

กลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้วยเทคนิคเดลฟาย

รุ่งทิพย์ ไทยสม^{1*} และ ธานินทร์ ศิลป์จารุ²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้วยเทคนิคเดลฟาย กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการเก็บข้อมูลจำนวน 30 ราย ที่ระดับค่าความคลาดเคลื่อน 0.44-0.43 อัตราค่าความคลาดเคลื่อนลดลง 0.01 เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แล้วนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่าตามแนวทางกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนจำนวน 5 ด้าน ได้แก่ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านภูมิคุ้มกัน ด้านความรู้และด้านคุณธรรม สถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยม และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์การวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบขั้นตอนเพื่อให้เป็นไปตามการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากผลสอดคล้องของความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 1.5 ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคเดลฟาย ผลการศึกษาพบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผลและด้านคุณธรรม ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไม่สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในด้านภูมิคุ้มกันและด้านความรู้

คำสำคัญ: กลยุทธ์, ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, ยุคดิจิทัล, ความยั่งยืน, เทคนิคเดลฟาย

รับพิจารณา: 21 ตุลาคม 2562

แก้ไข: 31 ตุลาคม 2562

ตอบรับ: 15 พฤศจิกายน 2562

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุขุภัณฑ์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

² ศาสตราจารย์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร.+666 1395 1551 อีเมล: r.thaisom5@gmail.com



Strategies in Applying Sufficiency Economy Philosophy to Enhance Sustainable Success in Industrial Business in Digital Era Using Delphi Technique

Rungtip Thaisom^{1*} and Thanin Silpcharu²

Abstract

This qualitative study investigates the strategies in applying Sufficiency Economy Philosophy to enhance sustainable success in industrial business in digital era using Delphi technique. Semi-structured interview was administered with 30 experts to collect data with standard error of mean ranging between 0.44 and 0.43 at decreasing rate of 0.01 to develop close-rating scale questionnaires to conduct the survey on the 5 aspects of Sufficiency Economy, i.e., moderation, reasonableness, sufficient self-immunity, knowledge, and integrity. The descriptive research statistics included percentage, mean, median, mode, and inter-quartile range. The data analysis was systematically conducted to achieve the objectives defined by the experts' consensus. The consideration was based on the congruence of the experts' opinions with the inter-quartile range less than or equal 1.5 according to the Delphi technique. The results revealed that the experts reported harmonized opinions on the model of the strategies in moderation, reasonableness, and integrity. However, the experts showed different opinions on the aspects of sufficient self-immunity and knowledge.

Keywords: Strategies, Sufficiency Economy Philosophy, Digital Era, Sustainability, Delphi Technique

Received: October 21, 2019

Revised: October 31, 2019

Accepted: November 15, 2019

¹ Doctoral student, Department of industrial business administration, Faculty of Business, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

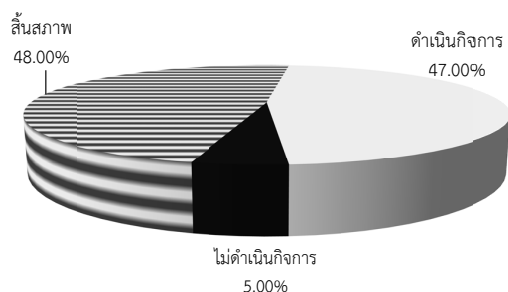
² Professor, Department of industrial business administration, Faculty of Business, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

* Corresponding Author, Tel. +666 1395 1551 e-mail: r.thaisom5@gmail.com

1. บทนำ

ปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Era) ที่เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานอีกต่อไปหากแต่หลอมรวมเข้ากับโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจและชีวิตผู้คนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งกระบวนการผลิต การค้า การบริการและกระบวนการทางสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทประเทศไทยที่ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นโจทย์ความท้าทายที่ในการเพิ่มโอกาส และฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจทั้งภาคการเกษตร การผลิตและการบริการให้สามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ รวมทั้งการปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจ การผลิต การค้าและการบริการ อีกทั้งการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอันนำไปสู่ความยั่งยืนของประเทศ

ทั้งนี้ หากนับถอยหลังไปช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีจำนวนนิติบุคคลเกิดขึ้นมากมาย ทั้งในรูปแบบบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญและบริษัทมหาชน ซึ่ง ณ สิ้นปี พ.ศ. 2560 มีนิติบุคคลจัดตั้งทั่วประเทศ รวมทั้งสิ้น 1,434,843 ราย คิดเป็นทุนจดทะเบียน 22.20 ล้านล้านบาท [1] ดังแสดงรายละเอียดในรูปที่ 1



รูปที่ 1 สัดส่วนนิติบุคคลจำแนกตามสถานการณ์ดำเนินกิจการ [1]

เห็นได้ว่า ปริมาณนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการเทียบกับไม่ดำเนินกิจการและสิ้นสภาพมีปริมาณสัดส่วนที่มากเกินครึ่งหนึ่งของนิติบุคคลทั้งหมดของประเทศคิดเป็นร้อยละ 47.00 และ 53.00 ตามลำดับ ทั้งที่ธุรกิจการค้าในแต่ละสาขา ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ก่อสร้าง การเงินและประกันภัยและบริการเป็นเครื่องมือ

สำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคของประเทศและจากจำนวนรายไม่คงอยู่ของกิจการนิติบุคคลที่มีทิศทางสถิติสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายในการพัฒนาโครงสร้างหลักทางเศรษฐกิจของประเทศที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข นั่นคือการมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของกิจการให้มีประสิทธิภาพในระยะยาว ควบคู่ไปกับการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรจนกระทั่งประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ก่อให้เกิดความคงอยู่และนำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับกิจการอย่างมั่นคง นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตในระดับจุลภาค เกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจในระดับมหภาค จนกระทั่งสามารถนำพาประเทศไปสู่ความยั่งยืนทางระบบเศรษฐกิจ (Sustainable Economy) ได้ในที่สุด

ทั้งนี้ในทางกลับกัน ได้มีบทสะท้อนในอีกแง่มุมหนึ่งที่เป็นผลจากการพัฒนารูปแบบเศรษฐกิจใหม่ในยุคดิจิทัล (Digital Economy) ที่กลับพบความซับซ้อนจากห่วงโซ่การผลิตรูปแบบใหม่กระจายอยู่ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน เหตุการณ์ในซีกโลกหนึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอีกซีกโลกหนึ่งด้วยเวลาอันสั้น หรือแม้กระทั่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ในทางที่ผิด วัตถุประสงค์อย่างที่เราควรจะเป็น ทั้งเรื่องข้อมูลต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาไปในทางขัดต่อจริยธรรมในการทำธุรกิจ ผวนกับการดำเนินธุรกิจของไทยยังเชื่อมโยงและพึ่งพิงกับต่างชาติในระดับสูง การรวมหัวอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองในระดับต่าง ๆ จึงเป็นทั้งโอกาสสำหรับกิจการในการวิจัยและพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จ ในอีกด้านหนึ่งกิจการจากต่างประเทศก็สามารถรุกตลาดเข้ามาในประเทศไทยได้มากขึ้น เกิดความผันผวนและความไม่แน่นอนจากสภาวะการณ์สิ้นสุดลงของตลาดเดียว เกิดปัญหาการว่างงานที่ทำให้ประเทศส่วนใหญ่ต้องปกป้องความเป็นอยู่ประชากรและอุตสาหกรรมในประเทศเพิ่มขึ้น ทิศทางแนวโน้มภาระรายจ่ายเพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงบริบทโลกสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) แบบก้าวกระโดด จนกระทบต่อรูปแบบการทำงานในระบบเศรษฐกิจ รวมไปถึงความไม่พอเพียงด้านการลงทุน หรือการกีดกันอย่างไม่สมเหตุผล ขาดความรู้และรอบคอบ จนนำไปสู่การขาดความต่อเนื่องในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งผล

จากการศึกษา “กลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้วยเทคนิคเดลฟาย” สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการรับมือและเตรียมพร้อมรับกระแสเศรษฐกิจยุคดิจิทัลที่อาศัยความรู้และความรอบคอบทางวิชาการและเทคโนโลยีต่าง ๆ มีความเพียรและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วควบคู่ไปกับการเสริมสร้างพื้นฐานคุณธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตให้สามารถดำรงธุรกิจด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรมตามแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพร้อมทั้งสามารถพัฒนาระดับศักยภาพการบริหารจัดการกิจการให้คงอยู่อย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างความสมดุลในทุกมิติและปรับองค์ประกอบของกิจการให้เข้มแข็ง พร้อมรับมือกับทุกบริบทของสภาพแวดล้อมอย่างมั่นคงจนเกิดเสถียรภาพทางธุรกิจในระยะยาวจนกระทั่งนำไปสู่การยก ระดับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้วยเทคนิคเดลฟาย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ตามแบบการวิจัยเชิงอนาคตโดยใช้เทคนิคเดลฟาย กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการเก็บข้อมูลได้อาศัยเกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจงจากองค์กรธุรกิจที่ได้รับการยกย่องด้านการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กรจากผลการประกวดผลงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงครั้งที่ 1 และ 2 โดยสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และได้รับการยกย่องด้านการเป็นองค์กรดีเด่นจากมูลนิธิมั่นพัฒนา รวมทั้งองค์กรธุรกิจที่ร่วมมือกับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อขับเคลื่อนด้านการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้จำนวน 23 ราย และนักวิชาการด้านกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง จำนวน 7 ราย รวมทั้งสิ้น 30 ราย สถิติที่ใช้ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ค่าฐานนิยมและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์การวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการอย่างเป็นระบบขั้นตอนตามการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของความคิดเห็นด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 1.5 [2] ซึ่งเป็นไปตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยมีรูปแบบและวิธีการสร้างเครื่องมือในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

รอบที่ 1 จัดเตรียมแนวคำถามที่สร้างขึ้น ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดแบบกึ่งโครงสร้างที่ผู้วิจัยจะกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ 5 ด้านตามแนวทางของกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ได้แก่ ด้านความพอ ประมาณ ความมีเหตุผล ภูมิคุ้มกัน ความรู้และคุณธรรม ไปเก็บรวบรวมข้อมูล

รอบที่ 2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับการสัมภาษณ์ในรอบที่ 1 มาประมวลผลด้วยการจำแนกเนื้อหาออกเป็นประเด็น และจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะร่วม หรือมีความหมายคล้ายคลึงกันไว้ด้วยกันจากนั้นให้ความหมายหรือจำแนกชื่อกลุ่มข้อมูลนั้น ๆ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่าเป็นฉบับที่ 2 ซึ่งกำหนดค่าระดับคะแนนความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ แล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม โดยให้นำหนักความสำคัญของเรื่องต่าง ๆ

รอบที่ 3 ผู้วิจัยนำผลการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 มาคำนวณหาช่วงพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อนำไปสู่การทบทวนความคิดเห็นพร้อมให้ข้อมูลย้อนกลับสำหรับพิจารณาความสอดคล้องของคำตอบเทียบเคียงกับตำแหน่งคำตอบของผู้เชี่ยวชาญโดยรวม ซึ่งหากไม่สอดคล้อง ผู้เชี่ยวชาญจำเป็นต้องแสดงเหตุผลเพิ่มเติมสำหรับยืนยันความชัดเจนของข้อมูลเพื่อนำมาซึ่งข้อมูลที่มีคุณค่าถูกต้องและเชื่อถือได้ต่อการวินิจฉัยสำหรับพัฒนากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

4. ผลการวิจัย

4.1 จากความคิดเห็นกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในด้านพอประมาณของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งสิ้น 29 ตัวบ่งชี้โดยให้ความสำคัญต่อตัวบ่งชี้การใช้ทรัพยากรภายในธุรกิจที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดเป็นลำดับ 1 ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 0.00

4.2 กลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านความมีเหตุผล พบว่ามีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งสิ้น 37 ตัวบ่งชี้ โดยให้ความสำคัญต่อตัวบ่งชี้การให้บริการที่ประทับใจ (Service Quality) เป็นลำดับ 1 ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 0.00

4.3 สำหรับกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านภูมิคุ้มกันพบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน 36 ตัวบ่งชี้ โดยให้ความสำคัญต่อตัวบ่งชี้การพยายามรักษาฐานลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับ 1 ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 0.00 และมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน 1 ตัวบ่งชี้ คือการหาผู้ร่วมลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 2.00 โดยให้ความเห็นว่าควรหาแนวทางป้องกันเพื่อลดความเสี่ยงด้วยตนเองในกรณีเกิดการชะลอตัวของธุรกิจอุตสาหกรรมและเกิดความเสียหายต่อกรอบคุณภาพกิจการ อันนำมาซึ่งการลดทอนสิทธิและอำนาจในการบริหารจัดการรวมทั้งควรสร้างความอยู่รอดด้วยกิจการเองเพื่อความมั่นคงในระยะยาว

4.4 ส่วนกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านความรู้ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน 34 ตัวบ่งชี้ โดยมีความคิดเห็นต่อตัวบ่งชี้การพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ความสามารถการเป็นผู้นำองค์กรที่ดี เป็นอันดับ 1 ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

เท่ากับ 0.00 และมีความคิดเห็นไม่สอดคล้องกัน 1 ตัวบ่งชี้ คือควรเน้นการสร้างองค์ความรู้ หรือบทเรียนที่เหมาะสมกับบริบทขององค์กร ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 2.00 โดยให้ความเห็นว่าการสมัครเป็นสมาชิกต่าง ๆ เป็นการประสานงาน มากกว่าเสริมสร้างความรู้การรวมตัวกันของสมาคม หรือชมรมหลายสายวิชาชีพ ยังมีองค์ความรู้ที่ล้าหลัง และไม่ได้เอื้อในโอกาสการแข่งขันทางธุรกิจ รวมทั้งควรเน้นการแสวงหาความรู้ในระดับสากลเพื่อสร้างความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร

4.5 กลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านคุณธรรมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งสิ้น 44 ตัวบ่งชี้ โดยให้ความสำคัญต่อตัวบ่งชี้การรักษาความลับของพันธมิตร คู่ค้าและลูกค้าอย่างเคร่งครัด เป็นอันดับ 1 ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เท่ากับ 0.00

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.1 จากผลการศึกษากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในด้านความพอประมาณนั้นให้ความสำคัญกับตัวบ่งชี้ การใช้ทรัพยากรภายในธุรกิจที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับ Kantola [3] ที่กล่าวว่ารูปแบบการจัดการทรัพยากรองค์กรสมัยใหม่จำเป็นต้องใส่ใจทรัพยากรด้านบุคคล เวลา การเงินและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรสินที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้ง Harmon [4] ได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการทรัพยากรองค์กรในยุคปัจจุบันว่าจำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Management) ในอันที่จักพิจารณาปัจจัยนำเข้าและปัจจัยนำออกทุกขั้นตอนเพื่อประสิทธิผลของธุรกิจ และสอดคล้องกับ Alfaro [5] ที่ว่าการวิเคราะห์องค์กรธุรกิจด้วยห่วงโซ่คุณค่า เป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ผลผลิตภาพขององค์กรระดับนานาชาติเพื่อการแข่งขันในโลกธุรกิจระยะยาว

5.2 จากกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านความมีเหตุผล ให้



ความสำคัญกับตัวบ่งชี้การให้บริการที่ประทับใจมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kumar et al. [6] ที่กล่าวว่าการสร้างความพึงพอใจและความจงรักภักดีด้วยการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เป็นวิธีสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรและนำมาซึ่งความต้องการซื้ออย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตลาดอุตสาหกรรม (Business to Business) ทั้งนี้ Etzel [7] ได้กล่าวว่าการจัดการคุณภาพบริการควรคำนึงถึงการรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค รวมทั้งยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Jones et al [8] ที่ว่าการพัฒนาคุณภาพองค์กรเป็นเรื่องที่คณะผู้บริหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญในข้อมูลและติดตามผลอย่างใกล้ชิด เพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์องค์กรให้รองรับการเปลี่ยนแปลงได้ทันทั่วทั้งที่

5.3 สำหรับผลการศึกษากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านภูมิคุ้มกันให้ความสำคัญกับตัวบ่งชี้การพยายามรักษาฐานลูกค้าเก่าและแสวงหาลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่องมากที่สุดสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Law [9] ที่ว่าในยุคปัจจุบัน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและรักษาลูกค้า (Customer Retention) ไว้ โดยอาศัยเครื่องมือการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligent) มีความสำคัญยิ่งต่อการวางแผนระบบธุรกิจให้เข้าถึงพฤติกรรมและความต้องการลูกค้าเชิงลึกสำหรับนำมาสรรสร้างกิจกรรมความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการลดต้นทุนโดย Skoumpopoulou and Franklin [10] ยังได้กล่าวว่า การอาศัยเทคโนโลยีเพื่อจัดการกลยุทธ์ลูกค้าสัมพันธ์ ถือเป็นลดทอนความเสี่ยงทางการเงินด้านยอดขายให้เกิดเสถียรภาพจากการซื้อซ้ำประกอบกับ Dewnarain, Ramkissoon and Mavondo [11] กล่าวว่า ในปัจจุบันควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตรัสสินค้ากับสังคมแวดล้อม (Social Customer Relations Management: SCRМ) เพื่อเป็นแนวทางป้องกันความเสี่ยงด้านภาพพจน์และภาพลักษณ์ขององค์กรต่อสาธารณชน โดย Al-Dmour, Ali and Aldmour [12] ได้กล่าวว่าการสร้างความผูกพัน (Customer Engagement) ถือเป็นทางเลือกแบบให้

ลูกค้าเกิดประสบการณ์ร่วมทั้งกระบวนการ โดยอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาวิเคราะห์ แยกแยะและจัดรูปแบบจนเพิ่มระดับสถานะความสัมพันธ์เป็นหุ้นส่วน (Partners)

5.4 การศึกษากลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านความรู้ให้ความสำคัญกับตัวบ่งชี้การพัฒนาผู้บริหารให้มีความรู้ความสามารถเป็นผู้นำองค์กรที่ดีมากที่สุดสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Shariq, Mukhtar and Anwar [13] ที่ว่าการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้นำมาผลต่อการถ่ายทอดองค์ความรู้เป็นลำดับขั้นตามสายการบังคับบัญชาผ่านการปลูกฝังทัศนคติเชิงบวกและการสร้างนวัตกรรมด้านความรู้สู่การพัฒนาองค์กร นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Farahnak et al. [14] ที่ว่าการสร้างนวัตกรรมในองค์กรจำเป็นต้องปลูกฝังทัศนคติไปยังผู้นำเพื่อเป็นแรงผลักดันและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงทั่วทั้งองค์กรสนใจในการเรียนรู้ พร้อมรับสถานการณ์โลกธุรกิจอย่างรู้เท่าทันและสร้างวัฒนธรรมส่งเสริมพนักงานทุกระดับให้กระตือรือร้นต่อการแข่งขันและการคิดค้นนวัตกรรมใหม่สำหรับขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

5.5 ผลการวิจัยกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้านคุณธรรมให้ความสำคัญกับตัวบ่งชี้การรักษาความลับของพันธมิตร คู่ค้า และลูกค้าอย่างเคร่งครัดมากที่สุดสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nicholson and Kurucz [15] ที่ว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจที่เชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งหมายรวมถึงความซื่อสัตย์ในการจัดการข้อมูล ทั้งปกป้องข้อมูลความลับและข้อมูลที่ละเอียดอ่อน จัดเป็นหนึ่งในทรัพย์สินที่มีค่าสูงสุดทั้งขององค์กร บุคลากรและคู่ค้า โดยถือเป็นหลักจรรยาบรรณและจริยธรรมทางธุรกิจในการสร้างความยั่งยืนร่วมกันรวมทั้ง Woermann and Engelbrecht [16] ยังกล่าวว่าความท้าทายในการสร้างจรรยาบรรณทางธุรกิจจำเป็นต้องอาศัยกลไกการพัฒนาผู้มีส่วนได้เสียไปสู่ความสัมพันธ์แบบผู้มีส่วนร่วมในธุรกิจ (Relationholders) เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่มั่นคงทางธุรกิจในระยะยาวดังงานวิจัยของ Eger, Scarles and Miller [17] ที่พบว่ารูปแบบการรักษาความสัมพันธ์กับ



กลุ่มคู่ค้าอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยความเชื่อใจและความรับผิดชอบร่วมกัน ในรูปแบบผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เพื่อร่วมกันสร้างและส่งมอบคุณค่าที่เป็นรูปธรรมไปพร้อมกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

5.6 จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นต่อกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนไม่สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในตัวอย่างชี้การหาผู้ร่วมลงทุนเพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ในด้านภูมิคุ้มกันซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Jyoti and Chahal [18] ที่ว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage: SCAs) จำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าแบบยากที่จะเลียนแบบ รวมทั้ง Kumar, Jones and Venkatesan [19] กล่าวว่าองค์กรทุกขนาด สามารถสร้างคุณค่าด้วยจุดยืน (Positioning) และเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อปกป้องคุณค่าองค์กร จนกระทั่งสามารถวัดผลแห่งความสำเร็จขององค์กรได้อย่างยั่งยืนสอดคล้องกับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันด้วยเครื่องมือการประเมินผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ Gomes and Romão [20]

5.7 จากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มีความเห็นต่อกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนไม่สอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในตัวอย่างชี้การสมัครเป็นสมาชิกของสมาคม ชมรมหรือสายงานธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในด้านความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hu et al. [21] ที่ว่ากลยุทธ์ในยุคดิจิทัลได้พลิกโฉมให้เข้าถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน (Technologies and Eco-innovation Towards Sustainability) ด้วยการสร้างองค์ความรู้ภายใต้อัตลักษณ์องค์กร นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Value Innovators) และยังคงสอดคล้องกับ Bocken [22] ที่ว่าคุณค่าองค์กรที่ยั่งยืนมาจากการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีฝังรากลึกเข้าไปในวัฒนธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ตลอดชีวิต

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ

6.1.1 การเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนากลยุทธ์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล ในทุกภาคส่วนธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ควรมุ่งเน้นแนวทางการใช้ทรัพยากรภายในธุรกิจที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดลดขั้นตอน ขจัดเวลาและต้นทุนที่เสียเปล่าเพื่อการแข่งขันในตลาดระดับโลกระยะยาว

6.1.2 ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือการให้บริการที่ประทับใจ ด้วยการวิจัยและพัฒนาเพื่อออกแบบปรับแต่งผลิตภัณฑ์จากเทคโนโลยีพื้นฐานสำหรับรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค ถือเป็น การสร้างกลยุทธ์การจัดการระบบธุรกิจให้มีเสถียรภาพอย่างมั่นคงและยั่งยืน

6.1.3 ในการก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ของภาคธุรกิจอุตสาหกรรม แนวทางการรักษาลูกค้าถือเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทในการสร้างภูมิคุ้มกันระยะยาว โดยอาศัยปัญญาประดิษฐ์เข้ามาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ร่วมทั้งกระบวนการจนยกระดับสถานะความสัมพันธ์เป็นหุ้นส่วน ถือเป็นแนวทางป้องกันให้กิจการคงอยู่อย่างแข็งแกร่งและนำไปสู่ระบบธุรกิจที่ยั่งยืน

6.1.4 การพัฒนาองค์ความรู้ผู้นำ ถือเป็นแนวทางขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จด้วยการสร้างนวัตกรรมทางความรู้ และปลูกฝังทัศนคติเชิงบวก จนเป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมความสนใจใฝ่เรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร พร้อมรับสถานการณ์อย่างรู้เท่าทันและสร้างวัฒนธรรมส่งเสริมให้พนักงานทุกระดับกระตือรือร้นและคิดค้นนวัตกรรมขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

6.1.5 กลยุทธ์หลักในการสร้างยั่งยืนให้กับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมในยุคดิจิทัล นั่นคือการรักษาความลับของพันธมิตร คู่ค้าและลูกค้าอย่างเคร่งครัด ซึ่งถือเป็นจรรยาบรรณและจริยธรรมที่องค์กรต้องกำหนดเป็นนโยบายสร้างความไว้วางใจ เชื่อใจและความช่วยเหลือซึ่งพากันในทุกสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอจากคู่ค้าธุรกิจ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

6.2.1 ดำเนินการวิจัยเพื่อยืนยันองค์ประกอบตัวแบบจำลองกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง



มาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

6.2.2 ดำเนินการวิจัยแบบจำลองสมการโครงสร้างรูปแบบกลยุทธ์การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในยุคดิจิทัลกับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

6.2.3 ดำเนินการศึกษาขององค์ความรู้ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางการเตรียมความพร้อมการบูรณาการโลกของเทคโนโลยี (Disruptive Technology) กับภาคธุรกิจอุตสาหกรรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนด้วยเทคนิคเดลฟาย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ เผยแพร่และนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจอุตสาหกรรม

7. กิตติกรรมประกาศ

ทุนวิจัยบางส่วนได้รับจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] Department of Business Development, "Data Ware 2018," Bangkok, 2018. (in Thai)
- [2] T. Silpcharu, Statistical Data Analysis and Research by SPSS and AMOS, Fifteenth Edition. Bangkok, 2017. (in Thai)
- [3] J. Kantola, Organizational Resource Management: Theories, Methodologies, and Applications, 2019: CRC Press.
- [4] P. Harmon, Business Process Change: A Business Process Management Guide for Managers, 4th edition. Morgan Kaufmann, 2019.
- [5] L. Alfaro, D. Chor and P. Antras, "International Global Value Chains: A Firm-Level Analysis," Journal of Political Economy, vol. 2, pp. 508-559, 2019.
- [6] S. Kumar, G. Sachdeva and A. Kumar, "Impact of Service Quality and Satisfaction on Employee Loyalty: An Empirical Investigation in Indian SMEs," Management Science Letters, pp. 991-1014, 2018.

- [7] M. Etzel, "Marketing," 12th edition. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2014.
- [8] L. Jones, L. Pomeroy, G. Robert, B. Susan, A. Janet, M. Stephen, C. Estela, and F. Naomi, "Explaining Organizational Responses to a Board-Level Quality Improvement Intervention: Findings From an Evaluation in Six Providers in The English National Health Service," BMJ Quality and Safety, pp. 198-204, 2019.
- [9] S. K. Law and L. Chung, "A Knowledge-Driven Model for Client Relationship Management," Asian Journal of Research in Banking and Finance, [Online]. Available: <http://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:ajrbf&volume=9&issue=5&article=001>. [Accessed 1 May 2019].
- [10] D. Skoumpopoulou and B. Franklin, "Advanced Methodologies and Technologies in Digital Marketing and Entrepreneurship," IGI Global, [Online] Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/552d/0ab4837ad5c2cf aae011bde7abda4dc1bf0.pdf>.
- [11] S. Dewnarain, H. Ramkissoon and F. Mavondo, "An Integrated Conceptual Framework Social Customer Relationship Management: An Integrated Conceptual Framework," Journal of Hospitality Marketing & Management Social Customer Relationship Management, [Online]. Available: <https://research.monash.edu/en/publications/social-customer-relationship-management-an-integrated-conceptual>.
- [12] H. Al-Dmour, K. W. Ali and H. R. Al-Dmour, "The Relationship Between Customer Engagement, Satisfaction, and Loyalty," International Journal of Customer Relationship Marketing and Management, [Online]. Available: <https://www.igi-global.com/article/the-relationship-between-customer-engagement-satisfaction-and-loyalty/221911>.



- [13] S. Shariq, U. Mukhtar and S. "Mediating and Moderating Impact of Goal Orientation and Emotional Intelligence On The Relationship Of Knowledge Oriented Leadership And Knowledge Sharing," *Journal of Knowledge Management*, vol. 23, pp. 332-350, 2019.
- [14] L. R. Farahnak, M. G. Ehrhart, E. M. Torres and G. A. Aarons, "The Influence of Transformational Leadership and Leader Attitudes on Subordinate Attitudes and Implementation Success," *Journal of Leadership & Organizational Studies*, [Online]. Available: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/15480518188245292019>. [Accessed 18 Jan 2019].
- [15] J. Nicholson and E. Kurucz, "Relational Leadership for Sustainability: Building an Ethical Framework from the Moral Theory of 'Ethics of Care'." *Journal of Business Ethics*, [Online] Available: <http://sustainability.psu.edu/fieldguide/resources/kurucz-e-nicholson-j-2019-relational-leadership-for-sustainability-building-an-ethical-framework-from-the-moral-theory-of-ethics-of-care/>. [Accessed 27 April 2019].
- [16] M. Woermann and S. Engelbrecht, "The Ubuntu Challenge to Business: From Stakeholders to Relationholders," *Journal of Business Ethics*, [Online] Available: <https://www.springerprofessional.de/en/the-ubuntu-challenge-to-business-from-stakeholders-to-relationho/14995234>. [Accessed 5 Sep 2017].
- [17] C. Eger, C. Scarles, G. Miller, "Caring at a Distance : A Model of Business Care, Trust and Displaced Responsibility," *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 27, pp. 34-51, 2019.
- [18] J. Jyoti and H. Chahal, "Sustainable Competitive Advantage: A Road to Success," New Delhi: Excel India Publishers, 2015.
- [19] V. Kumar, E. Jones and R. Venkatesan, "Is Market Orientation a Source of Sustainable Competitive Advantage or Simply the Cost of Competing," *Journal of Marketing*, vol. 75, pp. 16-30, 2011.
- [20] J. Gomes and M. Romão, "Sustainable Competitive Advantage with the Balanced Scorecard Approach," IGI Global, Available: https://www.researchgate.net/publication/309463453_Sustainable_Competitive_Advantage_with_the_Balanced_Scorecard_approach. [Accessed Jan 2019].
- [21] H. A. Hu, M. Matsumoto, C. T. Kuo and S. Smith, "Technologies and Eco-innovation Towards Sustainability I" 1st ed. Springer, 2019.
- [22] N. Bocken, P. Ritala, L. Albareda, R. Verburg, "Intentional Design for Diversity as Pathway to Scalable Sustainability Impact Innovation for Sustainability: Business Transformations Towards a Better World," Palgrave Macmillan, 2019.