

การวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า
ผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น
Business Management Factors Analysis of Sports Product Manufacturers
and Distributors in Khon Kaen Province

อุมารวรรณ วาทกิจ^{1,*}, ร่มสน นิลพงษ์² และ ชลัช ภิรมย์³

Umarwan Watakit^{1,*}, Romson Ninpong² and Chalach Piromya³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{1,2,3}Faculty of Business Administration, Northeastern University

*Corresponding author's e-mail: Umarwan.wat@neu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received)

17 สิงหาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ (Revised)

10 ธันวาคม 2567

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted)

12 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น 2) วิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น และ 3) เสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่เคยสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจมีความสำคัญที่สุด โดยปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยปัจจัยการบริหารจัดการที่สำคัญ 6 ปัจจัย คือ 1) การให้บริการ 2) วัสดุ อุปกรณ์ 3) การดำเนินงาน 4) การส่งเสริมการตลาด ให้ 5) ด้านการบริการหลังการขาย และ 6) ด้านลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปเป็นแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ ที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบ, การบริหารจัดการธุรกิจ, ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา

ABSTRACT

This research aims to: 1) Study the general conditions in business management of sports product manufacturers and distributors in Khon Kaen province, 2) Analyze the factors influencing business management of sports product manufacturers and distributors in Khon Kaen province, and 3) Propose business management guidelines for sports product manufacturers and distributors in Khon Kaen province. This is a quantitative research. The sample group consists of 400 customers who have purchased products from sports product manufacturers and distributors in Khon Kaen province, using convenience sampling. Data is collected through questionnaires. The statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation, and Exploratory Factor Analysis (EFA).

The research found that the factor of business management is the most important. The key factors in the business management of sports product manufacturers and distributors in Khon Kaen province consist of six major management factors: 1) Service provision, 2) Materials and equipment, 3) Operations, 4) Marketing promotion, 5) After-sales service, and 6) Customer relations. Entrepreneurs can use as a business management guideline that truly meets the needs of consumers.

Keywords: Factor Analysis, Business Management, Sports Product Manufacturers and Distributors

บทนำ

ในยุคที่การแข่งขันทางธุรกิจมีความรุนแรง การบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการธุรกิจต่างออกแบบกระบวนการในการบริหารจัดการองค์กร ให้สอดคล้องกับลักษณะธุรกิจและความต้องการของผู้บริโภค สร้างประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการ เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำอันจะส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน จากกระแสการตื่นตัวใส่ใจเรื่องสุขภาพตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาด COVID-19 การเล่นกีฬาไม่ใช่เพียงแค่ส่งเสริมสุขภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา ไม่ว่าจะเป็นสโมสรและมูลค่านักกีฬา การจัดกิจกรรมกีฬาและการแข่งขันต่าง ๆ ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก รวมถึงธุรกิจเสื้อผ้า อุปกรณ์กีฬา และสินค้าที่ระลึก ซึ่งสามารถสร้างเม็ดเงินได้อย่างมหาศาล และเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจของประเทศได้ (กิงกาญจน์ เกษศิริ และ ญัคนางค์ กุลนาถศิริ, 2565) ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กีฬามีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายหรือรับจ้างผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกีฬา เช่น ชุดกีฬา อุปกรณ์กีฬา หรือของที่ระลึกของสโมสรกีฬา จังหวัดขอนแก่นเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

อย่างรวดเร็ว และมีประชากรที่มีความสนใจในกิจกรรมกีฬาอย่างมาก จะเห็นได้จากการมีนักกีฬาที่มีชื่อเสียง มีสโมสรกีฬาประเภทต่าง ๆ มีการจัดการแข่งขันกีฬาทั้งระดับองค์กร จังหวัด ระดับประเทศ และนานาชาติ และจากการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นสู่ขอนแก่นเมืองกีฬา ของ พนม หงษ์ชุมแพ และคณะ (2563) พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีการส่งเสริมการเล่นกีฬาและการออกกำลังกาย การพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศ การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมกีฬาและธุรกิจด้านกีฬา ซึ่งเมื่อพิจารณาจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จะเห็นว่าจังหวัดขอนแก่นมีศักยภาพเพียงพอในการเสนอเข้าพิจารณาจัดตั้งเป็นเมืองกีฬา จึงถือได้ว่าเป็นแนวโน้มที่ดีสำหรับการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬาในจังหวัดขอนแก่น การศึกษาและเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในมุมมองของผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้า มุ่งเน้นการวิเคราะห์ความคิดเห็น และประสบการณ์ของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา เพื่อให้ทราบองค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น จากมุมมองของลูกค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

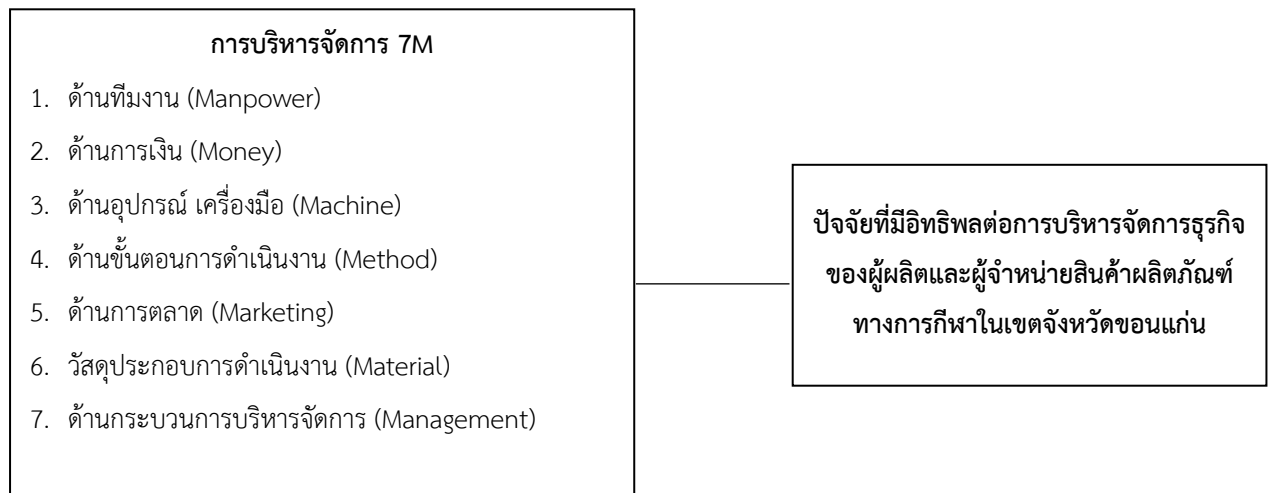
1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัย

การบริหารจัดการองค์กร คือ กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคล ทรัพยากร การประสานงาน และการบริหารหน้าที่ต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยทฤษฎีบริหาร 4M ในทฤษฎีของ Michael E. Porter ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) และการจัดการ (Management) (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2567) จากนั้น ได้เพิ่มอีก 2M ได้แก่ การตลาดหรือการให้บริการ (Market) และ เครื่องจักรกล (Machine) เป็น 6M และเมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ มีการขยายแนวคิดเพื่อรวมปัจจัยเพิ่มเติมที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน

เข้าไปในกระบวนการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ จริยธรรม (Morality) และ ข้อมูลข่าวสาร (Message) รวมเป็น 8M (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2561) ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นไปเรื่อยๆ ไม่สิ้นสุดราบเท่าที่ระบบอุตสาหกรรมการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ ยังคงพัฒนาและก้าวไปไม่หยุดยั้ง เพื่อให้องค์กรสามารถจัดการทรัพยากรต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ

จากการศึกษาทฤษฎีการบริหารจัดการ ผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา 7 ปัจจัย หรือ 7M ได้แก่ 1) ด้านทีมงาน (Manpower) 2) ด้านการเงิน (Money) 3) ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ (Machine) 4) ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน (Method) 5) ด้านการตลาด (Marketing) 6) วัสดุประกอบการดำเนินงาน (Material) และ 7) ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management) เพื่อใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าที่เคยซื้อหรือสั่งผลิตสินค้านาน หรือบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2551) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน ซึ่งมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) ควรมีอย่างน้อย 200 ตัวอย่างเพื่อให้ได้มาซึ่งความมั่นคงในการวิเคราะห์ปัจจัย Thompson, (2004 as Cited in Siddiqui, 2013) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน เพื่อให้มีความสมบูรณ์

ยิ่งขึ้น สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยซื้อหรือสั่งผลิตสินค้าร้าน หรือบริษัทผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยการศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบตัวเลือก (Checklist)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ตามแนวคิดของ 7Ms ได้แก่ 1) ด้านทีมงาน (Manpower) 2) ด้านการเงิน (Money) 3) ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ (Machine) 4) ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน (Method) 5) ด้านการตลาด (Marketing) 6) วัสดุประกอบการดำเนินงาน (Material) และ 7) ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management) ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาภาษา ความหมาย โครงสร้าง รวมถึงความสอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา และวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ผลการวิเคราะห์มีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.869

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี Principal Component Analysis และใช้วิธีหมุนแกนออร์โธโกนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกตัวแปรสำคัญจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกิดจากการหมุนแกน คือ ตัวแปรของแต่ละองค์ประกอบ จะต้องมีความสัมพันธ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficients) ตั้งแต่ .6 ขึ้นไป ซึ่งมีค่ามากกว่า .3 ขึ้นไป จะถือว่าเป็นตัวแปรที่สำคัญจริง ๆ (สุทธนู ศรีไสย์, 2551)

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็น ร้อยละ 34.75 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 59.50 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 55.25

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น (ในมุมมองของลูกค้า)

ตารางที่ 1 สภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น (ในมุมมองของลูกค้า)

สภาพทั่วไป	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านทีมงาน (Manpower)				
● มีบุคลากรให้บริการลูกค้าที่เพียงพอ และเท่าเทียมกัน	4.36	0.909	มาก	1
● สามารถอธิบายรายละเอียดของสินค้าได้ดี	4.26	0.858	มาก	2
● สุภาพและพูดจาเป็นมิตรกับลูกค้า	4.24	0.899	มาก	3
● มีความใส่ใจกับรายละเอียดสินค้าสำหรับลูกค้า	4.12	0.857	มาก	4
● ความสามารถในการตอบสนองต่อปัญหาและข้อสงสัยของลูกค้า	4.11	0.911	มาก	5
● ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของการให้บริการ	4.05	0.905	มาก	6
เฉลี่ยรวม	4.18	0.742	มาก	
ด้านการเงิน (Money)				
● มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.15	0.874	มาก	1
● ความเหมาะสมของต้นทุนที่ลูกค้าจะได้รับ	4.12	0.908	มาก	2
● ความยืดหยุ่นในการชำระเงินและมีตัวเลือกในการชำระเงิน	4.07	0.933	มาก	3
● ความคุ้มค่าในการลงทุนเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ	3.95	1.030	มาก	4
● ส่วนลดหรือโปรโมชั่นน่าสนใจ	3.88	1.090	มาก	5
● การคืนเงินหรือการปรับเปลี่ยนสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว	3.80	1.117	มาก	6
เฉลี่ยรวม	3.99	0.801	มาก	
ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ (Machine)				
● อุปกรณ์ เครื่องมือที่นำมาผลิตมีประสิทธิภาพ	4.10	0.902	มาก	5
● น้ำหนักหรือความสมดุลของอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับผู้เล่น	4.15	0.812	มาก	4
● อุปกรณ์ เครื่องมือคงรูปหรือมีความยืดหยุ่น	4.16	0.979	มาก	3
● สะดวกสบายในการใช้งานอุปกรณ์	4.18	0.926	มาก	2
● มีมาตรฐาน คุณภาพผลิตภัณฑ์	4.19	0.885	มาก	1
● สะดวกในการพกพา จัดเก็บ	4.07	0.900	มาก	6
เฉลี่ยรวม	4.13	0.773	มาก	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สภาพทั่วไป	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน (Method)				
● ความชัดเจนและความเข้าใจง่ายในการให้บริการ	4.09	0.887	มาก	1
● ปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ	3.98	0.969	มาก	5
● ความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ของการปฏิบัติงาน	4.02	0.973	มาก	3
● การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว	3.99	0.973	มาก	4
● การตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ	4.06	0.928	มาก	2
เฉลี่ยรวม	4.03	0.810	มาก	
ด้านการตลาด (Marketing)				
● เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามความต้องการของการให้บริการ	4.04	0.916	มาก	2
● มีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อสะสมคะแนนและแจ้งข้อมูลต่างๆ อย่างเหมาะสม	4.02	0.906	มาก	3
● ประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง	3.91	1.128	มาก	5
● มีการจัดโปรโมชั่น หรือสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า	3.93	1.070	มาก	4
● ความน่าสนใจของโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษที่ดึงดูดลูกค้า	3.83	1.180	มาก	6
● การตอบรับต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมทางการตลาด	4.02	1.110	มาก	3
● ประสิทธิภาพของการตลาดแบบบอกต่อและการรื้อฟื้นจากลูกค้า	4.23	0.873	มาก	1
เฉลี่ยรวม	4.02	0.695	มาก	
วัสดุประกอบการดำเนินงาน (Material)				
● คุณภาพของวัสดุในการผลิตสินค้าและดำเนินงาน	4.22	0.881	มาก	2
● ความทนทานและอายุการใช้งานของวัสดุ	4.23	0.905	มาก	1
● ความเหมาะสมของวัสดุที่เลือกใช้กับประเภทของชนิดกีฬา	4.19	0.895	มาก	3
● ความปลอดภัยของวัสดุที่ใช้ในการดำเนินงาน	4.19	0.955	มาก	3
● ความคุ้มค่าของวัสดุที่ใช้ผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้า	4.15	0.890	มาก	4
เฉลี่ยรวม	4.19	0.768	มาก	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สภาพทั่วไป	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management)				
● การวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการจัดการการผลิต	4.42	0.735	มาก	1
● ความสามารถในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา	4.39	0.717	มาก	3
● การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ	4.40	0.698	มาก	2
● การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน	4.39	0.663	มาก	3
● ความโปร่งใสและความยุติธรรมในการบริหารจัดการ	4.39	0.731	มาก	3
● การจัดการกับข้อร้องเรียนและความพึงพอใจของลูกค้า	4.37	0.703	มาก	4
● การกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน	4.36	0.705	มาก	5
เฉลี่ยรวม	4.39	0.484	มาก	

จากตารางที่ 1 สภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาในเขตจังหวัดขอนแก่น พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ด้านที่มีค่าสูงสุดคือ ด้านกระบวนการบริหารจัดการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$) รองลงมา คือ ด้านวัสดุประกอบการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) ด้านทีมงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) ด้านการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาในเขตจังหวัดขอนแก่น (ในมุมมองของลูกค้า)

การวิเคราะห์องค์ประกอบของการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาในเขตจังหวัดขอนแก่น โดยการศึกษาจากมุมมองของลูกค้า ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรซึ่งเป็นปัจจัยคัดสรร (Selected Factor) ทั้งหมด 42 ตัวแปร จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการ 7Ms ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทีมงาน (Manpower) 2) ด้านการเงิน (Money) 3) ด้านอุปกรณ์ เครื่องมือ (Machine) 4) ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน (Method) 5) ด้านการตลาด (Marketing) 6) วัสดุประกอบการดำเนินงาน (Material) 7) ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management) นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยวิธี Principal Component Analysis และใช้วิธีหมุนแกนออร์โธโกนอลแบบวาริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation) เพื่อสกัดตัวแปรที่ไม่สำคัญออกไป ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกตัวแปรสำคัญจากองค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกน เพื่อนำมาใช้ในการพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการศึกษา

ในเขตจังหวัดขอนแก่น โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบ (Factor Score Coefficient) ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป เป็นตัวแปรสำคัญ (สุทธนู ศรีไสย์, 2551)

ตารางที่ 2 ค่า Kaiser- Meyer – Olkin’s measures of sampling adequacy (KMO)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.947
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	13032.927
df	861
Sig.	.000

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่า KMO =.947 มีค่าเข้าใกล้ 1 จึงสรุปได้ว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน หรือใช้ Bartlett’s Test ซึ่งมีการแจกแจงโดยประมาณ โดยประมาณค่าแบบ Chi-Square ได้ค่า Chi-Square = 13032.927 และค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 สรุปได้ว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน จึงใช้ Factor Analysis วิเคราะห์โดยวิธี Principal Component Analysis ได้ผลลัพธ์ดังที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสถิติอธิบายค่าร้อยละ Total Variance Explained

Com ponent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	16.251	38.692	38.692	16.251	38.692	38.692	14.437	34.373	34.373
2	4.969	11.830	50.522	4.969	11.830	50.522	4.613	10.984	45.357
3	2.777	6.611	57.134	2.777	6.611	57.134	3.372	8.028	53.385
4	1.635	3.893	61.027	1.635	3.893	61.027	2.531	6.027	59.412
5	1.335	3.179	64.206	1.335	3.179	64.206	2.008	4.780	64.192
6	1.148	2.732	66.939	1.148	2.732	66.939	1.154	2.747	66.939

จากตารางที่ 3 พบว่า องค์ประกอบที่มีค่า (Eigenvalues) ที่เกิน 1.0 ประกอบไปด้วย ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 66.939 หลังจากนั้นนำเอาตัวแปรที่วิเคราะห์ได้ทั้งหมด V’s 42 ตัว นำมาจัดให้อยู่ในปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งพิจารณาค่า Factor Loading โดยวิธีการหมุนแกนแบบ (Orthogonal Rotation ด้วยวิธี Varimax) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบที่มีคะแนนค่าร้อยละตั้งแต่ .60 ขึ้นไป ที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาให้เป็นตัวแปรสำคัญ เพื่อนำไปเป็นปัจจัย

ที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ทั้งหมด 6 องค์ประกอบ แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 รายละเอียดการจัดกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น

ชื่อกลุ่มองค์ประกอบ	องค์ประกอบ	ร้อยละ ความ แปรปรวน
ด้านการให้บริการ	- สามารถอธิบายรายละเอียดของสินค้าได้ดี - มีมาตรฐาน คุณภาพผลิตภัณฑ์ - ความเหมาะสมของต้นทุนที่ลูกค้าจะได้รับ - สะดวกสบายในการใช้งานอุปกรณ์ - สุภาพและพูดจาเป็นมิตรกับลูกค้า - สะดวกในการพกพา จัดเก็บ - น้ำหนักหรือความสมดุลของอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับผู้เล่น - มีบุคลากรให้บริการลูกค้าที่เพียงพอ และเท่าเทียมกัน - มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า - อุปกรณ์ เครื่องมือคงรูปหรือมีความยืดหยุ่น - ความชัดเจนและความเข้าใจง่ายในการให้บริการ - มีความใส่ใจกับรายละเอียดสินค้าสำหรับลูกค้า - มีการจัดทำบัตรสมาชิก เพื่อสะสมคะแนนและแจ้งข้อมูลต่าง ๆ อย่างเหมาะสม - การตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนเพื่อปรับปรุงคุณภาพ - การลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นเพื่อให้เกิดความรวดเร็ว - ความยืดหยุ่นในการชำระเงินและมีตัวเลือกในการชำระเงิน - ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของการให้บริการ - ความยืดหยุ่นตามสถานการณ์ของการปฏิบัติงาน - ความสามารถในการตอบสนองต่อปัญหาและข้อสงสัยของลูกค้า - อุปกรณ์ เครื่องมือที่นำมาผลิตมีประสิทธิภาพ - เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามความต้องการของการให้บริการ - ปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่กำหนดอย่างเคร่งครัดและมีประสิทธิภาพ - ความคุ้มค่าในการลงทุนเมื่อเทียบกับสิ่งที่ได้รับ	38.692

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ชื่อกลุ่มองค์ประกอบ	องค์ประกอบ	ร้อยละ ความ แปรปรวน
ด้านวัสดุ อุปกรณ์	- คุณภาพของวัสดุในการผลิตสินค้าและดำเนินงาน - ความเหมาะสมของวัสดุที่เลือกใช้กับประเภทของงานและชนิดกีฬา - ความทนทานและอายุการใช้งานของวัสดุ - ประสิทธิภาพของการตลาดแบบบอกต่อและการรีวิวจากลูกค้า - ความปลอดภัยของวัสดุที่ใช้ในการดำเนินงาน - ความคุ้มค่าของวัสดุที่ใช้ผลิตเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าที่จำหน่าย	11.830
ด้านการดำเนินงาน	- การกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน - ความโปร่งใสและความยุติธรรมในการบริหารจัดการ - การจัดการกับข้อร้องเรียนและความพึงพอใจของลูกค้า - การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน - การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ - ความสามารถในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา	6.611
ด้านการส่งเสริมการตลาด	- ความน่าสนใจของโปรโมชั่นและข้อเสนอพิเศษที่ดึงดูดลูกค้า - มีการจัดโปรโมชั่น หรือสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดลูกค้า - ประชาสัมพันธ์กิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านสื่อต่างๆอย่างทั่วถึง	3.893
ด้านการบริการหลังการขาย	- ให้ข้อมูลลูกค้าเมื่อมีส่วนลดหรือโปรโมชั่นน่าสนใจ - การคืนเงินหรือการปรับเปลี่ยนสินค้าที่สะดวกรวดเร็ว	3.179
ด้านลูกค้าสัมพันธ์	- การตอบรับต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมทางการตลาด - การวางแผนและกำหนดเป้าหมายในการจัดการการผลิต	2.732

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจในมุมมองของลูกค้า พบว่า มีองค์ประกอบสำคัญในการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขต จังหวัดขอนแก่น 6 องค์ประกอบ ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย สินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา
ในเขตจังหวัดขอนแก่น

โดยในแต่ละด้านจะให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมกระบวนการในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า ได้แก่

- 1. ด้านการให้บริการ** ปัจจัยสำคัญขององค์ประกอบนี้เกี่ยวข้องกับให้บริการลูกค้าในการซื้อสินค้าหรือสั่งผลิตสินค้า โดยให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า ใช้งานสะดวก มาตรฐานและคุณภาพสินค้าได้อย่างชัดเจน มีพนักงานเพียงพอ และให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า รวมถึงมีความชัดเจนในขั้นตอนการให้บริการที่กระชับชัดเจน ระบบการให้บริการมีความรวดเร็ว ยืดหยุ่นตามสถานการณ์ ตอบสนองปัญหาลูกค้าได้
- 2. ด้านวัสดุ อุปกรณ์** องค์ประกอบนี้ให้ความสำคัญด้านคุณภาพวัสดุ ที่เหมาะกับลักษณะงานกีฬา วัสดุทนทานและมีอายุการใช้งานนาน มีความปลอดภัย และคุ้มค่าราคา
- 3. ด้านการดำเนินงาน** ปัจจัยสำคัญขององค์ประกอบนี้เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการทำงานที่มีมาตรฐาน โปร่งใส และยุติธรรม มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม มีระบบการติดตามและประเมินผลงาน ตัดสินใจและแก้ปัญหาได้ และมีกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า
- 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด** องค์ประกอบนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ การนำเสนอโปรโมชั่นและข้อเสนอที่น่าสนใจ จัดโปรโมชั่นในช่วงเวลาต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และช่องทางต่างๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- 5. ด้านการบริการหลังการขาย** ปัจจัยสำคัญขององค์ประกอบนี้ คือ การคืนเงินหรือปรับเปลี่ยนสินค้า รวมถึงการให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับส่วนลดหรือโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ

6. **ด้านลูกค้าสัมพันธ์** ปัจจัยสำคัญขององค์ประกอบด้านที่ 6 นี้ คือ การสร้างความพึงพอใจลูกค้าต่อกิจกรรมการตลาด วางแผน และกำหนดเป้าหมายการจัดการการผลิต

อภิปรายผล

การศึกษาสภาพทั่วไปในการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ในมุมมองของลูกค้า พบว่า ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการบริหารจัดการ รองลงมา คือ ด้านวัสดุประกอบการดำเนินงาน ด้านทีมงาน ด้านอุปกรณ์เครื่องมือ ด้านขั้นตอนการดำเนินงาน ด้านการตลาด และด้านการเงิน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริษา ขาติวานิชกุล และคณะ (2565) ศึกษา อิทธิพลของการบริหารจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ด้านการบริหารจัดการธุรกิจมีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่ง เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ นิตยา ไหวดี และคณะ (2564) ศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ พบว่า องค์ประกอบด้านคุณภาพการให้บริการ เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการธุรกิจ ของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ในมุมมองของลูกค้า พบว่า มีองค์ประกอบสำคัญ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การให้บริการ เน้นกระบวนการให้บริการลูกค้าด้วยขั้นตอนที่ สะดวก รวดเร็ว ตอบสนองปัญหาลูกค้าได้ ให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้า ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า และยืดหยุ่นตามสถานการณ์ 2) วัสดุ อุปกรณ์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพวัสดุที่เหมาะสมกับลักษณะงานกีฬา มีความปลอดภัย และคุ้มค่าราคา 3) การดำเนินงาน ปัจจัยนี้เกี่ยวข้องกับการออกแบบขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนมีมาตรฐาน โปร่งใส และยุติธรรม มีระบบการติดตามและประเมินผลงาน และมีกระบวนการจัดการข้อร้องเรียนลูกค้า 4) การส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญกิจกรรมด้านการตลาด ได้แก่ การนำเสนอโปรโมชั่น ช่วงเวลาต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ และช่องทางต่าง ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 5) ด้านการบริการหลังการขาย เป็นการดูแลลูกค้าหลังการขาย การคืนเงิน การเปลี่ยนสินค้า รวมถึงการให้ข้อมูลลูกค้าเกี่ยวกับส่วนลดหรือโปรโมชั่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ และ 6) ด้านลูกค้าสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจลูกค้าต่อกิจกรรมการตลาด เพื่อให้เกิดการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา เรื่องการดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการด้านกีฬาในยุคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างพลิกผัน ของ สัจจวัฒน์ จารึกศิลป์ (2564) ที่นำเสนอแนวทางการดำเนินธุรกิจธุรกิจกีฬาเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวในธุรกิจให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยให้ความสำคัญในด้าน การให้บริการที่รวดเร็ว การพัฒนาบุคลากร ความทันสมัยของร้านค้าและสินค้า การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า และการรับฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้า เช่นเดียวกันกับ ปฐวี วาจาทะศิลป์ และคณะ (2563) ที่ศึกษา

แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจกีฬายิงปืนรณยุทธ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเมืองกีฬาจังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจกีฬาที่สำคัญคือ ด้านบุคลากรที่ ด้านงบประมาณ ด้านการจัดการวัสดุ อุปกรณ์ และด้านการจัดการงานทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้จากการศึกษาความคิดเห็นของลูกค้า ของธุรกิจผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬาในเขตจังหวัดขอนแก่น ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำแนวทางบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้สามารถสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยคราวต่อไป

1. ควรนำตัวแปรใหม่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาอิทธิพลที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการ
2. ควรศึกษาทฤษฎีและแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้อย่างประโยชน์ ในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา

เอกสารอ้างอิง

- กิงกาญจน์ เกษศิริ และ ณิชนางค์ กุลนาถศิริ. (2565, 11 พฤศจิกายน). *ยกระดับอุตสาหกรรมกีฬา เพิ่มมูลค่า เศรษฐกิจไทย*. https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/Article_22Aug2022.html
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2561, 1 ตุลาคม). *BA Theory แนวคิดและทฤษฎี Michael E. Porter เกี่ยวข้อง ทฤษฎี. 4M.*, https://www.iok2u.com/index.php?option=com_content&view=article&id=212&catid=13
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2567). *BA ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 8 ด้าน ยุคใหม่ (8M in Business)*. <https://www.iok2u.com/article/business-administrator/4m-in-business-4>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นิตยา ไหวดี, ชูพงษ์ พันธุ์แดง และ นกัศวรณ ดาทุมมา. (2564). องค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพ การดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 89-112.

- ปฐวี วาจาทีศิลป์, อัคริน จันทระสม และนพเวช บุญมี. (2563). *แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจก๊อปปี้*
ปิ่นมณฑลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในเมืองกีฬาชลบุรี. [เอกสารการประชุมวิชาการ]. งานประชุม
วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 12, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ปรีชา ขาดิวนิชกุล, สุชีรา ธนาวุฒิ และ สุธาสินี โพธิ์ชาธาร. (2565). อิทธิพลของการบริหารจัดการธุรกิจและ
กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารชุมชนวิจัย
และพัฒนาสังคม*, 16(1), 194-205.
- พนม หงษ์ชุมแพ และ ศิวัช ศรีโกกลางกุล. (2563). การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นสู่ขอนแก่น
เมืองกีฬา. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(1), 15-30.
- สัจจวัฒน์ จาริกศิลป์. (2564). การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการด้านกีฬาในยุคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
ดิจิทัลอย่างพลิกผัน. *วารสารสหศาสตร์*, 21(1), 1-13.
- สุทธนู ศรีไสย์. (2551). *สถิติประยุกต์สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Siddiqui, K. (2013). Heuristics for Sample Size Determination in Multivariate Statistical
Techniques. *World Applied Sciences Journal*, 27(2). [https://
www.idosi.org/wasj/wasj27\(2\)13/20.pdf](https://www.idosi.org/wasj/wasj27(2)13/20.pdf).