

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

Competency Development of Worker Tool and Building Material Retailers in the Digital Era

เบญจพล ศรีสันติธรรม¹ กุลทรัพย์ ทองประสิทธิ์² และธีรวุฒิ บุญยโสภณ³

Benjapol Srisantithum¹ Kunlasap Thongprasit² and Teravuti Boonyasophon³

¹ ภาควิชาการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Department of Industrial Business and Human Resource Development, Faculty of Business and Industrial
Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

^{2,3} คณะพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Business and Industrial Development, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Corresponding Author: E-mail: Jatrin.guy@gmail.com,

Received: 12 ก.พ. 65 Revised: 26 มี.ค. 65 Accepted: 11 พ.ค. 65

DOI: 10.14416/j.ted.2024.06.005

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล และ 2) หาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างจำนวน 7 คน ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และหัวหน้างานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ประกอบการธุรกิจร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 323 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการเพิ่มพูนความรู้ด้านการให้คำปรึกษาและแนะนำสินค้าให้ลูกค้านำไปใช้งานได้อย่างถูกต้อง ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้งาน และความรู้ในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่นัดหมาย ซึ่งอยู่ในระดับมากเท่ากันทั้ง 3 ข้อ สำหรับความต้องการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการเพิ่มพูนทักษะด้านการสื่อสารกับลูกค้า ทักษะด้านการคำนวณราคาขายสินค้า และทักษะด้านการคำนวณต้นทุนสินค้า ในขณะที่ความต้องการ



บทควาณวิจัย

การพัฒนาคุณภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

พัฒนาศักยภาพด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 4 อันดับแรกในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความซื่อสัตย์ อดทน ด้านมนุษยสัมพันธ์ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้และส่งเสริมคนอื่นก้าวหน้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดเท่ากับความมีคุณธรรมและจริยธรรม นอกจากนี้ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล พบว่าทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก เครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง ยุคดิจิทัล ผู้ประกอบการ

Abstract

The objective of this research is to 1) study the problems and challenges in the competency development of current worker tool and building material retailers, 2) Find the relationship between the potential, knowledge, skills, and attributes of the potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and building materials in the digital era.

This research is a combination of qualitative research and quantitative research. The sample group in the qualitative research aspect consists of 7 owner-level executives in worker tool and building material retailers. The sample group in the quantitative research aspect consists of 323 manager-level or assistant-manager-level executives in worker tool and building material retailers in Bangkok Metropolitan Region, as well as the retailers in Bangkok Metropolitan Region that operate online. The tool used in qualitative research is in-depth open-ended semi-structured interview. Content analysis is used for data analysis. The tool used to gather quantitative information is questionnaire, whereas the statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation, t-test for difference analysis and f-test for distribution analysis. The in-depth interview on the competency development guidelines for the worker tool and building material retailers finds that the retailers should possess the basic knowledge on laws and labor, employee assessment, computer and technology, information and situation analysis, originality, creativity in terms of finding unique products/services which serve the customers' needs and strategy and decision-making.

Studying on the demand for competency development finds that the entrepreneurs with different sexes, ages, educational levels, job position, work experience, retail types and retail locations do not have different overall demand for competency development nor different individual aspects of demand, namely, knowledge, skill and preference.

Comparison of the need for potential development of retail business operators Types of hand tools and building materials in the digital era Classified by personal factors, it was found that retail business operators Types of hand tools and construction materials of different ages There are opinions on the potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and construction materials to be able to compete in business in the digital era, including knowledge of product standards that customers want to use and desirable characteristics such as leadership Have clear goals and visions emotional control There was a statistically significant difference at the 0.05 level of retail business operators. Types of hand tools and construction materials with different levels of education There are opinions on the



potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and construction materials to be able to compete in business in the digital era. Skills include communication skills with customers. Desirable characteristics include discipline in work. enthusiastic Always ready to work There was a statistically significant difference at the 0.05 level of retail business operators. Types of hand tools and construction materials with different job positions There are opinions on the potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and construction materials to be able to compete in business in the digital era. Knowledge is the knowledge of arranging the line of command to facilitate the work in the organization. Fundamentals of law and labor. Skills include skills in using high-speed internet to search for information. Operational skills from AI and inventory control skills There was a statistically significant difference at the 0.05 level of retail business operators. Types of hand tools and construction materials who worked in different management positions There are opinions on the potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and construction materials to be able to compete in business in the digital era. Skills include skills in purchasing materials and equipment. Desirable characteristics were: dare to think, dare to make decisions, differed statistically at 0.05 level. Types of hand tools and construction materials with different business types There are opinions on the potential development of retail entrepreneurs. Types of hand tools and construction materials to be able to compete in business in the digital era. Knowledge is the knowledge of arranging the line of command to facilitate the work in the organization. Knowledge of regularly evaluating the performance of employees in the organization and basic knowledge of law and labor There was a statistically significant difference at the 0.05 level.

Studying on the relationship between the elements of competency development of worker tool and building material retailers in the digital era finds that all elements have positive relationships with statistical significances of $p < 0.01$. Therefore, the management responsible for retailer competency development should give a priority to supporting employees in improving work-related knowledge, skills and preferences, especially the knowledge and understandings in the work that the employee is responsible for and the knowledge in digital technology in order for them to catch up with the technological changes in the digital economy and sustainably compete in the retail businesses.

Keywords: Potential Retail Store Managers, Worker Tool and Building Material Retailers, Retail Store Managers, Digital Era, Entrepreneurship

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของโลกมีความรุนแรงและผันผวนสูงขึ้น ทำให้ต้องมีการปรับตัวและเรียนรู้ตลอดเวลาเพื่อให้ทันข้อมูลข่าวสารและหาทางรับมือกับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเปลี่ยนแปลงด้านการขนส่งคมนาคมที่มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การรับส่งข้อมูลข่าวสารทุกทิศทุกทางทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ระบบ

สารสนเทศที่มีความเร็วที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีที่ใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกนั้นมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดจึงทำให้เกิดนวัตกรรมหลากหลายรูปแบบที่ส่งผลให้เกิดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ประเทศไทยของเรามีผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เป็นสัดส่วนมากกว่า 90% ของจำนวนธุรกิจทั้งหมด [1]



และมีการจ้างงานทั้งในและนอกระบบกว่า 37.38 ล้านคน [2] โดยเป็นตัวเลขที่สูงมาก ซึ่งอาจถือได้ว่าธุรกิจ SMEs เป็นหนึ่งในรากฐานการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทย โดยในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา อัตราการเติบโตของธุรกิจ SMEs สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญอันเนื่องมาจากผลของ Start Up Effect คือ การที่คนในยุคนี้เริ่มมีความอยากที่จะมีธุรกิจเป็นของตนเอง หรือต้องการเป็นนายของตัวเอง [3] ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้นั้น มีการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจ หรือหยุดการดำเนินกิจการไปไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

ประเทศไทยพบว่ากว่าครึ่งหนึ่งของสัดส่วนธุรกิจ SMEs ทั้งหมดของประเทศไทยมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัว หรือเป็นกิจการที่ได้รับการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยการดำเนินธุรกิจส่วนมากจะมีความเป็นอนุรักษ์นิยมทางธุรกิจไม่ค่อยมีความเปลี่ยนแปลงหรือยึดหยุ่นในแผนทางธุรกิจ โครงสร้างทางธุรกิจส่วนมากมักจะไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการใด ๆ หากไม่จำเป็น เนื่องจากการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจนั้นต้องได้รับการตัดสินใจจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ยากพอสมควร หากไม่ได้เกิดวิกฤตการณ์สำคัญอันเนื่องมาจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 จนทำให้เกิดการตื่นกลัวและเห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน และในช่วงเวลานี้เป็นยุคสมัยของการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล (Digital Transformation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการขายสินค้า รูปแบบการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้ทันความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศและโลกในยุคดิจิทัลที่จะทำให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่ถ้าธุรกิจนั้นไม่สามารถปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตามให้ทันนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ ธุรกิจอาจพบกับเหตุการณ์ที่เรียกว่า Digital Disruption ที่จะส่งผลกระทบแก่ธุรกิจจนหยุดชะงัก เพราะการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรมที่เกิดขึ้น

ในธุรกิจมากเกินไปจนโครงสร้างและการเรียนรู้เทคโนโลยีของธุรกิจ ผู้บริหารในองค์กรนั้นไม่สามารถเรียนรู้และปรับตัวได้ทัน โดยเฉพาะในประเทศไทยผู้ประกอบการทางธุรกิจ โดยเฉพาะกิจการค้าปลีกขายย่อยยังต้องเกิดการปรับตัวตามกระแสของโลกาภิวัตน์ เนื่องจากเป็นสัดส่วนธุรกิจที่มีมากที่สุดในประเทศไทย [4] ซึ่งมีข้อจำกัดด้านเงินทุน และง่ายต่อการเกิดการหยุดชะงักหรือหยุดดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้พฤติกรรมของผู้ประกอบการต้องมีการตื่นตัวอยู่เสมอ ในปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าทุกธุรกิจต้องมีการดำเนินกิจการทั้งทางออฟไลน์ คือ การดำเนินกิจกรรมแบบดั้งเดิมอยู่แล้ว และยังต้องเพิ่มช่องทางออนไลน์ขึ้น ช่องทางใหม่เพื่อการสร้างความเติบโตต่อยอดธุรกิจเดิมโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารบนโลกออนไลน์ การทำธุรกรรมต่าง ๆ ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล หรือเรียกว่า ธุรกิจ e-Commerce เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนไปจากเดิม โดยการเติบโตทางธุรกิจ e-Commerce ในช่วงที่ผ่านมาตลาดร้านค้าออนไลน์มีการขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคมีการปรับตัวใช้งานสื่อโซเชียลมากขึ้น ส่งผลทำให้ร้านค้าที่ยังประกอบกิจการทางเดียวคือ รูปแบบแบบออฟไลน์ (Offline) อย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดในสถานะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันนี้ ถึงแม้ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนานก็ตาม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องหันมาใส่ใจและบริหารจัดการธุรกรรมทั้งด้านออฟไลน์และออนไลน์มากยิ่งขึ้น โดยผู้ประกอบการค้าปลีกควรมีความพร้อมและพัฒนาศักยภาพในการปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อให้การทำธุรกิจในแต่ละช่องทางนั้นสามารถตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด [5]

ในประเทศไทยกลุ่มธุรกิจประเภทการค้าเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างยุคนี้มีการเติบโตต่อเนื่องตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมเลือกซื้อเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างมีความหลากหลายในร้านค้าครบวงจร ในบริบทของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกนั้นมีแนวโน้มตรงตัวตามสถานะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยเฉพาะกับธุรกิจร้านค้าสมัยใหม่ที่เริ่มขยายสาขาขนาดเล็กเข้าถึงชุมชนมากขึ้น [6] หากจำแนกธุรกิจ



การค้าเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างตามลักษณะการจำหน่ายและรูปแบบการให้บริการ สามารถแบ่งร้านค้าเป็น 2 ประเภท ประเภทแรก คือ ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างรูปแบบดั้งเดิมและธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างรูปแบบสมัยใหม่ ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่นั้นจะมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ครบวงจรและใช้เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อรองรับลูกค้าใหม่ในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด การดำเนินธุรกิจวัสดุก่อสร้างประเภทนี้ มีทรัพยากรที่เพียงพอต่อการแข่งขันและปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ประเภทที่สอง ธุรกิจค้าวัสดุก่อสร้างรูปแบบดั้งเดิม เป็นร้านค้าที่ยังไม่มีการจัดการที่ทันสมัยและครบวงจร ส่วนมากจะเน้นการขายวัสดุก่อสร้างพื้นฐาน จนถึงวัสดุเฉพาะที่เป็นที่ต้องการของผู้คนในบริเวณทำเลที่ตั้งร้านค้าและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อรองรับและเตรียมความพร้อมแก่ลูกค้ารายเก่าและรายใหม่ ผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างประเภทนี้ต้องมีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ในยุคดิจิทัลมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อบริบทของการบริหารงานของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เปลี่ยนไป ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ความรู้ด้านต่าง ๆ เตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่มีความผันผวนอย่างคาดเดาได้ยาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายเล็กส่วนมากมักมีข้อจำกัดด้านสภาพคล่องทางการเงินและทรัพยากรทางด้านบุคคล ส่งผลให้การบริหารจัดการด้านต้นทุนทำได้ไม่ดีนักจึงมีผลต่อความสามารถในการทำกำไร อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีหน้าที่ดูแลการขายและการจัดการภายในร้านค้าของตนเอง การวางแผนงาน การสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่าย และการนำประสบการณ์แนวทางการบริหารจัดการมาใช้ภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่ด้วยความหลากหลายทั้ง เพศ อายุ การศึกษาและประสบการณ์ที่ไม่เท่ากัน อีกทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันจากเหตุผลและความจำเป็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเพื่อการแข่งขันธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 7 คน

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ ผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้างานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกลุ่มร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ที่มีพนักงานตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ และดำเนินการไม่น้อยกว่า 3 ปี อย่างถูกต้องตามกฎหมาย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% Taro Yamane [7] โดยใช้จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้กำหนดสัดส่วน (Proportional stratified random sampling) ตามแต่ละพื้นที่ และทำการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้างานของธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร 191 คน จังหวัดนนทบุรี จำนวน 45 คน จังหวัดปทุมธานี จำนวน 42 คน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 45 คน รวมจำนวน 323 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้



ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมภาษณ์ถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล โดยใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีของ McClelland [8]

3.3 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการทฤษฎีในเรื่องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย และสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2) จัดทำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 7 คน

3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างที่มีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 7 คน

4) สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นโดยนำผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล พร้อมทั้งกำหนดชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่ามี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) [8] แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ จำนวน 21 ข้อ ด้านทักษะ 40 ข้อ และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 13 ข้อ รวมทั้งหมดจำนวน 74 ข้อ

5) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาคุณภาพโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมของข้อความ และ

ความเที่ยงตรง (Validity) โดยพิจารณาจากความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งมีค่า IOC เท่ากับ 0.80 -1.00

6) นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 คน เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า แบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.99 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

7) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ที่ผ่านการแก้ไขและปรับปรุงเรียบร้อยแล้วจากผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการ ผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการของธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกลุ่มร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ที่มีพนักงานตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป โดยร้านค้าต้องมีการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ และดำเนินกิจการไม่น้อยกว่า 3 ปี อย่างถูกต้องตามกฎหมาย จำนวน 323 คน

8) นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป

9) สรุปผลการวิจัย และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1.1) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 7 คน ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี และจังหวัดสมุทรปราการ รวมจำนวน 7 คน และขอเข้าสัมภาษณ์ด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการ



พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

1.2) ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 323 คน โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้บริหารระดับเจ้าของกิจการ ผู้จัดการหรือผู้ช่วยผู้จัดการของธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และกลุ่มร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าในช่องทางออนไลน์ที่มีพนักงานตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป โดยร้านค้าต้องมีการขึ้นทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ และดำเนินกิจการไม่น้อยกว่า 3 ปี อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และบางส่วนส่งผ่านลิงค์ของแบบสอบถามออนไลน์ ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลปรากฏว่าได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา และจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) จำนวนทั้งสิ้น 219 คน ดังนั้นจึงคิดเป็นร้อยละ 67.80

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงานในตำแหน่งผู้บริหาร ผู้จัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทธุรกิจ และ พื้นที่ตั้งของธุรกิจค้าปลีก ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการ

หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation : r_{xy}) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล โดยภาพรวมและรายด้าน ปรากฏดังตารางที่ 1 และรายชื่อปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล โดยภาพรวม และ รายด้าน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ (N=219)

ความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความต้องการ	ลำดับ ความสำคัญ
ด้านความรู้ (Knowledge)	4.16	0.76	มาก	2
ด้านทักษะ (Skills)	4.16	0.76	มาก	2
ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes)	4.46	0.66	มาก	1
โดยภาพรวม	4.26	0.73	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล โดยภาพรวม

และรายด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ รองลงมาด้านความรู้ และด้านทักษะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ซึ่งทุกด้านอยู่ในระดับมาก



บทควาณวิจัย

การพัฒนาศัภคยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเรื่งมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาศัภคยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเรื่งมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล รายด้าน ตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ (N=219)

ความต้องการพัฒนาศัภคยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเรื่งมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความต้องการ	ลำดับ ความสำคัญ
1. ด้านความรู้ (Knowledge)				
1.1 ความรู้ในการให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าให้ได้สินค้าที่จะนำไปใช้งานได้อย่างถูกต้อง	4.42	0.71	มาก	1
1.2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้งาน	4.42	0.70	มาก	2
1.3 ความรู้ในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่นัดหมาย	4.42	0.71	มาก	3
2. ด้านทักษะ (Skills)				
2.1 ทักษะด้านการสื่อสารกับลูกค้า	4.45	0.67	มาก	1
2.2 ทักษะด้านการคำนวณราคาขายสินค้า	4.36	0.70	มาก	2
2.3 ทักษะด้านการคำนวณต้นทุนสินค้า	4.32	0.72	มาก	3
3. ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes)				
3.1 ความซื่อสัตย์ อดทน	4.60	0.61	มากที่สุด	1
3.2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน และเข้าใจผู้อื่น	4.52	0.67	มากที่สุด	2
3.3 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และส่งเสริมให้คนอื่นก้าวหน้า	4.51	0.67	มากที่สุด	3

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการพัฒนาศัภคยภาพ ด้านความรู้ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความรู้ในการให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าให้ได้สินค้าที่จะนำไปใช้งานได้อย่างถูกต้อง มากที่สุด ลำดับที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้งานและลำดับที่ 3 ความรู้ในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่นัดหมาย ด้านทักษะ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ทักษะด้านการสื่อสารกับลูกค้า ลำดับที่ 2 ทักษะด้านการคำนวณราคาขายสินค้า และ ลำดับที่ 3 ทักษะด้านการคำนวณต้นทุน

สินค้า ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความซื่อสัตย์ อดทน ลำดับที่ 2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน และเข้าใจผู้อื่น และ ลำดับที่ 3 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และส่งเสริมให้คนอื่นก้าวหน้า ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศัภคยภาพ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ของการพัฒนาศัภคยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเรื่งมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล		ด้านความรู้ (Knowledge)	ด้านทักษะ (Skills)	ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes)
ด้านความรู้ (Knowledge)	Pearson Correlation	1	0.994**	0.933**
	Sig. (2tailed)		0.000	0.000
ด้านทักษะ (Skills)	Pearson Correlation		1	0.914**
	Sig. (2tailed)			0.000
ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes)	Pearson Correlation			1
	Sig. (2tailed)			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) ทุกด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยศักยภาพ ด้านความรู้ (Knowledge) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.994 และ 0.993 และศักยภาพ ด้านทักษะ (Skills) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.914

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

1) ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างมีความต้องการพัฒนาศักยภาพ โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills)

และ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านความรู้ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความรู้ในการให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าให้ได้สินค้าที่จะนำไปใช้งานได้ถูกต้องมากที่สุด ลำดับที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าที่ลูกค้าต้องการนำไปใช้งานและลำดับที่ 3 ความรู้ในการบริหารจัดการขนส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงตามกำหนดเวลาที่นัดหมาย ด้านทักษะ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับที่ 1 ทักษะด้านการสื่อสารกับลูกค้า ลำดับที่ 2 ทักษะด้านการคำนวณราคาขายสินค้า และ ลำดับที่ 3 ทักษะด้านการคำนวณต้นทุนสินค้า ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ลำดับที่ 1 ความซื่อสัตย์ อดทน ลำดับที่ 2 มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน และเข้าใจผู้อื่น และ ลำดับที่ 3 สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และส่งเสริมให้คนอื่นก้าวหน้า ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ McClelland [8] กล่าวว่าสมรรถนะ เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่น ในองค์กร สอดคล้องกับ Thongprasit, K. [9] ได้วิจัยการพัฒนาแบบศักยภาพของผู้รับผิดชอบด้านการจัดการพลังงานในโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอภายใต้การควบคุมของกระทรวงพลังงาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับผิดชอบด้านการจัดการพลังงานมีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบศักยภาพของ



ผู้รับผิดชอบด้านการจัดการพลังงานในโรงงานอุตสาหกรรม สิ่งทอภายใต้การควบคุมของกระทรวงพลังงาน โดยภาพรวม และรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้าน คุณลักษณะที่พึงประสงค์ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Wu and Lu [11] ที่พบว่า ความสำเร็จขององค์กรจะเกิดขึ้นได้ ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีความมุ่งมั่น และสอดคล้องกับ Thongprasit, K. [10] ได้วิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพกำลังคนในภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) : กรณีศึกษาเขตประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง พบว่า ผู้บริหาร สถานประกอบการในอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (S-Curve) เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของเขตประกอบการ อุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาศักยภาพกำลังคนในภาคอุตสาหกรรม การผลิตและบริการ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) : กรณีศึกษาเขตประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดระยอง โดยภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) อยู่ในระดับมาก

2) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง ซึ่งประกอบด้วย ด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 เรียงลำดับความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ จากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยองค์ประกอบด้านทักษะ (Skills) กับ ด้านความรู้ (Knowledge) มีความสัมพันธ์กันสูง รองลงมา ปัจจัยองค์ประกอบด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) กับ ด้านความรู้ (Knowledge) และปัจจัยองค์ประกอบ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ (Attributes) กับด้านทักษะ (Skills)ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ McClelland [8] กล่าวว่า สมรรถนะ เป็นคุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็น ผลมาจากความรู้ ความสามารถ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ

ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์กร และสอดคล้อง กับกลยุทธ์ [7] ให้ความหมาย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนา ในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ เพื่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ดียิ่งขึ้น สามารถปฏิบัติงาน ได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการพัฒนาศักยภาพมนุษย์นั้นจะผ่านกระบวนการ ฝึกอบรม การศึกษา และการพัฒนา เพื่อเตรียมความพร้อมให้ กับบุคลากรในการปฏิบัติงานในอนาคต และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและความเติบโตขององค์กร

5.2 ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1) บทบาทของภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สังกัด สำนัก นายกรัฐมนตรี กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ ไปกำหนดนโยบายในการส่งเสริมให้ผู้จัดการธุรกิจค้าปลีก ให้ได้รับการพัฒนาศักยภาพตามความต้องการและความถนัด ของตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนให้เข้ารับการ ฝึกอบรมที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและ ภาคการศึกษาโดยให้การสนับสนุนค่าธรรมเนียมในการ เข้าร่วมฝึกอบรม มีทุนสำหรับการศึกษาต่อเพื่อนำความรู้ ประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในองค์กร

1.2) ผู้บริหารสถานประกอบการควรให้ความสำคัญ ในการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมการใช้งาน AI ใน ธุรกิจค้าปลีกโดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาเรื่องการปรับปรุง ประสิทธิภาพในซัพพลายเชน ระดับสินค้าคงคลัง ราคา รวม ไปถึงการปรับปรุงประสบการณ์สำหรับลูกค้าเพื่อให้การ ดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

1.3) หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการ ศึกษา ควรบูรณาการความร่วมมือกันในการจัดทำโครงการ ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภท เครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง รวมทั้งสินค้าประเภทอื่น ๆ ใน ยุคดิจิทัล โดยการนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ในด้านความรู้ในการ ให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าให้ได้สินค้าที่จะนำไปใช้งานได้ ถูกต้อง ด้านทักษะด้านการสื่อสารกับลูกค้า และด้านความ



ซื้อสัตย์ อดทน เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในการประกอบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพต่อไป

1.4) หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา ควรบูรณาการความร่วมมือกันในการจัดทำโครงการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง รวมทั้งสินค้าประเภทอื่น ๆ ในยุคดิจิทัล ที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) และเทคโนโลยี Artificial Intelligence (AI) สำหรับธุรกิจค้าปลีก เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ และทักษะในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

2) ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานระดับอื่น ๆ ในธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในสิ่งใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีก

2.2) ควรมีการศึกษารูปแบบหรือวิธีการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานอื่นที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างในยุคดิจิทัล

2.3) ควรมีการวิจัยและพัฒนาแนวทางในการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้างให้สามารถแข่งขันได้กับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่

2.4) ควรมีการวิจัยและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในธุรกิจค้าปลีกประเภทเครื่องมือช่างและวัสดุก่อสร้าง รวมทั้งประเภทอื่น ๆ ให้มีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ และแนวทางปฏิบัติตามกฎกระทรวงกำหนดพัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน

เอกสารอ้างอิง

- [1] บริษัทประกันสินเชื่อบุคคลสาขารายการขนาดเล็ก (บสย.). (2557). รายงานประจำปี 2557. กรุงเทพมหานคร.
- [2] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). สรุปผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร (เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2561). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- [3] วิชา หาดูอุตสาหกรรม. (2557). Marketing everything!. กรุงเทพมหานคร: เพื่อนคู่คิด.
- [4] ผู้จัดการออนไลน์. (2563). [ออนไลน์]. สสว.นำ “รายได้” กำหนดนิยาม SME ปี 63 พบเกือบ 4 แสนรายเป็นกลุ่ม Micro. [สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2565]. จาก <https://mgronline.com/smes/photo-gallery/9630000004850>
- [5] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). [ออนไลน์]. เปิดโผธุรกิจรุ่งปี 62. [สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2565]. จาก <https://www.kasikombank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Business-Trend-2019.pdf>
- [6] ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2562). [ออนไลน์]. แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2562-2564: ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง. [สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2565]. จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Construction-Construction-Materials/Construction-Contractors/IO/Industry-Outlook-Construction-Contractors>
- [7] ธาณินทร์ ศิลปจารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [8] D.C. McClelland. (1973). “Testing for Competence Rather Than for Intelligence.” American Psychologists. Vol.17 : 1-14.
- [9] Thongprasit, K. Competency Development for Personnel Responsible for Energy Management in Textile Industry under the Ministry of Energy. Ph.D. thesis, Industrial Business and Human Resource Development, Graduate School, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, 2020. (in Thai).



บทควาณวิจัย

การพัฒนาศักยภาพของผูัประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประเภทเครือ่งมือช่าง
และวัสดุก่อสร้างในยุศดิจิทัล

- [10] Thongprasit, K.. (2022). Approaches for competency development of workforces in the manufacturing and service industry sector, eastern economic corridor (EEC): A case study of industrial land in Rayong province in Thailand. Journal of Management Information and Decision Sciences, 25(3),1-18.
- [11] Wu.S.I, and Lu.C.L. (2012). “The relationship between CRM, RM, and business performance: A study of the hotel industry in Taiwan,” International Journal of Hospitality Management. 31(5),276-285.