

การพัฒนาเพื่อส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว
Development for Promoting Decision-making to Employ Foreign Labor
Recruiting Companies

ณัฐชนานกานต์ สังข์วรกิตต์¹ และ สุรมน จันทร์เจริญ²

Nutchanakhan Sungwarakit and Suramin Chancharoen

Receive April 12, 2024; Retrieved June 24, 2024; Accepted September 4, 2024

บทคัดย่อ

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีความต้องการแรงงานต่างด้าวเป็นจำนวนมากเพื่อการขับเคลื่อน จึงทำให้บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวที่มีคุณภาพเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการเป็นจำนวนมาก การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วย แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กับ เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ และรองผู้จัดการ ของสถานประกอบการ รวมจำนวน 440 คน เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และเทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กรความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.96 - 4.24 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ได้แก่ ความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัท กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 73 3) การพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว มี 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายใน กลยุทธ์ด้านลูกค้า ข้อค้นพบใหม่จากการวิจัย คือ บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวต้องมีการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารและความสามารถด้านกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจของลูกค้าและการมีภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง

คำสำคัญ: บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว, การตัดสินใจใช้บริการ

¹นักศึกษา, ²ปริญญาดุษฎี สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Student, Advisor, Doctoral student Department of Development Administration Graduate school Sun
Sunandha Rajabhat University
Email: 64584917002@ssru.ac.th



Abstract

Thailand's economic system requires a large number of foreign workers to drive. As a result, quality foreign labor recruitment companies are needed by a large number of entrepreneurs. The purpose of this research was to develop a decision-making promotion for using foreign labor recruitment companies. A mixed methods research method was used. Collect quantitative data as well. Questionnaire using a 5-level estimation scale with business owners, managers, and deputy managers. of establishments totaling 440 people. Qualitative data were collected by interviewing 15 experts. Data were analyzed using descriptive statistics. and structural equation modeling analysis techniques. and content analysis techniques. The research results found that 1) 4Cs marketing strategy, transformational leadership of executives Corporate image trust and decision to use the service All at the highest level with an average between 3.96 - 4.24 2) Factors that affect the decision to use the services of foreign labor recruitment agencies are 4Cs marketing strategy, transformational leadership of executives Corporate image and trust together they were able to predict 73 percent. 3) There are two important approaches to promoting decision-making in using the services of foreign labor recruiting companies: internal management strategies; Customer strategy. A new finding from the research is that companies recruiting foreign workers need to develop executive potential and marketing strategy abilities. To lead to customer trust and a strong image

Keywords: Employ Foreign Labor Recruiting Companies, Decision-making

บทนำ

ปัจจุบันเกิดปัญหาในการขาดแคลนแรงงานภายในประเทศ จึงทำให้แรงงานในประเทศไทยไม่เพียงพอต่อภาคอุตสาหกรรมการผลิต และเมื่อมีการขยายตัวทางด้านอุตสาหกรรมส่งออกและการบริการเป็นผลให้ความต้องการด้านแรงงานมีมากขึ้นตามลำดับ (Rajamaha & Kaewkla, 2021; Chana & Patwiwattanasiri, 2018) แรงงานต่างด้าวที่เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิต มาจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา ฯลฯ ที่เข้ามารับจ้างทำงานในประเทศไทย โดยส่วนมากมักจะเข้ามาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม การประมงทะเล การก่อสร้าง งานแม่บ้าน งานเกษตร งานบริการ งานเสิร์ฟอาหาร จนถึงนวดแผนโบราณ ฯลฯ ซึ่งบางครั้งก็พบว่ามีการลักลอบเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมายของแรงงานต่างด้าวอยู่บ่อยครั้ง (Khaenamkaew, 2020; Gavrilovic, 2015) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ การสังเคราะห์ผลการศึกษาร่วมกันของ Rajamaha and Kaewkla (2021) Mthai



(2019) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจ้างแรงงานต่างด้าว คือ ปัจจัยทางด้านการขาดแคลนแรงงาน ปัจจัยทางด้านค่าจ้างแรงงาน ปัจจัยทางด้านลักษณะงานเกษตรกรรม ปัจจัยทางด้านการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่รัฐบาล อุปนิสัยแรงงานต่างด้าว นโยบาย กฎหมาย ระเบียบปฏิบัติในการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง ระยะเวลาการดำเนินการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว การเลือกจ้างแรงงานต่างด้าวในอาเซียน (พม่า ลาว กัมพูชา) ของผู้ประกอบการ เนื่องจากความต้องการจ้างแรงงาน ด้านการขาดแคลนแรงงาน ด้านความขยันในการทำงาน แรงงานมีความรับผิดชอบ สามารถทำงานเป็นทีม และด้านความประหยัด ค่าจ้างแรงงานที่ไม่สูงมากนัก คุณลักษณะของแรงงานมีความซื่อสัตย์ มีระเบียบวินัย มีความคิดสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้ (Crowley, 2020; Eckstein & Peri, 2018)

เมื่อมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการใช้แรงงานต่างด้าว ดังนั้นบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ก็นับได้ว่ามีความจำเป็นไม่น้อยไปกว่ากัน เพราะบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว จะเป็นต้นทางในการคัดเลือก สรรหา และบริหารจัดการ เพื่อให้ได้แรงงานต่างด้าวที่มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการในอุตสาหกรรมของประเทศไทย และยังมีผลต่อการจัดหาแรงงานที่มีคุณภาพ ทั้งทางด้านฝีมือแรงงาน และคุณภาพทางสังคมของแรงงานต่างด้าวด้วยที่จะส่งผลต่อปัญหาอาชญากรรมและปัญหาสังคมไทยในอนาคต (Sunthanonantha, 2010; Chonlaworn, 2021; Anne, 2021) และถึงแม้ประเทศไทยจะมีความจำเป็นในการใช้แรงงานต่างด้าวอยู่เป็นจำนวนมากก็ตาม แต่หน่วยงานภาครัฐก็จะต้องมีวิธีจัดการสถานการณ์แรงงานต่างด้าวในประเทศไทย ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า การเข้ามาของแรงงานต่างก็ยังคงถือว่าเป็นภัยรูปแบบหนึ่งในการปกครองประเทศ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้ลงนามบันทึกทำความเข้าใจกับประเทศเมียนมา เพื่อขึ้นทะเบียนผู้ที่มีสถานะเป็นผู้หลบหนีเข้าเมืองผิดกฎหมายให้มีการจ้างงาน และอาศัยอยู่ในประเทศไทยเป็นการชั่วคราวอย่างถูกกฎหมาย ประกอบกับในปี 2549 หลังจากรถยนต์โดยสารว่าด้วยการรักษาความมั่นคงของรัฐที่เน้นการจัดการในด้านความมั่นคงปลอดภัยจากอาชญากรรมในประเทศ และภัยข้ามชาติประเภทต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงภัยที่อาจเกิดขึ้นจากการกระทำของผู้หลบหนีเข้าเมือง และคนต่างด้าวผิดกฎหมาย จึงเป็นเหตุผลว่า ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการจัดหาแรงงานต่างด้าว จึงต้องร่วมกันในการบริหารจัดการแรงงานอย่างจริงจังและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นผลทำให้แรงงานต่างด้าวที่ผิดกฎหมายหรือผู้หลบหนีเข้าเมืองกลายเป็นแรงงานถูกกฎหมายมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามระยะเวลาที่เปลี่ยนผ่าน (Office of Foreign Workers Administration, 2013 ; Sunthanonantha, 2010)

การที่ได้ทราบถึงอิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาวลักษณะองค์กร ความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัท ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว จะเป็นผลดีต่อทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคอุตสาหกรรมผู้ใช้บริการ ในการวางแผนบริหารจัดการแรงงานต่างด้าวอย่างสมเหตุ สมผล สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศ และได้แรงงานต่างด้าวที่มีคุณภาพ ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงให้ความสำคัญที่จะทำการศึกษาถึงกลยุทธ์สำหรับส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งในการจัดหา



แรงงานในปริมาณที่เพียงพอ ได้แรงงานที่มีคุณภาพ และไม่สร้างความเป็นภัยที่คุกคามด้านความมั่นคงให้กับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวในปัจจุบัน กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัท ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว
3. เพื่อพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ และรองผู้จัดการ ของสถานประกอบการที่เป็นผู้ใช้บริการแรงงานที่มาจากประเทศเพื่อนบ้านสัญชาติเมียนมาร์ กัมพูชา เวียดนาม หรือลาว ที่มาอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เข้ามาใช้แรงงานประเภทแม่บ้าน กรรมการ และงานก่อสร้าง และในโรงงานอุตสาหกรรมพื้นฐาน ในช่วง พ.ศ. 2565 รวมจำนวน 440 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Multistage Random Sampling) จากการขอความร่วมมือกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการจัดหาแรงงานต่างด้าว ในช่วง พ.ศ. 2565 โดยใช้ลักษณะของประเทศของแรงงานต่างด้าว เป็นตัวแบ่งชั้นภูมิ ได้แก่ กัมพูชา เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว มีวิธีการสุ่มดังนี้ (1) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (Sample Size) แนวคิดในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในการเก็บข้อมูลที่วิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปขนาดกลุ่มตัวอย่างควรพหุผันตามจำนวนตัวแปรเชิงประจักษ์ (Observation Variable) ที่ใช้ศึกษา โดยทั่วไปกำหนดไว้ที่ 1 ตัวแปรเชิงประจักษ์ ต่อ 10 - 20 หน่วย ของกลุ่มตัวอย่าง (Kelloway, 1998; Joreskog & Sorbom, 1993) ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษา จำนวน 22 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จึงควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 440 คน (2) ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มกับผู้จัดการ และรองผู้จัดการ ของสถานประกอบการที่เป็นผู้ใช้บริการแรงงานที่มาจากประเทศเพื่อนบ้านสัญชาติเมียนมาร์ กัมพูชา เวียดนาม หรือลาว ที่เข้ามาอย่างถูกต้องตามกฎหมายจากบริษัทที่ประกอบธุรกิจจัดหาแรงงานต่างด้าว ในช่วง พ.ศ. 2566 รวมจำนวน 440 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Multistage Random Sampling) จากการขอ



ความร่วมมือกับบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการจัดหาแรงงานต่างด้าว ในช่วง พ.ศ. 2565 โดยใช้ลักษณะของประเทศของแรงงานต่างด้าว เป็นตัวแบ่งชั้นภูมิ ได้แก่ กัมพูชา เมียนมาร์ กัมพูชา และลาว

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารของบริษัทที่ประกอบธุรกิจในการจัดหาแรงงานต่างด้าว ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการยอมรับจากผู้ว่าจ้างอย่างต่อเนื่อง มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 7 ปี รวมจำนวน 10 คน และนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจในการจัดหาแรงงานต่างด้าว จำนวน 5 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว

วิธีดำเนินการวิจัย

กระบวนการวิจัย (Research Design) เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยเริ่มใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณก่อน (Quantitative Research) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ อยู่ระหว่าง .421 - .712 แต่ละตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ อยู่ระหว่าง .721 - .916 เพื่อดำเนินการศึกษาถึงระดับของการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ด้วยเทคนิคการวิจัยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) หลังจากที่ได้ทราบผลการวิจัยแล้ว จึงดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแนวทางในการพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

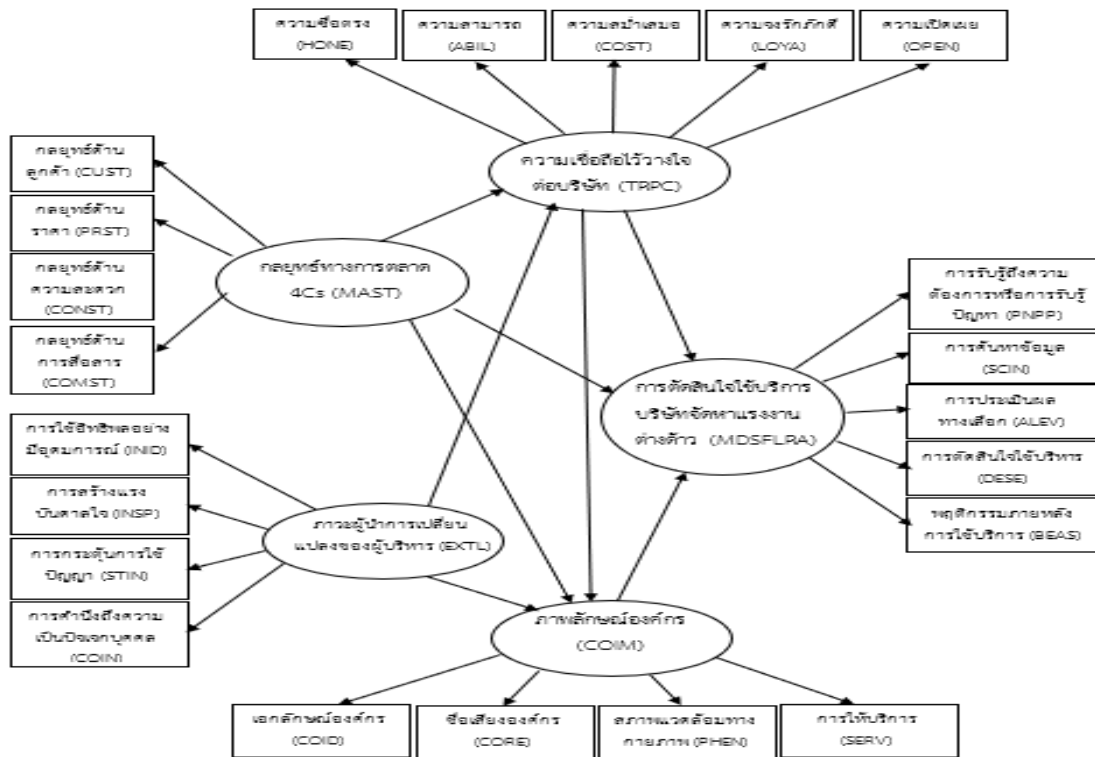
จากการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตัวแปรต่าง ๆ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ประกอบด้วย (1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ทั้งนี้เป็นเพราะว่า สถานประกอบการที่มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้กระบวนการบริหารจัดการเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ สามารถส่งต่อข้อมูลทางการตลาดไปยังผู้บริโภค หรือ ลูกค้าได้ มีผลเป็นอย่างมากต่อการตัดสินใจของลูกค้า บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวที่มีกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการที่ดี มีผลต่อการโน้มน้าว การตัดสินใจของสถานประกอบการต่างๆ ที่จะมาใช้



บริการได้เป็นอย่างดี (Wong et al., 2017; Janet, Masaaki and Stanford, 2009; Sang & DonHee, 2020; Nguyen et al., 2021; Poilly & Sahuc, 2013) (2) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้นำ ผู้จัดการมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนความคิดริเริ่มของพนักงานแต่ละคนในการสำรวจโอกาสใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการให้บริการใหม่ ๆ หรือเพื่อปรับปรุงขั้นตอนการทำงานเพื่อประโยชน์ขององค์กร และจากการเปรียบเทียบภาวะผู้นำในการเปลี่ยนแปลงมีผลกระทบต่อเชิงบวกต่อพฤติกรรมของพนักงานภายในองค์กร ขณะที่ภาวะผู้นำในเชิงธุรกรรมส่งผลกระทบต่อเชิงลบของพนักงานภายในองค์กร องค์กรที่มีประสิทธิภาพย่อมจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของลูกค้าตามไปด้วย มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการได้ (Phupha et al, 2019; Kasemsawat, 2021; William, Gregory & Robert, 2005; Juan et al., 2014; Marc & Peter, 2015; Alqatawenah 2018; Andriani et al., 2018) (3) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร เป็นเพราะว่า ในธุรกิจที่มีความละเอียดอ่อน ดังเช่น การจัดหาแรงงานต่างด้าว เพราะมีความเกี่ยวข้องกับความมั่นคง กฎหมาย และปัญหาสังคม การที่บริษัทผู้จัดหาแรงงานมีภาพลักษณ์ที่ดี มีการช่วยเหลือเอาใจใส่ผู้บริโภครด้วยใจความจริงใจ สร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคจนเกิดความผูกพันกับภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจบริการแรงงานต่างด้าว ซึ่งเป็นพลังที่ยิ่งใหญ่กว่าเครื่องมือใด ๆ ในการสร้างชื่อเสียงในทางที่ดีให้กับองค์กรธุรกิจบริการแรงงานต่างด้าว ทั้งการบอกต่อถึงคุณค่าและพร้อมที่จะปกป้องภาพลักษณ์องค์กรเมื่อภาพลักษณ์องค์กรกำลังถูกทำลายชื่อเสียง

ดังนั้นหัวใจสำคัญที่สุดของการรักษาชื่อเสียงไว้ให้คงอยู่ถาวรก็คือการสร้างความรักภักดีที่ผู้บริโภคมุ่งต่อภาพลักษณ์องค์กรธุรกิจบริการแรงงานต่างด้าว (Kotler, 2012; Ismail & Mustafa, 2016; Kasuma, Yacob & Nahar, 2016) และ (4) ปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เป็นเพราะว่า นโยบายแรงงานต่างด้าวที่มีความเข้มงวดในการตรวจตราการเดินทางเข้าออกชายแดน การมีกระบวนการต้องมีกระบวนการสกัดกั้นการลักลอบเข้าเมือง เพิ่มความเข้มงวดในการตั้งจุดสกัด ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ด้านตรวจสอบปราบปรามแรงงานต่างชาตินี้จะต้องดำเนินการด้วยความซื่อสัตย์สุจริต และ ด้านความร่วมมือ ต้องเสริมสร้างเครือข่ายภาคท้องถิ่น ในการร่วมเฝ้าระวังปัญหาก่ออาชญากรรมของแรงงานต่างชาติ เป็นความไว้วางใจที่จะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้แรงงานต่างด้าว เพราะ ทำให้ได้รับการยืนยันว่า จะได้รับแรงงานที่มีคุณภาพ ถูกต้องตามกฎหมาย และไม่ก่อให้เกิดปัญหาในระยะยาวในธุรกิจของตนเอง (Davis et al., 2000; Jung, Kim & Moon, 2017; Vu & Nguyen, 2020) จากการทบทวนเอกสารและวรรณกรรมดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัท สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้





ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว พบว่า

ตารางที่ 1 ระดับการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร และความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว (n= 440)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs	4.06	.86	มาก
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร	4.24	.68	มาก
ภาพลักษณ์องค์กร	3.96	.87	มาก
ความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว	4.01	.67	มาก
การตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว	4.13	.63	มาก



ตารางที่ 1 พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.96 - 4.24

2) ผลการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร ความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัท ที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว พบว่า

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n= 440)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น			
			ภาพลักษณ์องค์กร (COIM)	ความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัท (TRPC)	กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs (MAST)	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (EXTL)
ภาพลักษณ์องค์กร (COIM)	.60	DE	-	.55*(4.54)	.71*(13.27)	.43*(5.26)
		IE	-	-	.21*(4.85)	.34*(4.53)
		TE	-	.55*(4.54)	.92*(13.37)	.77*(2.46)
ความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัท (TRPC)	.76	DE	-	-	.45*(5.12)	.89*(15.91)
		IE	-	-	-	-
		TE	-	-	.45*(5.12)	.89*(15.91)
การตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว (MDSFLRA)	.73	DE	.50*(5.01)	.83*(16.39)	.56*(4.94)	-
		IE	-	.13*(6.01)	.34*(2.71)	.74*(14.23)
		TE	.50*(5.01)	.96*(16.47)	.90*(6.39)	.74*(14.23)

$\chi^2 = 312.17$ df = 177 p-value = .00000, $\chi^2 / df = 1.76$, RMSEA = .046, RMR = .042, SRMR = .048, CFI = .98, GFI = .93, AGFI = .91, CN = 284.92



ตารางที่ 2 พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังค่าดัชนีความกลมกลืน ดังนี้ $\chi^2 = 312.17$ $df = 177$ $p\text{-value} = .00000$, $\chi^2 / df = 1.76$, $RMSEA = .046$, $RMR = .042$, $SRMR = .048$, $CFI = .98$, $GFI = .93$, $AGFI = .91$, $CN = 284.92$ โดยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว (MDSFLRA) ที่มีค่าอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) มากที่สุด ได้แก่ ความเชื่อถือไว้วางใจต่อบริษัท (TRPC) มีค่าอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ $.96*(16.47)$ รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs (MAST) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (EXTL) ภาพลักษณ์องค์กร (COIM) มีค่าอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ $.90*(6.39)$, $.74*(14.23)$ และ $.50*(5.01)$ และทุกปัจจัยนี้ สามารถร่วมกันทำนาย การตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว (MDSFLRA) ได้ร้อยละ 73

3) การพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว โดยการสังเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ประกอบกับการสังเคราะห์จากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน สามารถสรุปเป็นแนวทางเพื่อการพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เป็น 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายใน คือ การพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาด และการมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร **กลยุทธ์ด้านลูกค้า** คือ การทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเชื่อถือในคุณภาพการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทในระยะยาว สามารถนำเสนอเป็นภาพประกอบดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงการพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว

กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายใน เป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำให้บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว มีความเข้มแข็งภายในองค์กรจากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้การนำของผู้บริหารที่มีทักษะการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง ที่จะสามารถกระตุ้นให้พนักงานของบริษัท เกิดศักยภาพในการทำงานและมีแรงบันดาลใจในการทำงานที่มีความท้าทาย ทั้งในด้านการติดต่อประสานงานเพื่อหาแรงงานต่างด้าวจากประเทศต้นทางที่มีคุณภาพ และการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้กระบวนการมีความถูกต้องตามกฎหมาย รวมถึงการตรวจสอบคุณสมบัติของแรงงานต่างด้าวด้วย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาดังกล่าวด้วย ผ่านกระบวนการฝึกอบรม การจัดทำสื่อการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการ นอกจากนี้แล้ว บริษัทควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้รับการให้บริการที่มีความเป็นมาตรฐาน ทั้งในด้านราคา การติดต่อสื่อสาร การให้บริการเชิงรุก เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านลูกค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าจะรับรู้ได้และสัมผัสได้จากการรับบริการของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว หากลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดี มีความไว้วางใจในด้านคุณภาพของแรงงานต่างด้าว ตลอดจนความสะอาดสบายในกระบวนการทางด้านกฎหมายอย่างต่อเนื่องแล้ว ก็จะทำให้ลูกค้ามีการบอกต่อ หรือ อยู่ภายใต้ การตลาดแบบปากต่อปาก หรือ Word of Mouth Marketing ซึ่งจะทำให้ ลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่เกิดความไว้วางใจต่อบริษัท และปลายทางของการดำเนินงานนั้น (Finally) ก็จะทำให้บริษัทเกิดภาพลักษณ์ที่ดี มีสถานะเป็นแบรนด์ (Brand) ที่เข้มแข็งในตลาดการจัดหาแรงงานต่างด้าว เพราะปัจจุบันบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวที่มีชื่อเสียง และถูกต้องตามกฎหมาย ก็ยังเป็นที่ยังไม่มากนัก และลูกค้าก็จะตัดสินใจใช้บริการในบริษัทจัดหาแรงงานที่มีค่าให้บริการถูกที่สุด ถึงแม้จะมีปัญหาด้านคุณภาพของแรงงาน และปัญหาด้านกฎหมายก็ตาม

การนำข้อมูลจากลูกค้ามาปรับปรุง เมื่อลูกค้าได้ตัดสินใจใช้บริการแรงงานต่างด้าวแล้ว บริษัทผู้จัดหาแรงงานต่างด้าว ก็สามารถที่จะนำข้อมูลจากลูกค้า ไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป เพื่อทำให้กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายในเกิดประสิทธิภาพเป็นวงจรต่อไป

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

1) กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กรความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว อยู่ในระดับมากที่สุดทั้งหมด

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ได้แก่ ความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัท กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กร สามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 73



3) การพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว มี 2 แนวทางสำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายใน กลยุทธ์ด้านลูกค้า ข้อค้นพบใหม่จากการวิจัย คือ บริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวต้องมีการพัฒนาศักยภาพผู้บริหารและความสามารถด้านกลยุทธ์ทางตลาด เพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจของลูกค้า และการมีภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง

อภิปราย

ผลการวิจัยที่พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กรความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงาน ต่างด้าว และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว อยู่ในระดับมากทั้งหมด ซึ่งเป็นภาพสะท้อนถึงสถานการณ์เกี่ยวกับแรงงานต่างด้าวในประเทศไทยในปัจจุบันที่มีความต้องการเป็นอย่างมาก สถานประกอบการประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานสายงานการผลิตในประเทศ เนื่องจากแรงงานคนไทยเลือกที่จะทำงานในนิคมอุตสาหกรรมซึ่งที่เป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นค่านิยมของการได้ค่าตอบแทนหรือสวัสดิการที่มากกว่า ทำให้สถานประกอบการรายย่อยขาดแคลนแรงงานที่จะมารองรับกำลังการผลิต เป็นเหตุให้ต้องพึ่งพาแรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน สถานการณ์ที่ผ่านมาในอดีต แรงงานต่างด้าวจากประเทศเพื่อนบ้าน ได้ลักลอบเข้ามาทำงานในประเทศไทยมากขึ้น เพราะแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้ามาทำงานในประเทศไทยต้องการเข้ามาทำงานเพื่อหารายได้ที่มากกว่าทำงานในประเทศของตน อีกทั้งแรงงานต่างด้าวส่วนมากไม่เลือกงาน มีความอดทนและสามารถทำงานหนักได้กว่าแรงงานไทย (Mthai, 2019; Ekkachai & Kongchantuek, 2016) และการจ้างแรงงานต่างด้าวของผู้ประกอบการไทยมีปัจจัยการจ้างแรงงานต่างด้าวที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจและพื้นที่ เช่น การขาดแคลนแรงงาน ต้นทุนในการจ้าง คุณสมบัติของแรงงานต่างด้าว กฎหมายและนโยบายรัฐบาลที่กำหนดขึ้นมีส่วนเอื้อให้เกิดความสะดวกสบายในการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวว่าในอดีต (Chakmetha, 2013; Sriwichailamphan, 2015; Santitham, 2016) ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว จึงทำให้สถานการณ์เกี่ยวกับการใช้แรงงานต่างด้าวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และทำให้ปัจจัยต่างๆ ที่ทำการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ภาพลักษณ์องค์กรความเชื่อใจไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงาน ต่างด้าว และการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว อยู่ในระดับมากทั้งหมด

ผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ประกอบด้วย (1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 4Cs ของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เป็นเพราะว่า การบริหารการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค โดยนักบริหารการตลาดใช้ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการพัฒนากิจกรรมดำเนินงานของสถานประกอบการจัดหาแรงงานต่างด้าวให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายเพื่อส่งมอบประโยชน์ และตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Ferrell, Hartline & Hochstein, 2021; Kobersy et al, 2016; Sabrina & Nilim, 2019; Schindler, 2012) (2) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร ของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เป็นเพราะว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยในการ



ปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัทจัดหาแรงงานข้ามชาติ ซึ่งช่วยให้พนักงานบริษัทจัดหาแรงงานข้ามชาติพัฒนาศักยภาพให้เพิ่มขึ้น และจูงใจให้พนักงานบริษัทจัดหาแรงงานข้ามชาติสามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายที่สูงขึ้น ทำให้ภาคอุตสาหกรรมเกิดความมั่นใจในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Alqatawenah, 2018; Allen, Grigsby, & Peters, 2015; Marc and Peter, 2015; Sadeghi & Pihie, 2012; Choi, Goh, Adam & Tan, 2016) (3) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร เป็นเพราะว่า ภาพลักษณ์องค์กร เป็นชื่อเสียงขององค์กร สภาพแวดล้อมการให้บริการของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นการรับรู้ของผู้บริโภคถึงความเป็นเอกลักษณ์ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ชื่อเสียงขององค์กร สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และการให้บริการที่องค์กรสร้างขึ้น จากสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลรวมของทัศนคติ ความเชื่อ ความนึกคิด และความประทับใจที่ผู้บริโภคมีต่อภาพลักษณ์การให้บริการ การมีภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ย่อมส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจใช้แรงงานต่างด้าวจากภาคอุตสาหกรรมได้ (Adb-El-Salam & El-Nahas, 2013; Kotler, 2012; Jung, Kim & Moon, 2017; Ka miner, 2022; Sang & DonHee, 2020) และ (4) ปัจจัยด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจต่อบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เป็นเพราะว่า เป็นความตั้งใจให้บริการธุรกิจจัดหาแรงงานต่างด้าวด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ประพฤติปฏิบัติต่อบุคคลด้วยความจริงใจ ยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้องชอบธรรม มีความน่าเชื่อถือ มีอุดมการณ์ในปฏิบัติในสิ่งที่ได้รับความไว้วางใจ และลงมือปฏิบัติให้เป็นไปตามเวลาที่กำหนดสม่ำเสมอ ด้วยความเสมอภาค ทำให้ภาคอุตสาหกรรมผู้ใช้บริการ มั่นใจที่จะตัดสินใจได้มากยิ่งขึ้น (Wong et al, 2017; Sakulsri, 2020; Sang & DonHee, 2020; Crowley, 2020)

ผลการวิจัยที่พบว่าการพัฒนาการส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ต้องเน้นความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร และกลยุทธ์ด้านลูกค้า และมีการนำข้อมูลจากลูกค้ามาปรับปรุงการบริหารจัดการต่อไป เป็นเพราะว่า การพัฒนาธุรกิจดังกล่าวนี้ จะต้องอาศัยความเชี่ยวชาญที่หลากหลายด้าน เพราะการคัดเลือกและสรรหาแรงงานต่างด้าวที่มีคุณภาพในจำนวนที่เพียงพอกับระบบเศรษฐกิจไทยนั้น เป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนเป็นอย่างมาก บริษัทจำเป็นต้องมีศักยภาพในการดำเนินงานภายในองค์กรเอง ที่จะมีวิสัยทัศน์ที่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ มีความสามารถในการจูงใจ เพิ่มศักยภาพพนักงาน และยังเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารไปยังลูกค้าผู้มาใช้บริการแรงงานต่างด้าวอย่างต่อเนื่องด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ ตลอดจนการสร้างแบรนด์ให้มีความชัดเจน (Eckstein & Peri, 2018; Ferrell, Hartline & Hochstein, 2021; Kim & Kim, 2009; Kobersy et al, 2016)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานในทุกด้านของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ทั้งด้านการคัดเลือกแรงงานที่มีคุณภาพในจำนวนที่เพียงพอและด้านเข้าใจเกี่ยวกับ



ความถูกต้องของระเบียบ เพื่อให้บริษัทเป็นต้นทางในการจัดหาแรงงานให้เพียงพอ มีประสิทธิภาพกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

บริษัทจัดหาแรงงานต่างควรที่จะมีการจัดตั้งสมาคมขึ้นมาเพื่อให้สมาคมทำหน้าที่ในการเป็นสื่อกลาง เพื่อให้ธุรกิจเกิดการพัฒนาร่วมกันในมิติที่สำคัญ ได้แก่ ศักยภาพในการจัดหาแรงงานต่างด้าวที่เพียงพอมีคุณภาพ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเพื่อพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการภายในร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการสร้างความร่วมมือร่วมกันระหว่างบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการงานไปด้วยกัน เพราะธุรกิจดังกล่าว มีความสำคัญเป็นอย่างมากในฐานะต้นทางของระบบเศรษฐกิจในประเทศไทย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อค้นพบที่สำคัญจากการวิจัยครั้งนี้ คือ การพัฒนาการส่งเสริมการตลาดตัดสินใจใช้บริการบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าว ต้องเน้นความสำคัญกับ กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร ที่จะต้องมุ่งเน้นในการทำให้ผู้บริหารของบริษัทจัดหาแรงงานต่างด้าวมีทักษะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และสามารถดำเนินงานด้านกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ และกลยุทธ์ด้านลูกค้า ที่จะต้องมุ่งเน้นทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจทั้งในด้านคุณภาพของแรงงาน ความถูกต้องด้านกฎหมาย ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ในระยะยาวของบริษัท มีสถานะของการเป็นแบรนด์ (Brand) ที่ชัดเจนมากขึ้น เพื่อให้เป็นที่จดจำ นำเชื่อถือของลูกค้าที่จะตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การมีความเชื่อมั่นต่อสถานประกอบการที่ได้มีการใช้คนงานต่างด้าวเพิ่มมากขึ้น นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวได้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติชัย ราชมหา และกันยภัทร แก้วกล้า. (2564). การจัดการทุนมนุษย์ของแรงงานต่างด้าวกรณีศึกษาในมิติของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมร้านอาหารไทยในจังหวัดปทุมธานี. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- กิตติสัมพันธ์ ชะนะ และเพ็ญศรี พัทธวิวัฒน์ศิริ. (2561). มาตรการป้องกันอาชญากรรมแรงงานต่างชาติ สัญญาติ กัมพูชาในพื้นที่จังหวัดตราด. วารสารบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. 14(2): 259 - 271
- กาญจน์ตีมา เกษมสวัสดิ์. (2564). ปัจจัยภาวะผู้นำแบบยั่งยืนที่มีผลต่อความพึงพอใจและความสำเร็จของ องค์กรที่รับรู้ได้ของพนักงานในอุตสาหกรรมผลิตและส่งออกผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์สัญชาติ ไต้หวัน แห่งหนึ่ง. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.



- ณัฐวดี ภูผา, สุนันทา พลายระหาร จันจิราภรณ์ ปานยินดี และวราญา ทองอ่อน (2562) *ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับปัจจัยในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท จัดหาแรงงานข้ามชาติแห่งหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี*. งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- เดโช แชน้ำแก้ว. (2563). *แรงงานข้ามชาติสัญชาติพม่า : การสร้างพื้นที่ตัวตนใหม่ข้ามถิ่นกรณีศึกษา จังหวัดนครศรีธรรมราช*. *วารสารศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 20(1): 80-93.
- เถียรเทพ สุนทรนันท์. (2553). *พระราชบัญญัติการทำงานของคนต่างด้าว พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2558). *เศรษฐศาสตร์แรงงาน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิมลรักษ์ ศานติธรรม. (2559). *ปัญหาผลกระทบกรณีแรงงานต่างด้าวในประเทศไทย*. *เอกสารข่าวสารงานวิจัยและพัฒนา Research and Development Newsletter*. 15(163): 190 – 229.
- สำนักงานบริหารแรงงานต่างด้าว. (2556). *แรงงานต่างด้าวในประเทศไทย*. *สถานการณ์แรงงานข้ามถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- สนิทสุตา เอกชัย และสุรพงษ์ กองจันทิก. (2559). *ชีวิตของคนต่างด้าวในประเทศไทย ไทยต่างด้าวทำต่างแดน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนน จักษ์เมธา. (2556). *ปัญหาการขาดแคลนแรงงานไทย*. กรุงเทพฯ: OK Nation.
- Alqatawenah, A. S. (2018). Transformational leadership style and its relationship with change management. *Verslas: Teorija Ir Praktika/Business: Theory and Practice*. 19(2):123 - 134
- Allen, N., Grigsby, B., & Peters, M. L. (2015). Does leadership matter? Examining the relationship among transformational leadership, school climate, and student achievement. *International Journal of Educational Leadership Preparation*, 10(2):312 – 323.
- Adb-El-Salam, S.& El-Nahas (2013) The Impact of corporate Image and reputation on service quality, customer satisfaction and customer loyalty: Testing the mediating role case analysis in an international service company. *The Business and Management Review*, 3(2), 177-196.
- Andriani, S., Nila, K., & Muhammad, K. (2018). The influence of the transformational leadership and work motivation on teachers' performance. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 7(7): 19 - 29
- Anne, M. T. (2021). *Dependency on foreign labor in the information and communication*



- technology sector of the maltese economy*. Department of Public Policy, Faculty of Economics, Management and Accountancy University of Malta.
- Choi, S. L., Goh, C. F., Adam, M. B. H., & Tan, O. K. (2016). Transformational leadership, empowerment, and job satisfaction: the mediating role of employee empowerment. *Human Resources for Health*. 14(1): 73
- Crowley, M. Z. (2020). Foreign labor shortages in the Malaysian palm oil industry: impacts and recommendations. *Asian Journal of Agriculture and Development*. 17(2): 1-19.
- Chonlaworn, P. (2021). Cheap and dispensable: foreign labor in Japan via the technical intern training program. *jsn Journal*. 11(1): 33-49.
- Davis, J. H., Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Tan, H. H. (2000). The trusted general manager and business unit performance: Empirical evidence of a competitive advantage. *Strategic Management Journal*. 21(5): 563-567.
- Eckstein, S., & Peri, G. (2018). Immigrant niches and immigrant networks in the US labor market. *The Russell Sage Foundation Journal of the Social Sciences*.4(1): 60-77
- Gavrilovic, J. (2015). H1-B visa program reform: Analysis of a problem facing policy decision makers on foreign labor practices. *Megatrend revija*. 12(3): 277-290
- Ferrell, O. C., Hartline, M., & Hochstein, B. W. (2021). *Marketing strategy*. New York: Cengage Learning.
- Ismail, M. N. I & Mustafa, N. (2016). Community based homestay service quality, visitor satisfaction and behavioral intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 222(2016). 398-405.
- Jung, S. Y., Kim, E., & Moon, S. G. (2017). The influence of personal values, social trust, and political trust on multicultural acceptance. *International Review of Public Administration*. 22(2): 1-5
- Janet, Y., Murray, M. K & Stanford, A. (2009). West john. Global sourcing strategy and performance of knowledge-intensive business services: A two-stage strategic fit model. *Journal of International Marketing*. 17(4): 313 - 339
- Juan, A. M., Fernando, M., Gabriela, T & Jean-Pierre, L. M. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 10(1):103-119



- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1993). *LISREL 8: Structural equation modeling with the SIMPLIS command language*. Scientific Software International; Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Kim, H., & Kim, Y. (framework: Its development process and application. *Industrial Marketing Management*. 38(4). 477-489
- Kasuma, J., Yacob, Y. & Nahar, H. (2016). Tourist perception towards homestay business: Sabah experience. *Journal of Scientific Research and Development*. 3(2): 7-12.
- Kelloway, E. K. (1998). *Using LISREL for structural equation modeling: A researcher's guide*. Sage Publications, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mthai. (2019). เปิดเหตุผลทำไมนายจ้าง เลือกใช้แรงงานต่างด้าว มากกว่าแรงงานไทย. สืบค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2565 จาก <https://news.mthai.com/webmaster-talk/729937.htm>
- Marc H. A. & Peter Y. T. (2015). Reviewing leadership styles: Overlaps and the need for a new 'Full-Range' theory. *International Journal of Management Reviews*.19(1): 76–96
- Nguyen, H. T., Dinh, B. H. A., Nguyen, T. V., Pham, V. O., Phan, M. D., Nguyen, T. H. & Van, T. V.. (2021). Customer service culture at VPBank in Vietnam. *Journal of Economics and Business Management*. 2(4): 44 - 54
- Poilly, C., & Sahuc, J. G. (2013). Welfare implications of heterogeneous labor markets in a currency area. *Macroeconomic Dynamics*. 17(2): 199 - 215
- Sabrina, K & Nilim, B. (2019). *Access to the labor market for admitted migrant workers in Asia and related corridors*. Bangkok: ILO Regional Office for Asia and the Pacific United Nations Building.
- Schindler, R. M. (2012), *Pricing strategies: A marketing approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Sadeghi, A., & Pihie, Z. A. L. (2012). Transformational leadership and its predictive effects on leadership effectiveness. *International Journal of Business and Social Science*. 3(7): 186-197.
- Sang M. L. & DonHee, L. (2020). Untact: a new customer service strategy in the digital age. *Service Business*. 14(2020): 1–22



- Sakulsri, T. (2020). Challenges of labor Migrants to Thailand: Issues of bilateral agreements for the employment of workers in the greater Mekong subregion(GMSGMS). *Journal of Population and Social Studies*, 28(2020): 49 – 65.
- Vu, T. T., & Nguyen, P. T. (2020). Workplace learning and foreign workers' commitment to host cultural organization: the effects of cross-cultural adjustment and supervisor trust. *Employee Relations: The International Journal*. 43(1): 1-28.
- Wong, S. Y., Wai, S. M., Yew, K. S., Yong, X. Y., & Puah, J. M. (2017). The Impact of macroeconomic factors on foreign labor force in Malaysia. *Journal Publications & Book-Monash University Malaysia*, 206, Nil.
- William, H. B., Gregory, A. R. & Robert, S. R. (2005). Changing attitudes about change: longitudinal effects of transformational leader behavior on employee cynicism about organizational change. *Journal of Organizational Behavior*. 26(7): 733 - 753

Translated Thai References

- Ekkachai, S & Kongchantuek, S. (2016). *Life of expatriates in Thailand. Foreign Thais, Foreign Thaos*. Bangkok: Chulalongkorn Unvers.
- Chakmetha, S. (2013). *Thai labor shortage problem*. Bangkok: OK Nation.
- Chana, K & Patwiwattanasiri, P. (2018). Measures to prevent foreign labor crimes, Sanyatti, Cambodia in the area of Trat province. *Suan Dusit Graduate School Journal*. 14(2): 259 – 271
- Kasemsawat, K. (2021). *Sustainable leadership factors that affect satisfaction and success. Perceived organization of employees in a Taiwanese electronic product production and export industry*. Bangkok: College of Management Mahidol University
- Khaenamkaew, D. (2020). Burmese migrant workers: Creating a new identity space across places. A case study. Nakhon Si Thammarat Province. *Sripatum Review Journal Humanities and Social Sciences Edition*. 20(1): 80-93.
- Rajamaha, K & Kaewkla, K. (2021). *Human capital management of foreign workers. A case study in the dimensions of Thai restaurant industry operators in Pathum Thani Province*. College of Management Mahidol University
- Office of Foreign Workers Administration. (2013). *Foreign workers in Thailand. Situation of migrant*



workers. Bangkok: Office of Foreign Workers Administration. Department of Employment Ministry of Labor.

Phupha, N., Plairahan, S., Panyindee, J & Thong-Un, W. (2019). *Study of leadership. Changes to operational factors that affect employee morale and performance. A company recruiting migrant workers in Kanchanaburi Province*. The 11th National Academic Conference, Nakhon Pathom Rajabhat University.

Sunthanonantha, T. (2010). *Foreign Workers Act 2008*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.

Sriwichailamphan, T. (2015). *Labor economics*. Chiang Mai: Chiang Mai University

Santitham, W. (2016). Problems affecting the case of foreign workers in Thailand. *Research and Development Newsletter*. 15(163): 190 – 229.

