

ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ Relationship of Factors that effect on Development Model for Management Standards

จันทร์เพ็ญ วิศัลยาจรเดช^{1*}, นที ปัจฉิมมา²

Chanpen Wisonyakhajorndej^{1*}, Natee Padchimma²

¹สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

²สาขาวิชาการจัดการการค้ำสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

¹Faculty Of Business Administration (Management), Bangkokthonburi University

²Modern Business Management Faculty of Business Administration, Bangkokthonburi University

*ผู้นิพนธ์หลัก email: chanpen.wis@bkkthon.ac.th

Received: November 25, 2023; Revised: December 23, 2023; Accepted: December 25, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ 2. ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ และกระบวนการบริหารที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ การศึกษาใช้การศึกษาเชิงปริมาณเพื่อทราบถึงข้อมูลพื้นฐานรวมถึงส่วนประสมทางการตลาดกระบวนการบริหารจัดการคุณภาพการให้บริการ จากการศึกษาข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติได้แก่เครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling

ผลการศึกษาสรุปรูปได้ว่าทั้งปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และกระบวนการบริหารจัดการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ โดยองค์ประกอบปัจจัยคุณภาพการให้บริการตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุดคือการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และน้อยที่สุดคือปัจจัยทางด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุดคือการจัดการองค์กร และน้อยที่สุดคือปัจจัยทางด้านการวางแผน ปัจจัยด้านองค์ประกอบการบริหารจัดการ ตัวแปรที่มีน้ำหนักสำคัญมากที่สุดคือการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และน้อยที่สุดคือปัจจัยทางด้านกิจกรรมพัฒนาคุณภาพ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ; กระบวนการบริหารจัดการ; มาตรฐานการจัดการ

ABSTRACT

The objective of this research is 1. Study factors that effect on development model for management standards. 2. Study the relationship between service quality and management processes that influence the development of management standards. The study uses quantitative studies to know basic information including the marketing mix, service quality management processes. From the study of data from a sample of 400 people, statistical analysis methods were used, including the statistical technical tool Structural Equation Modeling (SEM).

The results found that all quality of service, the management process had a positive influence on the development of management standards for factor of quality of service, the most important variable was customer confidence and the customer service. for factor of management process, the most important variable was organizational management. the least was planning factor. for factor of configuration of management, the most important variable was the development of human resources and the least was the factor of quality development.

Keywords: Services quality; Management process; Management Standards

บทนำ

การดำเนินธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาสดังนั้นธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็น “เรื่องสำคัญ” ที่ทุกธุรกิจต้องบูรณาการและขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบตามบริบทองค์กร หลักการของเรื่องนี้คือการที่ธุรกิจให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจมีระบบการกำกับดูแล

กิจการที่ดีและการบริหารความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพควบคู่กับการดำเนินงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการดำเนินธุรกิจโดยปกติ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการ ต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อนำพาให้องค์กรมีความสามารถในการ ดำเนินการอย่างยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและความไม่แน่นอนที่ไม่สามารถคาดการณ์อนาคตได้

อย่างแม่นยำ การเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก และภายในองค์กร ล้วนส่งผลกระทบต่อผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสีย ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง และกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าขององค์กร เพราะฉะนั้นองค์กรมาตรฐานระหว่างประเทศ (International Organization for Standardization: ISO) จึงได้กำหนดและประกาศใช้มาตรฐานระบบการจัดการ ISO 22301:2012 (Business Continuity Management) เพื่อเป็นมาตรฐานให้องค์กรมีการบริหารจัดการแบบองค์รวม ซึ่งบ่งชี้ภัยคุกคามต่อองค์กร และผลกระทบของภัยคุกคามนั้นต่อการดำเนินธุรกิจ และเป็นกรอบการสร้างขีดความสามารถให้องค์กรมีความยืดหยุ่น เพื่อตอบสนองและปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และกิจกรรมที่สร้างมูลค่าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมาตรฐาน BCM นี้ สามารถใช้ได้กับทุกองค์กรประเภท ทุกขนาดได้ และสามารถขอรับรองจากหน่วยงานตรวจประเมินภายนอก (Third Party Certification) ได้ ในมุมมองของมาตรฐาน ISO22301:2012 นี้ นอกจากการบริหารจัดการในสภาวะวิกฤต (Crisis Management) เพียงเพื่อป้องกันการหยุดชะงัก (Disruption) แล้ว องค์กรต้องพิจารณาถึงความไม่แน่นอน และความเสี่ยงจากภัยคุกคามต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรมีระบบการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจให้มีความสมบูรณ์ มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพสามารถเกิดการ บริหาร ความ ยั่งยืน (Sustainable Development) ขององค์กรได้

อย่างแท้จริง โดยได้รับประโยชน์ดังนี้ปรับปรุงประสิทธิภาพของการบริหารจัดการแบบองค์รวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความต่อเนื่องของกระบวนการบริหารจัดการ 1. พัฒนาบุคลากรและองค์กรให้มีความสามารถในการคาดการณ์ (Anticipate) ประเมิน (Access) เตรียมการ (Prepare) ป้องกัน (Prevent) ตอบสนอง (Response) และฟื้นฟู (Recovery) ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง 2. สร้างขีดความสามารถที่ให้องค์กรเกิดความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ 3. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กร (สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ, 2562) ทั้งนี้จากงานวิจัยของ อาริยา จิรพจนานุกรณ์ และคณะ (2565) ซึ่งได้วิจัยเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ ได้ระบุว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของธุรกิจ

นอกเหนือจากวิเคราะห์บริบทขององค์กร แล้ว ธุรกิจควรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจด้วย โดยสามารถดำเนินการได้ดังนี้ 1. ระบุผู้มีส่วนได้เสีย ธุรกิจควรระบุได้ว่าธุรกิจมีความเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มใดบ้างตลอดห่วงโซ่คุณค่า และสามารถจัดลำดับความสำคัญของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม ทั้งผู้มีส่วนได้เสียโดยตรงและผู้มีส่วนได้เสียโดยอ้อม 2. วิเคราะห์ประเด็นที่ผู้มีส่วนได้เสียและธุรกิจมีผลกระทบต่อกัน ธุรกิจควรสามารถประเมินประเด็นผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่ผู้มีส่วน

ได้เสียมีต่อธุรกิจและที่ธุรกิจมีต่อผู้มีส่วนได้เสีย เพื่อให้เห็นว่าในความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและผู้มีส่วนได้เสีย ใครเป็นผู้สร้างผลกระทบและใครเป็นผู้ได้รับผลกระทบ และผลกระทบดังกล่าวเป็นผลกระทบเชิงบวกหรือลบและครอบคลุมประเด็นเรื่องใดบ้าง ซึ่งธุรกิจควรดำเนินการเพิ่มผลกระทบเชิงบวกและลดผลกระทบเชิงลบ เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว 3. กำหนดวิธีการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เมื่อธุรกิจสามารถระบุกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียและประเมินได้ว่าประเด็นใดเป็นประเด็นผลกระทบระหว่างกัน ธุรกิจควรกำหนดวิธีการหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม เพื่อให้มีแนวทางในการสื่อสารและจัดการประเด็นดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มอาจมีช่องทางในการเข้าถึงหรือรูปแบบการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน

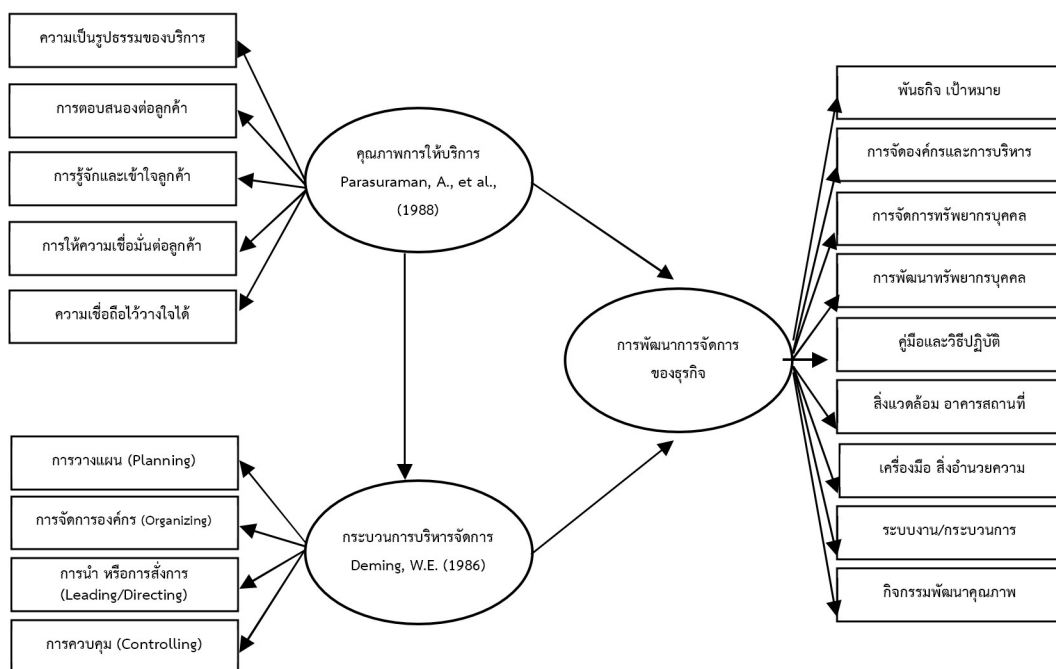
เมื่อได้ศึกษาและวิเคราะห์บริบทและประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนขององค์กรแล้ว ธุรกิจควรกำหนดนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กรออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรและประกาศให้ผู้มีส่วนได้เสียรับทราบ เพื่อแสดงเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นในการพัฒนาและขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืน โดยส่วนใหญ่การประกาศนโยบายและเป้าหมายในระดับองค์กรมักมาจากระดับคณะกรรมการบริษัทหรือผู้บริหารสูงสุดเพื่อสร้างความชัดเจนกับผู้มีส่วนได้เสียว่าองค์กรมีหลักการ กรอบ

ความคิด ทิศทาง และเป้าหมายว่าจะดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานในองค์กร ให้มีแนวคิดและการดำเนินงานในทิศทางที่สอดคล้องกันกับนโยบายและเป้าหมายด้านความยั่งยืนขององค์กร เมื่อธุรกิจได้กำหนดนโยบายด้านความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ธุรกิจควรกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนประเด็นสำคัญด้านความยั่งยืนแต่ละประเด็น อีกทั้งควรสื่อสารให้ผู้บริหาร พนักงาน และผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องได้รับทราบว่า ใครบ้างที่มีบทบาทรับผิดชอบในประเด็นต่าง ๆ ด้านความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการทำงานที่เชื่อมโยงกัน อย่าง บูรณาการ เนื่องจากการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความยั่งยืนไม่ใช่เรื่องของใครคนใดคนหนึ่งหรือฝ่ายงานใดฝ่ายงานหนึ่ง แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกคนในองค์กร ดังนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบในการทำงานของทุกคนล้วนมีความเกี่ยวข้อง และมีผลกระทบต่อความยั่งยืนขององค์กรอย่างใดก็ดี เพื่อให้มีความชัดเจนในการทำงานและการติดตามผลงาน ธุรกิจควรกำหนดบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ดำเนินงานและรับผิดชอบหลักในแต่ละประเด็นไว้ให้ชัดเจน

นอกจากนี้ ธุรกิจบางแห่งอาจกำหนดให้มีฝ่ายงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่ดูแลภาพรวมของการขับเคลื่อนธุรกิจสู่ความยั่งยืนและเป็นศูนย์กลางในการประสานงานร่วมกับฝ่ายงานต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างบูรณาการ

และมุ่งบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระดับองค์กร อย่างไรก็ตามการกำหนดผู้รับผิดชอบและบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านความยั่งยืนอาจไม่มีรูปแบบหรือวิธีดำเนินการที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับโครงสร้างและบริบทของแต่ละองค์กร ซึ่งธุรกิจสามารถพิจารณาได้ตามความเหมาะสม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้
ข้อมูลเชิงทฤษฎี รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่ หนังสือ วารสาร บทความ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง และ/หรือ ทางอ้อม ต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ
2. ศึกษารูปแบบเชิงสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการบริหารที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ

ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ รวบรวมข้อมูลปริมาณ เก็บข้อมูลโดยอาศัยแบบสอบถามที่พัฒนาต่อมาจากการทบทวนวรรณกรรมแบบสอบถามมีข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

สำหรับการพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้อุปกรณ์ทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax. (1996), Hair, Anderson, Tatham & Black. (1998) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้ คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร (Schumacker & Lomax, 1996., Hair et al., 1998 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมและปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

โดยเกณฑ์การประเมินค่านั้น ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยการพิจารณาการแปลผลแบบสอบถามในแต่ละส่วน ใช้ค่าเฉลี่ยคะแนนตามวิธีการคำนวณ ซึ่งใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (Best, J., & Kahn, J. V., 1993)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบและวิเคราะห์เครื่องมือหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ทำการทดลอง (try-out) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด แล้วนำผลการทดสอบมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (alpha coefficient) ด้วยวิธีของครอนบัทซ์ (Cronbach's alpha: α) โดยค่า α ที่ได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 เครื่องมือนี้จึงสามารถนำไปใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูล (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิรวม 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมตามองค์ประกอบที่กำหนด และพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์เฉพาะ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1. เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนหรือมีความสอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ +1 คะแนน

2. เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนหรือมีความสอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ 0 คะแนน

3. เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นเป็นไม่ตัวแทนหรือมีความไม่สอดคล้องกับ ข้อคำถามให้ ให้ -1 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุ ประสงค์ (Index of Item-objective Congruency-IOC) โดยใช้สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC = ดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์ปฏิบัติการ

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนข้อความ
ดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ($IOC \geq 0.5$) ถือว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่ต้องการวัดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป หากข้อคำถามใดมีค่าไม่ถึงเกณฑ์ 0.5 แต่มีความจำเป็นต้องใช้ข้อคำถามนั้นเพื่อให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการวัด จะนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงแก้ไขอีกครั้งตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้

ในงานวิจัยครั้งนี้ มีค่าความเชื่อมั่น รายด้านระหว่าง 0.82-0.96 และทั้งฉบับ เท่ากับ .97 ที่มากกว่า 0.500 แสดงถึง แบบสอบถามนี้มีค่าความเชื่อมั่นได้สูง

ผลการวิจัย

จำแนกตามการใช้บริการ พบว่า ไม่เคยและไม่คิดจะใช้บริการ มากที่สุด 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาคือ ไม่เคยแต่คิดจะใช้บริการ 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 ไม่เคย 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และเคย 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณภาพการบริการ
ความเป็นรูปธรรมของบริการ: มีการให้บริการเหมาะสม สะอาดและสวยงาม ($\bar{x} = 3.06$, $S.D. = .916$)

มีการเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการตลอดเวลา ($\bar{x} = 3.04$, $S.D. = .908$)

ความเชื่อถือไว้วางใจได้: มีบุคลากรมีความสม่ำเสมอในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.03$, $S.D. = .902$) ได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า ($\bar{x} = 3.00$, $S.D. = .916$) บุคลากรมีลักษณะของการบริการที่ลูกค้าสามารถพึงพาได้ ($\bar{x} = 3.01$, $S.D. = .909$) บุคลากรมีความซื่อสัตย์ต่อการให้บริการทำให้การบริการมีคุณภาพเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 2.98$, $S.D. = .916$)

การตอบสนองต่อลูกค้า: บุคลากรมีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ ($\bar{x} = 3.02$, S.D.=.901) บุคลากรมีการปฏิบัติต่อลูกค้าเป็นอย่างดี ($\bar{x} = 3.11$, S.D.=.900) บุคลากรมีการติดต่อดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.885)

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า: บุคลากรมีความสุภาพต่อลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.909) บุคลากรมีความสามารถในการบริการ ($\bar{x} = 3.02$, S.D.=.918) มีมาตรฐานการบริการ ($\bar{x} = 3.00$, S.D.=.912)

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า: บุคลากรมีความเข้าใจต่อความต้องการลูกค้าที่มาใช้บริการ ($\bar{x} = 3.03$, S.D.=.906) กิจการไม่เคยปล่อยให้ลูกค้ารอคอยนานเกินไป ($\bar{x} = 3.00$, S.D.=.912) การบริหารจัดการเวลาที่ใช้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมและยอมรับได้ ($\bar{x} = 3.02$, S.D.=.913)

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ

การวางแผน (Planning) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการกำหนดกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 3.10$, S.D.=.908 ท่านทราบว่ามีการวางแผนล่วงหน้าก่อนดำเนินการ ($\bar{x} = 3.09$, S.D.=.899

การจัดการองค์กร (Organizing): ท่านทราบว่าธุรกิจมีการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่การจัดการองค์กร ($\bar{x} = 3.04$, S.D.=.912) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการพิจารณาถึง

สิ่งที่ต้องการทำและคัดเลือกผู้ที่จะทำ ($\bar{x} = 3.05$, S.D.=.919) ท่านทราบว่าธุรกิจกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) และแบ่งงานอย่างชัดเจน ($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.905)

การนำ หรือการสั่งการ (Leading/ Directing) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการใช้สิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงาน ให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จ ($\bar{x} = 3.03$, S.D.=.90470) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการติดต่อสื่อสารในองค์กรและการทำงานเป็นทีม ($\bar{x} = 3.05$, S.D.=.918) ท่านทราบว่าธุรกิจมีผู้นำที่แสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ($\bar{x} = 3.13$, S.D.=.896)

การควบคุม (Controlling): ท่านทราบว่าธุรกิจมีกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผล และประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน ($\bar{x} = 3.08$, S.D.=.897) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมาย ($\bar{x} = 2.99$, S.D.=.929)

ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการบริหารจัดการ

พันธกิจ เป้าหมาย: ท่านทราบว่าธุรกิจมีการวางแผนเป้าหมายขององค์กรตั้งแต่เริ่มการจัดตั้ง ($\bar{x} = 3.02$, S.D.=.914) ท่านทราบว่าภายในองค์กรมีพันธกิจชัดเจนในด้านการบริการ ($\bar{x} = 3.05$, S.D.=.903)

การจัดองค์กรและการบริหาร: ท่านทราบว่าธุรกิจมีการจัดสรรโครงสร้างองค์กร

อย่างมีระบบ ($\bar{x} = 2.99$, S.D.=.896) ท่าน
ทราบว่าธุรกิจมีการบริหารงานที่มีรูปแบบง่าย
ต่อการดำเนินงาน ($\bar{x} = 3.05$, S.D.=.924)

การจัดการทรัพยากรบุคคล: ท่านทราบว่า
ธุรกิจมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและ
ความสามารถเฉพาะทาง ($\bar{x} = 3.04$, S.D.=.907)
ท่านทราบว่าธุรกิจมีบุคลากรที่มีสัดส่วนเหมาะสม
ต่อจำนวนผู้ใช้บริการ ($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.903)

การพัฒนาทรัพยากรบุคคล: ท่านทราบว่า
ธุรกิจ มีการสนับสนุนพนักงานในการหา
ความรู้เพิ่มเติมในการงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x} = 3.10$,
S.D.=.853) ท่านทราบว่าธุรกิจมีการอบรม
พนักงานในด้านต่างๆที่ใช้ในการทำงาน
($\bar{x} = 2.97$, S.D.= .897)

คู่มือและวิธีปฏิบัติ: ท่านทราบว่าธุรกิจ
มีระบบการบริการอย่างเป็นมาตรฐาน พนักงาน
ใหม่สามารถศึกษาแล้วทำงานได้ ($\bar{x} = 2.99$,
S.D.=.901) ท่านทราบว่าธุรกิจมีวิธีปฏิบัติของ
พนักงานทุกรูปแบบ($\bar{x} = 3.03$, S.D.=.903)

สิ่งแวดล้อม อาคารสถานที่: ท่านทราบว่า
ธุรกิจมีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัย
มีความเป็นส่วนตัว ($\bar{x} = 3.08$, S.D.=.888) ท่าน
ทราบว่าอาคารสถานที่ออกแบบให้เหมาะสม
($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.910)

เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก:
ท่านทราบว่าเครื่องมือและอุปกรณ์เพียงพอต่อ
จำนวนผู้ใช้บริการ($\bar{x} = 3.08$, S.D.=.891) ท่าน
ทราบว่าธุรกิจมีเครื่องมือที่มีคุณภาพพร้อมใช้
งานในการดูแลลูกค้า ($\bar{x} = 2.98$, S.D.=.896)

ระบบงาน/กระบวนการ: ท่านทราบว่า
ธุรกิจมีกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ
ตามมาตรฐานวิชาชีพ ($\bar{x} = 2.98$, S.D.=.925)
ท่านทราบว่าธุรกิจมีกระบวนการให้บริการมี
คุณภาพและ และตอบสนองความต้องการของ
($\bar{x} = 2.99$, S.D.=.909)

กิจกรรมพัฒนาคุณภาพ: ท่านทราบว่า
ธุรกิจมีกิจกรรมติดตามประเมินและพัฒนา
คุณภาพขององค์กร ($\bar{x} = 3.07$, S.D.=.892)
ท่านทราบว่าธุรกิจมีนโยบายในการส่งเสริมการ
พัฒนารูปแบบการจัดการและคุณภาพภายใน
องค์กร ($\bar{x} = 2.98$, S.D.=.916)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง
ตามสมมติฐาน (Structural Equation Model
Analysis-SEM)

การศึกษารูปแบบการพัฒนามาตรฐาน
การจัดการของธุรกิจ ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลใน
เชิงบวกต่อกระบวนการบริหารจัดการ
2. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลใน
เชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการของ
ธุรกิจ
3. ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพล
ในเชิงบวกต่อกระบวนการบริหารจัดการ
4. ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพล
ในเชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการ
ของธุรกิจ

5. กระบวนการบริหารจัดการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการของธุรกิจ

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ และการบริหารจัดการ

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าตัวแบบความสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่า $\chi^2 = 1071.25$ $df = 269$ ค่า $p = 0.000$, $\chi^2 / df = 9.982$, ดัชนี GFI = 0.82, AGFI = 0.79, NFI = 0.97, NNFI = 0.98, CFI = 0.98, RMR = 0.086 และ RMSEA = 0.086 จากค่าสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าค่า p มีค่าไม่มากพอที่จะยอมรับสมมติฐาน ($p < 0.05$) ดัชนีบางดัชนีไม่ผ่านเกณฑ์ในการพิจารณา จึงสรุปได้ว่าตัวแบบความสัมพันธ์ไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) จากนั้นปรับพารามิเตอร์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่ง ค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยรายละเอียดของการปรับแก้โมเดล เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยทำการปรับโมเดลไปจำนวน

77 ครั้ง ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น คือ χ^2 ลดลงจาก 1071.25 เป็น 205.58 และค่า RMSEA ก็ลดลงเช่นเดียวกันจาก 0.086 เป็น 0.013 แสดงให้เห็นว่าการปรับแก้โมเดลเพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธีการดังกล่าวได้ผลค่อนข้างดีและไม่เป็นการแก้ไขแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยด้วย เพราะเป็นการปรับที่ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวแปรเชิงประจักษ์ไม่ได้เปลี่ยนทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลอง

ผลจากการปรับตัวแบบ ผู้วิจัยจึงได้ตัวแบบความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์พิจารณาจากค่า $\chi^2 = 205.58$, $df = 192$, ค่า $p = 0.238$ $\chi^2 / df = 1.071$, ดัชนี GFI = 0.96, AGFI = 0.93, NFI = 0.99, NNFI = 1.00, CFI = 1.00, RMR = 0.010 และ RMSEA = 0.013 จากค่าสถิติดังกล่าวจะเห็นได้ว่าค่า p มีค่ามากพอที่จะยอมรับสมมติฐาน ($p > 0.05$) และดัชนีต่างๆ ผ่านเกณฑ์ในการพิจารณา

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของรูปแบบการพัฒนามาตรฐานการจัดการของธุรกิจ

ปัจจัยเหตุ		MPC				QOS			
ปัจจัยผล	DE	IE	TE		DE	IE	TE		
MPC	-	-	-		0.45**	-		0.45**	
	-	-	-		(0.08)	-		(0.08)	
	-	-	-		5.77	-		5.77	
ECB	0.26**	-	0.26**		0.31**	0.12**		0.43**	
	(0.05)	-	(0.05)		(0.08)	(0.03)		(0.08)	
	4.79	-	4.79		4.11	3.78		5.43	
ค่าสถิติไคร์-สแควร์ = 205.58, df = 192, p-value = 0.238, GFI = 0.96, AGFI = 0.93, NFI = 0.99, NNFI = 1.00, CFI = 1.00, RMR = 0.010, RMSEA = 0.013									
ตัวแปร	PN	OG	LD	CT	MS	OM	MG	DV	GP
ความเที่ยง	0.69	0.79	0.77	0.77	0.60	0.62	0.63	0.66	0.63
ตัวแปร	BE	FT	WP	QD	CS	TW	CR	CC	CS
ความเที่ยง	0.63	0.59	0.52	0.49	0.49	0.68	0.71	0.72	0.49
สมการโครงสร้างของ	MPC			ECB					
ตัวแปร									
R Square	0.68			0.83					
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง									
ตัวแปรแฝง	MPC			ECB			QOS		
MPC	1.00								
ECB	0.83			1.00					
QOS	0.80			0.87			1.00		

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไคร์-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 205.58 องศาอิสระเท่ากับ 192 คำน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.238 นั่นคือ ค่าไคร์-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มี

นัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์โดยค่าดัชนี GFI = 0.96, AGFI = 0.93, NFI = 0.99, NNFI = 1.00 และ CFI = 1.00 มีค่าเข้าใกล้ 1 ส่วนดัชนี RMR = 0.010 และ RMSEA = 0.013 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.49 - 0.79 โดยตัวแปรที่มีความเที่ยงสูงสุด คือ การจัดการองค์กร (OG) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.79 รองลงมาคือ การนำหรือการสั่งการ (LD) การควบคุม (CT) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.77 เท่ากัน ด้านบุคคลหรือพนักงาน (PS) ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.75 ส่วนตัวแปรที่มีความเที่ยงต่ำสุด คือ กิจกรรมพัฒนาคุณภาพ (QD) และความเป็นรูปธรรมของบริการ (CS) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.49 เท่ากัน

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายในพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ มีค่าเท่ากับ 0.68 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) ได้ร้อยละ 68 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของการบริหารจัดการ มีค่าเท่ากับ 0.83 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการบริหารจัดการ (ECB) ได้ร้อยละ 83

เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.79 ถึง 0.87 โดยตัวแปรทุกคู่เป็นความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน คือ มีความสัมพันธ์เป็นบวก โดยตัวแปรแฝงที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r > 0.80$) มีจำนวน 3 คู่ โดยตัวแปรแฝงที่มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์มากที่สุดซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.87 ($r = 0.87$) คือ การบริหารจัดการ (ECB) กับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (QOS) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) กับการบริหารจัดการ (ECB) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.83 ($r = 0.83$) ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) กับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (QOS) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.80 ($r = 0.80$)

เมื่อพิจารณาค่าอิทธิพลซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (QOS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.40 และ 0.45 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(2) ปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (QOS) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการบริหารจัดการ (ECB) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.26 และ 0.31 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(3) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (QOS) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการบริหารจัดการ (ECB) โดยผ่านปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPC) โดยมีขนาดอิทธิพล

ทางอ้อมเท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการของธุรกิจแสดงว่า เมื่อผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการในด้านคุณภาพการบริการย่อมส่งผลให้การพัฒนาตามาตรฐานการจัดการของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นด้วย การบริหารจัดการของธุรกิจเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้าผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังกับคุณภาพการให้บริการการรับรู้กับคุณภาพการให้บริการ และประสบการณ์การรับบริการกับคุณภาพการให้บริการเนื่องจากการสร้างคุณภาพการบริการสู่การบริหารจัดการธุรกิจที่เป็นเลิศสอดคล้องกับการศึกษาของ Nakrem, S. (2011) ที่พบว่า คุณภาพของการดูแลในสถานบริบาลระยะยาวต้องประกอบด้วย คุณภาพของที่พักอาศัยคุณภาพบุคลากรคุณภาพของการบริการ และคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีความรับผิดชอบต่อลูกค้า สามารถวัดได้และมีการประเมินผลที่น่าเชื่อถือ จากมุมมองของคุณภาพเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ปัจจุบันได้รับความสำคัญอย่างยิ่งจากผู้บริหารระดับสูง (top management agenda) และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการสร้างสมรรถนะการจัดการและการแข่งขันให้กับองค์กร และได้รับความ

สนใจอย่างเห็นได้ชัดในช่วงหลายคริสต์ทศวรรษที่ผ่านมา เช่นเดียวกับ Bitner and Hubbert, 1994(อ้างถึงใน Lovelock C. H., 1996) ซึ่งเสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ อันมีอิทธิพลต่อความเป็นเลิศขององค์กร การและยังขัดแย้งกับแนวคิดของ Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1990) การบริการเป็นแนวคิดของการประเมินสู่ความเป็นเลิศหรือการเหนือกว่าของการบริการ

กระบวนการบริหารจัดการมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการพัฒนามาตรฐานการจัดการของธุรกิจ แสดงว่าเมื่อธุรกิจ มีกระบวนการบริหารจัดการที่ดีขึ้นย่อมส่งผลให้การพัฒนาตามาตรฐานการจัดการของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น กิจกรรมจึงควรให้ความสำคัญต่อกระบวนการบริหารจัดการอย่างมากเนื่องจากกระบวนการบริหารจัดการ เป็นการนำปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการมาใช้ในมิติต่างๆเพื่อให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จ การบริหารจัดการในมิติต่าง ๆ จะทำให้องค์กรสามารถปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง สร้างความเข้มแข็งภายในและสามารถพัฒนาศักยภาพให้ก้าวนำคู่แข่งอยู่เสมอ จากงานวิจัยของ ฟาริดา มะ (2564) เรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจโรงแรมได้ระบุว่า การจัดการทรัพยากรของมนุษย์ และกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพล

ในเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีชา พงษ์เพ็ง (2558) ที่กล่าวว่า รูปแบบการบริหารจัดการ มีผลต่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ของศูนย์ การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มาใช้บริการศูนย์ การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี เห็น ด้วยมากต่อรูปแบบการจัดการที่มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาด้วยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผลที่วิเคราะห์ได้จากการวิจัยและความคิดเห็นจากการวิพากษ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. กิจการควรให้ความสำคัญในการเพิ่มพูนทักษะให้ได้มาตรฐานมีความเป็นมืออาชีพ และการส่งเสริมพัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย เสริมสร้างศักยภาพด้านการบริหารจัดการ การสร้างองค์ความรู้ รวมถึงพัฒนาธุรกิจสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ และสร้างโอกาสทางการตลาดและเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสู่สากล

2. เนื่องจากความสามารถในการเติบโตของธุรกิจในอนาคต จะส่งผลให้เกิดความต้องการบุคลากรที่เชี่ยวชาญมากขึ้น ดังนั้นเพื่อก่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพบริการของธุรกิจ บุคลากรซึ่งเป็นส่วนที่มีความสำคัญในการทำหน้าที่เป็นผู้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงควรมีการพัฒนาศักยภาพ โดยจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรที่เป็นรูปธรรม ให้ความสำคัญในด้านความรู้ มีการจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการพัฒนาด้านบุคลิกลักษณะและวิธีการดูแลให้มีมาตรฐานสูงขึ้น

3. การนำผลการวิจัยและรูปแบบที่ค้นพบไปประยุกต์ใช้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจได้เป็นข้อมูลในการตลาดธุรกิจให้บริการซึ่งจากผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษามานั้นพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการบริหารจัดการมีผลต่อการพัฒนาการจัดการของธุรกิจ โดยด้านคุณภาพการบริการผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพ เพราะความน่าเชื่อถือในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

นางลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *โมเดลลิสเรล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ปรีชา พงษ์เพ็ง (2558). รูปแบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ของศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจครีเนครินทราวิโรฒ*, 6(1). 93-102.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟาริดา มะ. (2564). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 10(2). 133-146.
- สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ. (2562). *มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ ISO 22301 (BCM)*. สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2566 จาก <https://www.masoci.or.th/service/>.
- อารียา จิรพจนานันท์, มณฑนา อยู่สมบูรณ์, ระเด่น แทนประชา และสมพอน ภูษณะมงคล. (2565). กลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 11(2). 186-200.
- Best, J., & Kahn, J. V. (1993). *Research in Education*. (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Deming, W.E. (1986). *Out of Crisis*. Boston : The Massachusetts Institute of Technology Center for Advance Engineering Study.
- Lovelock C. H. (1996). *Service Marketing*. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.
- Nakrem, S. (2011). Measuring quality of care in nursing homes - what matters?. *Ph.D. dissertation, Department of Public Health and General Practice, Faculty of Medicine, Norwegian University of Science and Technology*.