดับ 2

รายละเอียด วิจัยใหม่และน่าสนใจ เป็นการเริ่มศึกษาวิเคราะห์เบื้องต้นเพื่อยืนยันหลักการพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีว่า

2) TRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ 3

รายละเอียด องค์กรความรู้และวิธีการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ การศึกษาเบื้องต้นจากการจำลองทดลอง หรือวิเคราะห์ โดยมีตีพิมพ์ผลงานในฐาน Scopus

8.2 ระดับความพร้อมทางสังคม (Societal Readiness Level: SRL)

1) SRL ณ ปัจจุบัน ระดับ 2

รายละเอียด การเสนอแนวคิดในการพัฒนาหรือการแก้ปัญหาและคาดการณ์ผลกระทบที่เกิดขึ้น นำไปใช้ในการพัฒนาและการตลาดแบบไร้รอยต่อที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

2) SRL เมื่องานวิจัยเสร็จสิ้นระดับ 3

รายละเอียด ทดสอบแนวทางการพัฒนาหรือแก้ปัญหาและคาดการณ์ผลกระทบที่เกิดขึ้น นำไปใช้ในการพัฒนาและการตลาดแบบไร้รอยต่อที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

9. ความเชื่อมโยงกับนักวิจัย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

9.1 การเชื่อมโยงกับนักวิจัยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่ทำกรวิจัยทั้งในและต่างประเทศ (ถ้ามี) (Connections with other experts within and outside Thailand) และแผนที่จะติดต่อหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งการสร้างทีมงานวิจัยในอนาคตด้วย

9.2 การเชื่อมโยงหรือความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย (Stakeholder and User Engagement) โดยระบุชื่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาสังคมและชุมชน โดยอธิบายกระบวนการดำเนินงานร่วมกันและการเชื่อมโยงการขับเคลื่อนผลการวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างชัดเจน รวมถึงอธิบายกระบวนการดำเนินงานต่อเนื่องของผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัยเมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

10. ความเสี่ยงของโครงการ ระบุความเสี่ยงหรือปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้โครงการไม่ประสบความสำเร็จหรือเกิดปัญหา ความเสี่ยงเรื่องลิขสิทธิ์ ความเสี่ยงต่อสังคมคุณภาพชีวิต คุณธรรม จริยธรรม พร้อมทั้งแนวทางการป้องกันและแก้ปัญหาเหล่านั้น

- ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ได้แก่...
- แนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาคือความเสี่ยง ได้แก่...

ส่วนที่ 4 ข้อมูลผู้ประกอบการ (ถ้ามี)

ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจ (หากเป็นกรณี Startup หรือ Spinoff Company)

ชื่อบริษัท.....

ประเภทธุรกิจ.....

ผลิตภัณฑ์ บริการหรือกระบวนการ.....

ที่ตั้งสำนักงาน

เลขที่..... ถนน..... ตำบล.....

อำเภอ..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... อีเมล.....

ชื่อผู้ติดต่อ.....

วันจดทะเบียนก่อตั้ง.....

ทะเบียนเลขที่.....

ทุนจดทะเบียน (บาท).....

ทุนจดทะเบียน มูลค่าหุ้นละ (บาท)..... จำนวน (หุ้น).....

ทุนจะทะเบียนที่เรียกชำระแล้ว (บาท)..... จำนวน (หุ้น).....

วันที่.....

ส่วนที่ 5 ผลผลิต/ผลลัพธ์/ผลกระทบ

1. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านวิชาการ

ระบุ

1) ต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript)

2) จำนวนบทความวิจัยในฐาน SCOPUS จำนวน 1 บทความและจำนวนบทความวิจัยในฐาน

TCI จำนวน 1 บทความ

ด้านสังคม

ด้านสาธารณะ ด้านชุมชนและพื้นที่ ด้านสิ่งแวดล้อม

ระบุ

1) เกิดการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาชุมชน พื้นที่

ผู้ได้รับผลประโยชน์ คือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ในประเทศไทย สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้น

ด้านนโยบาย

ระบุ

1) เครือข่ายความร่วมมือทางด้านวิชาการ

2) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

3) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม

ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 3) ทีมวิจัยกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องทุกปี

ด้านเศรษฐกิจ

ระบุ ผลผลิตที่จะได้รับคือ องค์ความรู้แก้ปัญหาได้

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

- 1) ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
- 2) ลดการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

ผู้ได้รับผลประโยชน์ คือ 1) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้น หรือลดต้นทุนลงได้ร้อยละ 20

2. ผู้ที่จะได้ประโยชน์จากโครงการ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย

3. ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ (Output)

ผลผลิต	ประเภทผลผลิต	รายละเอียดของผลผลิต	จำนวนนำส่ง	หน่วยนับ
บทความวิจัย (Manuscript)	ต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript)	1) จำนวนบทความวิจัยในฐาน SCOPUS จำนวน 1 บทความ 2) จำนวนบทความวิจัยในฐาน TCI จำนวน 1 บทความ	จำนวน 2 บทความวิจัย	บทความ
เครือข่ายความร่วมมือ	เครือข่าย	1) เครือข่ายความร่วมมือทางด้านวิชาการ 2) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ 3) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม	ทีมวิจัยกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องทุกปี	กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)
องค์ความรู้	องค์ความรู้	องค์ความรู้กลยุทธ์โลจิสติกส์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ที่ใช้แก้ปัญหาให้กับผู้ประกอบการ	ทีมวิจัยกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องทุกปี	กิจกรรมสร้างองค์ความรู้)

ประเภทของผลผลิตและคำจำกัดความ (Type of Outputs and Definition)

1. นิยามของผลผลิต คือ ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการวิจัยที่ได้รับการจัดสรรทุนวิจัย ผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม โดยเป็นผลที่เกิดขึ้นทันทีเมื่อจบโครงการ และเป็นผลโดยตรงจากการดำเนินโครงการ ทั้งนี้ หน่วยงานจะต้องนำส่งภายใน 2 ปี งบประมาณ
2. ประเภทของผลผลิต ประกอบด้วย 10 ผลผลิต ตามตารางดังนี้

ประเภทของผลผลิต (Type of Outputs)	คำจำกัดความ (Definition)
1. กำลังคน หรือหน่วยงาน ที่ได้รับการพัฒนาทักษะ	กำลังคนหรือหน่วยงานเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนาจากโครงการ วรรณ โดยนับเฉพาะคนหรือ หน่วยงานที่เป็นเป้าหมายของโครงการนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นโครงการในรูปแบบทุนการศึกษา การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ หรือการดำเนินการในรูปแบบอื่นที่ระบุไว้ในโครงการ
2. ต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript)	งานเขียนทางวิชาการ ซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ต้องมีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการ โดยมีการสำรวจวรรณกรรมเพื่อสนับสนุน จนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ มีการแสดงเหตุผลหรือที่มาของประเด็นที่ ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์ กระบวนการอธิบายและวิเคราะห์และบทสรุป มีการอ้างอิงและบรรณานุกรมที่ครบถ้วนและสมบูรณ์วารสารการวิจัยนั้นอาจจะเผยแพร่เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์หรือ เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript) ได้แก่ Proceeding ระดับชาติ, Proceeding ระดับนานาชาติ, บทความในประเทศ และบทความต่างประเทศ
3. หนังสือ	ข้อมูลงานวิจัยในรูปแบบหนังสือ ตำรา หรือหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) ทั้งระดับชาติและ นานาชาติ โดยจะต้องผ่านกระบวนการ Peer review ประกอบด้วย 3.1 บางบทของหนังสือ (Book Chapter) 3.2 หนังสือทั้งเล่ม (Whole book) 3.3 เอกสาร/หนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อย่างครบถ้วน (Monograph)
4. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หรือ เทคโนโลยี/กระบวนการใหม่ หรือนวัตกรรมทางสังคม	ผลงานที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ที่ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่/ กระบวนการใหม่ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือเทคโนโลยี/ กระบวนการให้ดีขึ้นกว่าเดิม รวมถึงสื่อสร้างสรรค์ สื่อสารคดีเพื่อการเผยแพร่ สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน / Podcast / กิจกรรม / กระบวนการ เพื่อสร้างการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม และ/หรือ การตระหนักรู้ต่าง ๆ 4.1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง ต้นแบบในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการทดสอบก่อน สิ่งผลิตจริง ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการวิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมด้วยองค์ ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทั้งในระดับห้องปฏิบัติการ ระดับภาคสนาม ระดับ อุตสาหกรรม 4.2 เทคโนโลยี/กระบวนการใหม่ หมายถึง กรรมวิธีขั้นตอน หรือเทคนิค ที่พัฒนาขึ้นจาก กระบวนการวิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงกระบวนการเดิมด้วยองค์ ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 4.3 นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation) หมายถึง การประยุกต์ใช้ ความคิดใหม่ และ เทคโนโลยีที่เหมาะสม ในการยกระดับคุณภาพชีวิต ชุมชน และ สิ่งแวดล้อม อันจะนำไปสู่ความ เท่าเทียมกันในสังคม และสามารถลดปัญหาความเหลื่อมล้ำได้อย่างเป็นรูปธรรม ตัวอย่างเช่น หลักสูตรอบรมปฏิบัติการเพื่อพัฒนา นักวิจัย, หลักสูตรพื้นฐานเพื่อพัฒนาอาชีพใหม่ในรูปแบบ Reskill หรือ Upskill} หลักสูตรการเรียนการสอน, หลักสูตรบัณฑิตพันธุ์ใหม่ หลักสูตรการผลิต ครู เป็นต้น
5. ทรัพย์สินทางปัญญา	ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือสร้างสรรค์ของนักวิจัย ได้แก่ อนุสิทธิบัตร สิทธิบัตร การประดิษฐ์ สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า ชื่อทางการค้า การขึ้นทะเบียนพันธุ์พืชหรือสัตว์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบบผังภูมิ ของวงจร
5. เครื่องมือ และโครงสร้างพื้นฐาน (Facilities and Infrastructure)	เครื่องมือ และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม ที่จัดซื้อ สร้างขึ้น หรือพัฒนาต่อยอดภายใต้โครงการ

ประเภทของผลผลิต (Type of Outputs)	คำจำกัดความ (Definition)
7. ฐานข้อมูล ระบบและกลไก หรือมาตรฐาน	<p>การพัฒนาฐานข้อมูล และสร้างระบบ กลไก หรือมาตรฐาน ที่ตอบสนองการพัฒนา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมต่าง ๆ และเอื้อต่อการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็น การพัฒนากำลังคน การ จัดการปัญหาทางสังคม สิ่งแวดล้อม และการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น</p> <p>- ระบบและกลไก หมายถึง ขั้นตอนหรือเครื่องมือ การปฏิบัติงานที่มีการกำหนด อย่างชัดเจนใน การดำเนินการ เพื่อให้ได้ผลออกมาตามที่ต้องการ ขั้นตอนการ ปฏิบัติงานจะต้องปรากฏให้ทราบ โดยทั่วกัน ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของ เอกสาร หรือสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ หรือโดยวิธีการอื่น ๆ องค์ประกอบของระบบและกลไก ได้แก่ ปัจจัย นำเข้า กระบวนการ ผลิต กลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลป้อนกลับ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ตัวอย่างเช่น ระบบการผลิตและการพัฒนา กำลังคน, ระบบส่งเสริมการจัดการทรัพยากรและ สิ่งแวดล้อม, ระบบส่งเสริมการวิจัยร่วมกับ ภาคอุตสาหกรรม, ระบบบริการหรือสิ่งสนับสนุน ประชาชนทั่วไป, ระบบบริการ หรือสิ่งสนับสนุนกลุ่มผู้สูงอายุ, ระบบบริการหรือสิ่งสนับสนุนกลุ่ม ผู้ด้อยโอกาส รวมถึงกลไกการพัฒนาเชิงพื้นที่</p> <p>- ฐานข้อมูล (Database) คือ ชุดของสารสนเทศ ที่มีโครงสร้างสม่ำเสมอ หรือชุด ของ สารสนเทศใด ๆ ที่ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ หรือสามารถประมวลด้วย คอมพิวเตอร์ได้</p> <p>- มาตรฐาน หมายถึง การรับรองมาตรฐานสินค้า และ/หรือ ศูนย์ทดสอบต่าง ๆ เพื่อสร้างและ ยกกระดับความสามารถทางด้านคุณภาพ ทั้งในชาติและนานาชาติ</p>
8. เครือข่าย	<p>เครือข่ายความร่วมมือ (Network) และสมาคม (Consortium) ด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและ นวัตกรรม ที่เกิดจากการดำเนินการของโครงการ ทั้งเครือข่ายในประเทศ และเครือข่ายระดับ นานาชาติ ซึ่งจะช่วยในการยกระดับความสามารถในการ แข่งขันให้แก่ประเทศ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เครือข่ายความร่วมมือทางด้านวิชาการ 2. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ 3. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม 4. เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
9. การลงทุนวิจัยและนวัตกรรม	<p>ความสามารถในการระดมทุนเงินงบประมาณจากภาครัฐ และผู้ประกอบการ ภาคเอกชน ทั้งใน ประเทศและต่างประเทศ เพื่อการลงทุนสนับสนุนการวิจัยและ นวัตกรรม ทั้งในรูปของเงินสด (In cash) และส่วนสนับสนุนอื่นที่ไม่ใช่เงินสด (In kind)</p>
10. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และมาตรการ (Policy Recommendation) และมาตรการ (Measures)	<p>ข้อเสนอแนะในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ หรือมาตรการจากงานวิจัยที่เป็น ประโยชน์ต่อ ภาคประชาชน สังคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งสามารถนำไปใช้ในการ บริหารจัดการ และแก้ปัญหา ของประเทศ เช่น มาตรการที่ใช้เพื่อปรับปรุง กฎหมาย/ระเบียบ หรือพัฒนามาตรการและสร้าง แรงจูงใจให้เอื้อต่อการพัฒนา ภาคประชาชน สังคม หรือเศรษฐกิจ</p>

หมายเหตุ 1. กรอกข้อมูลเฉพาะผลผลิตที่โครงการคาดว่าจะได้รับและสามารถทำได้จริง เนื่องจากเป็น ตัวชี้วัดในการประเมินผลของหน่วยงาน (หากผลผลิตข้อใดไม่มีไม่ต้องระบุ)

2. ผลผลิต คือ ผลที่เกิดขึ้นทันทีเมื่อจบโครงการ และเป็นผลโดยตรงจากการดำเนินโครงการ ซึ่งได้ระบุไว้ในกิจกรรมของโครงการ

4. ผลลัพธ์ Expected Outcomes ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

นิยามของผลลัพธ์ คือ การนำผลผลิต (output) ที่ได้ของโครงการพัฒนา ววน. ไปใช้ประโยชน์โดยผู้ใช้ (users) ที่ชัดเจน ส่งผลทำให้ระดับความรู้ ทักษะ ทักษะ พฤติกรรม การปฏิบัติหรือทักษะ ของผู้ใช้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเมื่อเทียบกับก่อนการนำผลผลิตจากโครงการมาใช้ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากผลผลิตของโครงการที่เป็นทั้งผลิตภัณฑ์ การบริการ และเทคโนโลยี โดยภาคเอกชนหรือประชาสังคม ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดผลผลิตของโครงการเดิมที่ยังไม่เสร็จสมบูรณ์ ให้มีระดับความพร้อมในการใช้ประโยชน์สูงขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (ทำ dropdown list ให้เลือก)	จำนวน	รายละเอียดของ ผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)	2	บทความ	1) จำนวน บทความวิจัยใน ฐาน SCOPUS จำนวน 1 บทความ 2) จำนวน บทความวิจัยใน ฐาน TCI จำนวน 1 บทความ	มหาวิทยาลัยราช ภัฏสวนสุนันทาได้ ผลงานบทความ วิจัยจากทีม นักวิจัย
การอ้างอิง (Citations)				
เครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัย (Research tools and methods)				
ฐานข้อมูลและแบบจำลองวิจัย (Research databases and models)				
ความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรด้าน วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (Next destination)				
รางวัลและการยอมรับ (Awards and recognition)				
การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัยและ โครงสร้างพื้นฐาน (Use of facilities and resources)				
ทรัพย์สินทางปัญญา การขึ้นทะเบียนพันธุ์พืชและ พันธุ์สัตว์ และการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Intellectual property, Registered Plants Varieties and Animals Breeding and licensing)				
การถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer)				
ผลิตภัณฑ์และการบวนการ บริการ และการรับรองมาตรฐานใหม่ (New Products/Processes, New Services and New Standard Assurances)				
ทุนวิจัยต่อยอด (Further funding)				
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือ (Collaborations and partnerships)				

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (ทำ dropdown list ให้เลือก)	จำนวน	รายละเอียดของ ผลลัพธ์	ผู้ได้รับ ผลกระทบ	ปีที่น่าส่ง ผลลัพธ์ (dropdown)
การผลักดันนโยบาย แนวปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบ (Influence on policy, practice, plan and regulations)				
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)	1	ถ่ายทอด 1 องค์ความรู้ ต่อสถานประกอบการ	การนำองค์ ความรู้ ถ่ายทอด ลงสู่ ผู้ประกอบการ อุตสาหกรรม เครื่องจักรกล การเกษตร	อุตสาหกรรม เครื่องจักรกล การเกษตรใน ประเทศไทย

ประเภทของผลลัพธ์และคำจำกัดความ (Type of Outcomes and Definition)

ประเภทของผลลัพธ์ (Types of Outcomes)	คำจำกัดความ (Definition)
ผลงานตีพิมพ์ (Publications)	ผลงานทางวิชาการในรูปแบบสิ่งพิมพ์และไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเกิดจากการศึกษาวิจัย อาทิเช่น บทความจากการประชุมวิชาการ บทความวิจัย บทความปริทัศน์ บทความวิชาการ หนังสือ ตำรา พจนานุกรม และงานวิชาการอื่นๆ ในลักษณะเดียวกัน
การอ้างอิง (Citations)	จำนวนครั้งในการอ้างอิงผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ โดยสืบค้นจากฐานข้อมูล Scopus
เครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัย (Research tools and methods)	เครื่องมือหรือกระบวนการที่ผู้วิจัยใช้ในการทดลอง ทดสอบ เก็บรวบรวมหรือวิเคราะห์ข้อมูล โดยเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่ได้มีมาก่อน แต่ได้เผยแพร่และเป็นที่ยอมรับโดยมีผู้นำเครื่องมือและระเบียบวิธีการวิจัยไปใช้ต่อและมีหลักฐานอ้างอิงได้
ฐานข้อมูลและแบบจำลองวิจัย (Research databases and models)	ฐานข้อมูล (ระบบที่รวบรวมข้อมูลไว้ในที่เดียวกัน) หรือแบบจำลอง (การสร้างรูปแบบเพื่อแทนวัตถุ กระบวนการ ความสัมพันธ์ หรือ สถานการณ์) ที่ถูกพัฒนาขึ้นจากงานวิจัย โดยมีผู้นำฐานข้อมูลหรือแบบจำลองไปใช้ให้เกิดประโยชน์มีหลักฐานอ้างอิงได้
ความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรด้าน วิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (Next destination)	การติดตามการเคลื่อนย้ายและความก้าวหน้าในวิชาชีพของบุคลากรในโครงการด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. หลังจากสิ้นสุดโครงการ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
รางวัลและการยอมรับ (Awards and recognition)	เกียรติยศ รางวัลและการยอมรับจากสังคมที่ได้มาโดยหน้าที่การงานจากการทำงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่ได้รับงบประมาณจากกองทุนส่งเสริม ววน. โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน (Use of facilities and resources)	การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือ อุปกรณ์ ห้องวิจัยและโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่นักวิจัยพัฒนาขึ้น หรือได้รับงบประมาณเพื่อการจัดหาให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่มาใช้งานในวงกว้าง โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้
ทรัพย์สินทางปัญญา การขึ้นทะเบียนพันธุ์พืชและ พันธุ์สัตว์ และการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Intellectual property, Registered Plants Varieties and Animals Breeding and licensing)	ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง การประดิษฐ์ คิดค้นหรือคิดทำขึ้น อันเป็นผลให้ไดมาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีใด ขึ้นใหม่ หรือการกระทำใดๆ ที่ทำให้ดีขึ้นซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธี หรือการกระทำใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่มโดยใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และ

ประเภทของผลลัพธ์ (Types of Outcomes)	คำจำกัดความ (Definition)
	<p>ความวิริยะอุตสาหะของตนเองในการสร้างให้เกิดงานสร้างสรรค์ 9 ประเภทตามที่กฎหมายกำหนด อาทิเช่น งานวรรณกรรม</p> <p>งานศิลปกรรม งานดนตรีกรรม งานภาพยนตร์ เป็นต้น โดยไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ซึ่งเกิดจากผลงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริม ววน. โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p> <p>การขึ้นทะเบียนพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ หมายถึง พันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ที่เกิดจากงานวิจัย และจะต้องจดทะเบียนพันธุ์ใหม่โดยหน่วยงานที่มีหน้าที่ใน การรับจดทะเบียนพันธุ์ หรือหน่วยงานต้นสังกัดของนักวิจัย</p> <p>การอนุญาตให้ใช้สิทธิ หมายถึง การที่เจ้าของสิทธิอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิใดๆ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัย เช่น ผลิต / ขาย / ใช้ หรือมีไว้ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของสิทธิ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์เป็นหลัก โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p>
การถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer)	<p>การนำเอาเทคโนโลยีหรือองค์ความรู้ที่เกิดจากการวิจัยและนวัตกรรมถ่ายทอดให้แก่ผู้ใช้ และเกิดการนำเอาผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ เพื่อขับเคลื่อนงานวิจัยไปสู่การขยายผลในเชิงพาณิชย์ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p>
ผลิตภัณฑ์และการบวนการ บริการ และการรับรองมาตรฐานใหม่ (New Products/Processes, New Services and New Standard Assurances)	<p>ผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ ที่ได้ จากการวิจัย อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์/ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับ ซอฟต์แวร์และปัญญาประดิษฐ์/ผลิตภัณฑ์ด้านเทคนิคและเทคโนโลยี/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหาร ผลิตภัณฑ์ด้านศิลปะและการ สร้างสรรค์รวมถึงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หรือการจัดการในรูปแบบ ใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่หรือพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมอย่างมีนัยสำคัญ นำไปใช้ ประโยชน์ได้ และสามารถก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม บริการใหม่ หมายถึง รูปแบบและวิธีการบริการใหม่ๆ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่หรือ พัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมอย่างมีนัยสำคัญ นำไปใช้ประโยชน์ได้ และสามารถ ก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม การรับรองมาตรฐานใหม่ หมายถึง มาตรฐานที่พัฒนาขึ้นใหม่ และ/หรือ ศูนย์ทดสอบต่างๆ ที่พัฒนาจนได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อสร้าง ความสามารถทางด้านคุณภาพ ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ และสามารถก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p>
ทุนวิจัยต่อยอด (Further funding)	<p>ทุนที่นักวิจัยได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยต่อยอดจากงานวิจัยเดิม ซึ่งเกิดจากการนำผลงานวิจัยที่ได้ของโครงการวิจัยเดิมมาเขียนเป็นข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับทุนวิจัยต่อยอดในโครงการใหม่ สิ่งสำคัญคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งทุนและงบประมาณที่ได้รับจากโครงการทุนวิจัยต่อยอดใหม่ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p>
ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือ (Collaborations and partnerships)	<p>ความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือที่เกิดขึ้นหลังจากโครงการวิจัยเสร็จสิ้น โดยเป็นความร่วมมือที่เกี่ยวข้องโดยตรงหรืออาจจะทางอ้อมจากการดำเนินโครงการ ทั้งนี้สิ่งสำคัญคือ การระบุผลผลิต (output) ผลลัพธ์ (outcome) และผลกระทบ (impact) ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือหรือหุ้นส่วนความร่วมมือนี้ โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้</p>
การผลักดันนโยบาย แนวปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบ (Influence on policy, practice, plan and regulations)	<p>การดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อขับเคลื่อนการนำผลงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย หรือเกิดแนวปฏิบัติ แผนและกฎระเบียบต่างๆ ขึ้นใหม่ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์และผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงในมิติต่างๆ ทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการเมืองการปกครอง ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศโดยรวม โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้ ทั้งนี้ต้องไม่ใช่การดำเนินการที่ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย</p>
กิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities)	<p>กิจกรรมที่หัวหน้าโครงการและ/หรือทีมวิจัย ได้สื่อสารผลงานด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) กับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และเป็นเส้นทางที่ส่งผลให้เกิดผลกระทบในวงกว้างต่อไป โดยมีหลักฐานอ้างอิงได้ ทั้งนี้กิจกรรมดังกล่าวต้องมีใช้กิจกรรมที่ระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัย</p>

5. ผลกระทบ (Expected Impacts) ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

นิยามของผลกระทบ คือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากผลลัพธ์ (outcome) ในวงกว้างทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม หรือผลสำเร็จระยะยาวที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของผลลัพธ์ โดยผ่านกระบวนการการสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement activities) และมีเส้นทางของผลกระทบ (impact pathway) ในการขับเคลื่อนไปสู่การสร้างผลกระทบ ทั้งนี้ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจะพิจารณารวมผลกระทบในเชิงบวกและเชิงลบ ทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจให้เกิดขึ้น

ด้านวิชาการ

ระบุ

1) ต้นฉบับบทความวิจัย (Manuscript)

2) จำนวนบทความวิจัยในฐาน SCOPUS จำนวน 1 บทความและจำนวนบทความวิจัยในฐาน

TCI จำนวน 1 บทความ

ด้านสังคม

ด้านสาธารณะ

ด้านชุมชนและพื้นที่

ด้านสิ่งแวดล้อม

ระบุ

1) เกิดการเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาชุมชน พื้นที่

ผู้ได้รับผลประโยชน์ คือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตร ในประเทศไทย สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้น

ด้านนโยบาย

ระบุ

1) เครือข่ายความร่วมมือทางด้านวิชาการ

2) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

3) เครือข่ายเพื่อการพัฒนาสังคม

ผู้ได้รับผลประโยชน์ 1) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย 2) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 3) ทีมวิจัยกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องทุกปี

ด้านเศรษฐกิจ

ระบุ ผลผลิตที่จะได้รับคือ องค์กรความรู้แก้ปัญหาได้

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

1) ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

2) ลดการนำเข้าเทคโนโลยีจากต่างประเทศ

ผู้ได้รับผลประโยชน์ คือ 1) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทย สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้น หรือลดต้นทุนลงได้ร้อยละ 20