

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการให้บริการ ความพึงพอใจ  
และผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ  
Causal Factors of Affecting the Service, Satisfaction and Organizational  
Performance of the National Sports Development Fund, Thailand

ชมภู สายเสมา\*  
(Chompoo Saisama)

\*อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
Lecturer at College of Innovation and Management,  
Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand.  
Corresponding author: chompoo.sa@ssru.ac.th

Article history:

Received 2 January 2024

Revised 10 June 2024

Accepted 12 June 2024

SIMILARITY INDEX = 4.77 %

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการให้บริการ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยตามสมมติฐาน พบว่า 1) การให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ 2) การบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร 3) ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร 4) การสร้างพันธมิตรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ 5) การจัดการการเปลี่ยนแปลงอิทธิพลทางตรงเชิงบวกกับการให้บริการ

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี พิจารณาได้จากค่า  $\chi^2 = 96.07$  มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.14 (p-value = 0.14) ค่า CFI = 1.00 ประโยชน์จากการวิจัยนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติโดยสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการให้มีผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ การให้บริการ ความพึงพอใจ ผลการดำเนินงานองค์กร

## ABSTRACT

This research aims to (1) study the causal factors affecting organizational performance, (2) study the causal factors affecting Satisfaction (3) study the causal factors affecting Service. The quantitative methodology was applied with data collection through questionnaires undertaken with 400 informants. Statistics used in hypothesis include Structural Equation Modeling Analysis (SEM). The results showed that 1) the service caused a positive direct effect towards the satisfaction, 2) the service caused a positive direct effect towards the organizational performance, 3) satisfaction caused a positive direct effect towards the organizational performance, 4) alliance building caused a positive direct effect towards the service, and 5) change management caused a positive direct effect towards the service. Confirmatory factor analysis found that hypothesized model is consistent with the model has high accuracy. Considered from  $\chi^2 = 96.07$ , p-value = 0.14 and the CFI = 1.00.

Benefits from this research can be used explain the causal relationship and satisfaction result from service affecting the organizational performance of the National Sports Development Fund Thailand and the findings can be further applied as a guideline of management for sustainable organizational performance.

**Keywords:** Service, Satisfaction, Organizational Performance

## 1. บทนำ

จากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นศักยภาพการกีฬา (พ.ศ. 2561-2580) จะมุ่งเน้นการส่งเสริมการใช้กิจกรรมกีฬาและนันทนาการบนฐานของวิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นเครื่องมือในการเสริมสร้างสุขภาวะของประชาชนอย่างครบวงจรและมีคุณภาพมาตรฐาน การสร้างนิสัยรักกีฬาและมีน้ำใจเป็นนักกีฬา และการใช้กีฬาและนันทนาการบนฐานของวิทยาศาสตร์การกีฬา ในการพัฒนาจิตใจ สร้างความสามัคคีของคนในชาติ หล่อหลอมการเป็นพลเมืองดี พัฒนาคุณภาพชีวิต รวมทั้งการพัฒนาทักษะด้านกีฬาสู่ความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพในระดับนานาชาติในการสร้างชื่อเสียงและเกียรติภูมิของประเทศชาติเพื่อรองรับอุตสาหกรรมกีฬา อีกทั้งเป้าหมายการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในด้าน คนไทยเป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ พร้อมสำหรับวิถีชีวิตในศตวรรษที่ 21 และสังคมไทยมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อและสนับสนุนต่อการพัฒนาคนตลอดช่วงชีวิต รวมถึงประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์โดยการ (1) การเสริมสร้างศักยภาพการกีฬาในการสร้างคุณค่าทางสังคมและพัฒนาประเทศ (2) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิต (3) การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ (4) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ (5) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมกีฬา แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น ศักยภาพการกีฬา ประกอบด้วย 3 แผนย่อย ได้แก่ 1) การส่งเสริมการออกกำลังกาย และกีฬาขั้นพื้นฐานให้กลายเป็นวิถีชีวิต และการส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมออกกำลังกาย กีฬาและนันทนาการ 2) การส่งเสริมการกีฬาเพื่อพัฒนาสู่ระดับอาชีพ และ 3) การพัฒนาบุคลากรด้านการกีฬาและนันทนาการ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ซึ่งหนึ่งในหลักการในการขับเคลื่อนนี้จะเป็นในภาคส่วนของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ เพื่อให้กระบวนการบริหารจัดการกองทุน รวมทั้งในบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานของทุนหมุนเวียนประจำปี 2565 ระหว่างกระทรวงการคลัง กับ กองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ เป็นไปตามพระราชบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติการบริหารทุนหมุนเวียน (พ.ศ. 2558) และประกาศคณะกรรมการนโยบายการบริหารทุนหมุนเวียน เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และการรายงานผลการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน (พ.ศ. 2559) ที่กำหนดให้กรมบัญชีกลางดำเนินการให้หน่วยงานของรัฐจัดทำบันทึกข้อตกลงการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียน เพื่อกำหนดตัวชี้วัดการประเมินผลการดำเนินงานในแต่ละปีบัญชี ภายใต้กรอบหลักเกณฑ์ วิธีการ เกณฑ์การประเมิน ปฏิทินการปฏิบัติงาน และเงื่อนไขการประเมินผลการดำเนินงานที่คณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงานทุนหมุนเวียนกำหนด อันจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานทุนหมุนเวียนให้เป็นไปอย่างมีมาตรฐาน สอดคล้องกับภารกิจและหน้าที่ความรับผิดชอบตามวัตถุประสงค์ทุนหมุนเวียน ตามเกณฑ์วัดการดำเนินงานด้านที่ 2 การสนองประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตัวชี้วัดที่ 2.2 ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้น เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ระบบการทำงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้รับบริการที่ดี รวมถึงการสร้าง ความพึงพอใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และมีประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนากีฬาของชาติ รวมถึงเพื่อเป็นกรอบในการวางนโยบาย การกำหนดแผนระยะสั้นและระยะยาวในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ได้อย่างมั่นคงยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร
2. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลความพึงพอใจ
3. ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการให้บริการ

## 2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

การสร้างพันธมิตรซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะส่งผลทำให้การดำเนินการมีต้นทุนที่ถูกลงและมีความผิดพลาดที่น้อยลงอีกทั้งการสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยการสร้างพันธมิตรที่มาสันนิบาตให้เกิดการแลกเปลี่ยนเกิดการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรของธุรกิจธุรกิจระดับสากลได้ (Harimukti, Harm-Jan, & Aard, 2018) อีกด้านของความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเป็นลักษณะการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือของห่วงโซ่อุปทานสินค้ารูปแบบใหม่ ๆ ที่ออกสู่ตลาด เมื่อผู้ผลิตในต่างประเทศทำให้ผู้ประกอบการในประเทศปลายทางต้องมีความรวดเร็วในการจัดหามาเพื่อการจำหน่าย ผู้ประกอบการรายใดตอบสนองความต้องการด้านนี้ได้เร็วกว่า ก็ถือว่ามีความสามารถทางการแข่งขันที่สูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรม (Deelen, Ettema & Kamphuis, 2018) การมีพันธมิตรในการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ รวมไปถึงกลุ่มลูกค้านั้นในการขยายธุรกิจและเพื่อความอยู่รอดขององค์กรนั้นจากการให้การสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศ (Jeongeun, Tae-Eung & Hyun-Woo, 2018)

แต่อีกมุมหนึ่งนักวิจัยได้ให้ความหมายของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกิจกรรมในการร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรร่วมของพันธมิตร โดยที่เป็นการใช้ร่วมกันทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์ขึ้นมาโดยมีเครือข่ายพันธมิตร และทำการส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันแต่ละที่โดยการมีการเลือกสรรและนำทรัพยากรแต่ละที่มาเสริมกันในการใช้ทรัพยากร การให้บริการใหม่ที่ดีที่เกิดขึ้นโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งทำให้เป็นฐานของการพัฒนาและสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ในการให้บริการ

### 2.2 การจัดการการเปลี่ยนแปลง

สำหรับการเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้องค์กรต่างๆ เริ่มมีความหลากหลายมากขึ้นซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลง (Theodorakopoulos & Budhwar, 2015) อีกทั้งการเปลี่ยนแปลง มีความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างแรงจูงใจแรงบันดาลใจให้พนักงานทุ่มเทมุ่งมั่นในการทำงานสร้างการทำงานเป็นทีม ชอบพัฒนาสิ่งแปลกใหม่ สร้างกระบวนการและทักษะการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Olvera et al., 2017) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงไปยังบุคลากรโดยผ่านกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลง มีการจัดทำกลยุทธ์และการวางแผนการเปลี่ยนแปลงอย่างละเอียด (Augustus Dee Roberts, 2018) ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงในประเด็นการจัดการวัฒนธรรมองค์กร พบว่า การทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกความเป็นผู้ประกอบการ องค์กรต้องสนับสนุนให้พนักงานทำงานและแสดงความสามารถได้อย่างเต็มที่สนับสนุนให้พนักงานได้มีโอกาสร่วมกัน พัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานอยู่เสมอ และส่งเสริมให้พนักงานสร้างนวัตกรรมใหม่ คิดค้นและปรับปรุงการทำงานด้วยตนเอง (Metha & Gupta, 2014) รวมถึงวัฒนธรรมองค์กร หากองค์กรใดมีวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นความเป็นส่วนรวม จะช่วยทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Ziyae, 2016)

แต่อีกมุมหนึ่งนักวิจัยได้ให้ความหมายของการจัดการการเปลี่ยนแปลง เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างโดยรวมทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น การนำเครื่องมือใหม่ๆ ที่ทันสมัยและรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เป็นวัฒนธรรมใหม่ขององค์กรที่นำไปสู่แนวคิดใหม่ในการทำงานเป็นทีม ระบบการปฏิบัติงานในการดำเนินการร่วมกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

### 2.3 การให้บริการ

การรับรู้ของลูกค้าว่า ได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง ตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี การให้บริการเป็นการกระทำหรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปแบบของความสะดวกสบายความปลอดภัย เช่น การคมนาคม การสื่อสาร การประกันภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้ (Ling & Chao, 2019) รวมถึงการนำนวัตกรรมบริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย เป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ เป็นสิ่งที่นำมาใช้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่าง ๆ ให้เป็นมาตรฐานสากลให้กับผู้ใช้บริการอย่างเสมอภาค (Prompong, 2015)

แต่อีกมุมหนึ่งนักวิจัยได้ให้ความหมายของการให้บริการ เป็นการเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ต้องการกระทำผู้รับบริการจะถูกใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ สามารถวัดได้จากการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนอง การให้ความเชื่อมั่น และการรู้จักและเข้าใจ ทั้งในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ การอำนวยความสะดวก และคุณภาพในการให้บริการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ

### 2.4 ความพึงพอใจ

เมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการผ่านประสบการณ์ที่ดีเมื่อต่อบริการก็จะทำให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) (Hult, Sharma, Morgeson III & Zhang, 2019) อีกทั้งการจะเกิดความจงรักภักดีได้นั้นต้องเกิดจากทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการและเกิดความเชื่อมั่นจนเกิดการซื้อซ้ำ (Quan, Chi, Nhung, Ngan & Phong, 2020) นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้บริโภคและความจงรักภักดีจะทำให้เกิดการบอกต่อ (Word-of-Mouth) โดยที่การบอกต่อหรือสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการระหว่างลูกค้าด้วยกันที่พาตึงถึงองค์กรอาจเกิดขึ้นในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ (Shankar, Jebarajakirthy & Ashaduzzaman, 2020) รวมถึงความพึงพอใจเกิดการรับรู้ถึงความต้องการและค้นหาข้อมูลรวมทั้งประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วนำมาพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและความต้องการ โดยอาจมีการพิจารณาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของตนเองร่วมด้วย ซึ่งถ้าหากเกิดความพึงพอใจจนกลายเป็นความจงรักภักดีทำให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำซึ่งถือว่าส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร (Anastasiei & Dospinescu, 2019)

แต่อีกมุมหนึ่งนักวิจัยได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจเกิดจากความคาดหวังจากการได้รับข้อมูลต่างๆ รวมถึงเกิดจากการรับรู้ถึงความต้องการและค้นหาข้อมูลรวมทั้งประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วนำมาพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและความต้องการ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี ซึ่งถ้าหากเกิดความพึงพอใจจนเป็นความจงรักภักดีทำให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำและกลับมาใช้ซ้ำ

## 2.5 ผลการดำเนินงานองค์กร

ผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการที่ต้องพิจารณาคือ 1) ความยั่งยืนทางการเงิน หมายถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันและอนาคต 2) ความยั่งยืนทางสังคม ประกอบด้วยการพัฒนาและการเติมเต็มความต้องการของบุคคลและการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่จะเติบโตในระยะยาว และ 3) ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมหมายถึง การปกป้องและรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและในอนาคต (Fernando, Jabbour & Wah, 2019) สำหรับองค์กรจะสามารถบรรลุผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน มีแนวโน้มของความเป็นไปได้ที่จะปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานประจำวันด้วยข้อจำกัด ทางกายภาพและขอบเขตของงานจะต้องสามารถบรรลุเป้าหมายในการสร้างผลกำไรในระยะสั้น เช่น รายไตรมาสหรือรายปีให้สามารถไปสู่เป้าหมายทางการเงินในระยะยาว เช่น การคาดการณ์ในระยะ 5 หรือ 10 ปี (Nikolaou, Tsalis & Evangelinos, 2019)

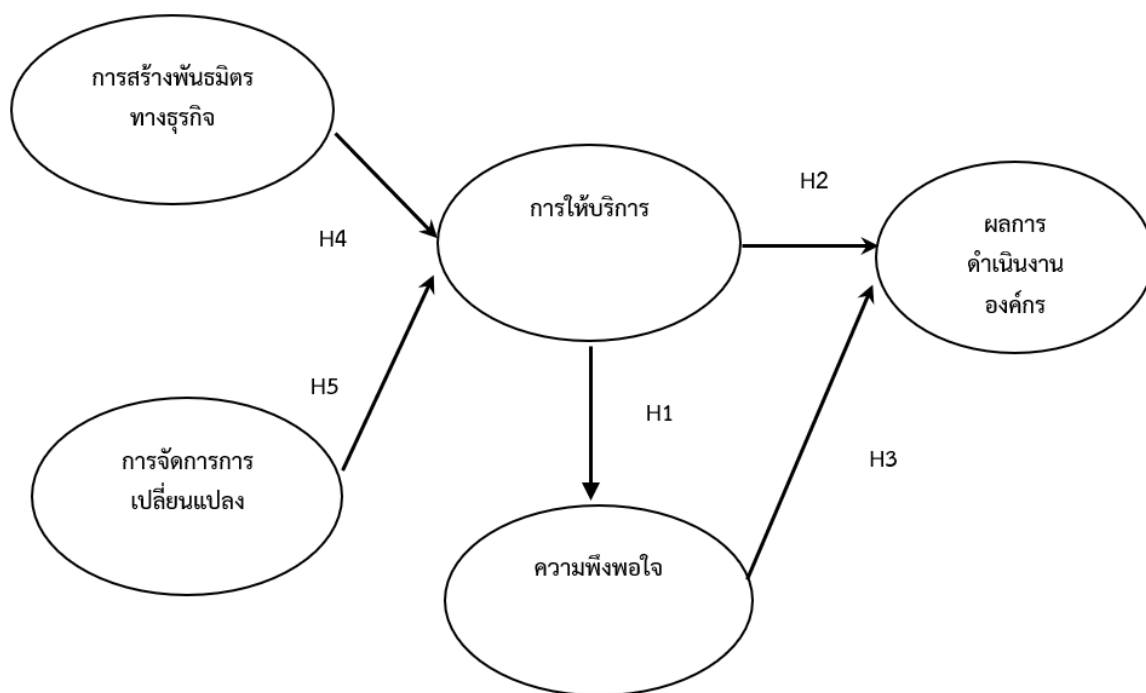
แต่อีกมุมหนึ่งนักวิจัยได้ให้ความหมายของผลการดำเนินงานองค์กร เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กรในด้านกระบวนการดำเนินงานภายในและการเรียนรู้และพัฒนาการ ซึ่งจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

### สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ
- สมมติฐานที่ 2 การบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร
- สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร
- สมมติฐานที่ 4 การสร้างพันธมิตรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ
- สมมติฐานที่ 5 การจัดการการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ

### กรอบแนวคิดที่ใช้ในวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างกรอบการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) บุคคลที่มาติดต่อขอรับบริการจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ประจำปีบัญชี 2566 หน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ระดับบุคคล และมีวิธีวิทยาที่นำมาใช้ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

**3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** คือ บุคคลที่มาติดต่อขอรับบริการจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ประจำปีบัญชี 2566 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ 1) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ที่มาติดต่อ/ใช้บริการกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดตัวอย่าง คือ 10 - 20 เท่าต่อตัวแปรสังเกต 1 ตัวแปร (Hair, 2010) การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 20 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่างคือ จำนวน 200 - 400 กลุ่มตัวอย่าง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 400 กลุ่มตัวอย่าง

**3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด ซึ่งในตอนแรก 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) และสำหรับตอนที่ 2 - 5 เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ของ Likert (1967) และตอนที่ 5 เป็นคำถามแบบปลายเปิด ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัย เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์ของการให้บริการ และตอนที่ 5 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย** มีขั้นตอนคือ (1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์กรอบแนวคิดในการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย นำมาปรับปรุงข้อคำถาม หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการ

วิจัยพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ตามคำแนะนำของ (Hair et al., 2006) (2) การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือจากการทดลองโดย (Try Out) กับบุคคลที่มาติดต่อขอรับบริการจากกองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1984) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2006) จากการทดสอบ พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.835 และจากผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่แบ่งตามรายด้านมีค่าระหว่าง 0.723-0.928 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้

### 3.4 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM)

2. การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุด้วยการวิเคราะห์แบบ Path Analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model : SEM) และพิจารณาค่า  $\chi^2/df$  มีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนี CFI มีค่าเข้าใกล้ 1 ค่าดัชนี RMSEA และ ดัชนี RMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่ง Hair et al. (2006) จึงถือว่ารูปแบบนั้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

## 4. ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.00 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.25 ส่วนใหญ่มีระดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.75 และส่วนใหญ่มีสถานภาพที่ใช้ในการติดต่อกับกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติเป็นนักกีฬา มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00

ระดับความคิดเห็นของระดับความคิดเห็นของปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความเห็นในภาพรวมปัจจัยด้านต่างๆ ในแต่ละด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92, 4.06, 4.27, 4.13 และ 4.43 ตามลำดับแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

| ตัวแปร                    | ค่าเฉลี่ย | S.D. | แปลความหมาย |
|---------------------------|-----------|------|-------------|
| การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ | 3.92      | 0.82 | มาก         |
| การจัดการการเปลี่ยนแปลง   | 4.06      | 0.51 | มาก         |
| การให้บริการ              | 4.27      | 0.39 | มาก         |
| ความพึงพอใจ               | 4.13      | 0.47 | มาก         |
| ผลการดำเนินงานองค์กร      | 4.43      | 0.59 | มาก         |

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปรโดยใช้การวิเคราะห์ Path Analysis เพื่อทำการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยเพื่อตรวจสอบตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ และมีความสัมพันธ์ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีค่าอยู่ระดับใด ซึ่งจากการทดสอบ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตทั้ง 20 ตัวแปร จำนวน 190 คู่ มีความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.252 – 0.789 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของตัวแปรต้องมี ค่าไม่เกิน 0.90 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Pallant, 2010; Rubin, 2012) รวมทั้งการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปร พบว่า ค่า KMO ที่ได้คือ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้มาก และค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (Bartlett's Test = 6708.452,  $df = 190$ , Sig = 0.000) ดังนั้น ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุจึงมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้น (Hair et al., 2006)

ผลการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า chi-square = 96.07 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.14 ( $p\text{-value} = 0.14$ ) ค่า Chi-square/df = 1.17 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 1.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.98 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.02 ดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์ที่บ่งบอกได้ว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2006) แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

**ตารางที่ 2** ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลตัวแบบเชิงประจักษ์กับตัวแบบทฤษฎี

| สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ | ค่าที่คำนวณได้ | ผลการพิจารณา |
|-------------------------|----------------|--------------|
| Chi-square              | 96.07          | ผ่านเกณฑ์    |
| Chi-square/df           | 1.17           | ผ่านเกณฑ์    |
| df                      | 82.00          | ผ่านเกณฑ์    |
| p-value                 | 0.14           | ผ่านเกณฑ์    |
| CFI                     | 1.00           | ผ่านเกณฑ์    |
| GFI                     | 0.98           | ผ่านเกณฑ์    |
| RMSEA                   | 0.02           | ผ่านเกณฑ์    |

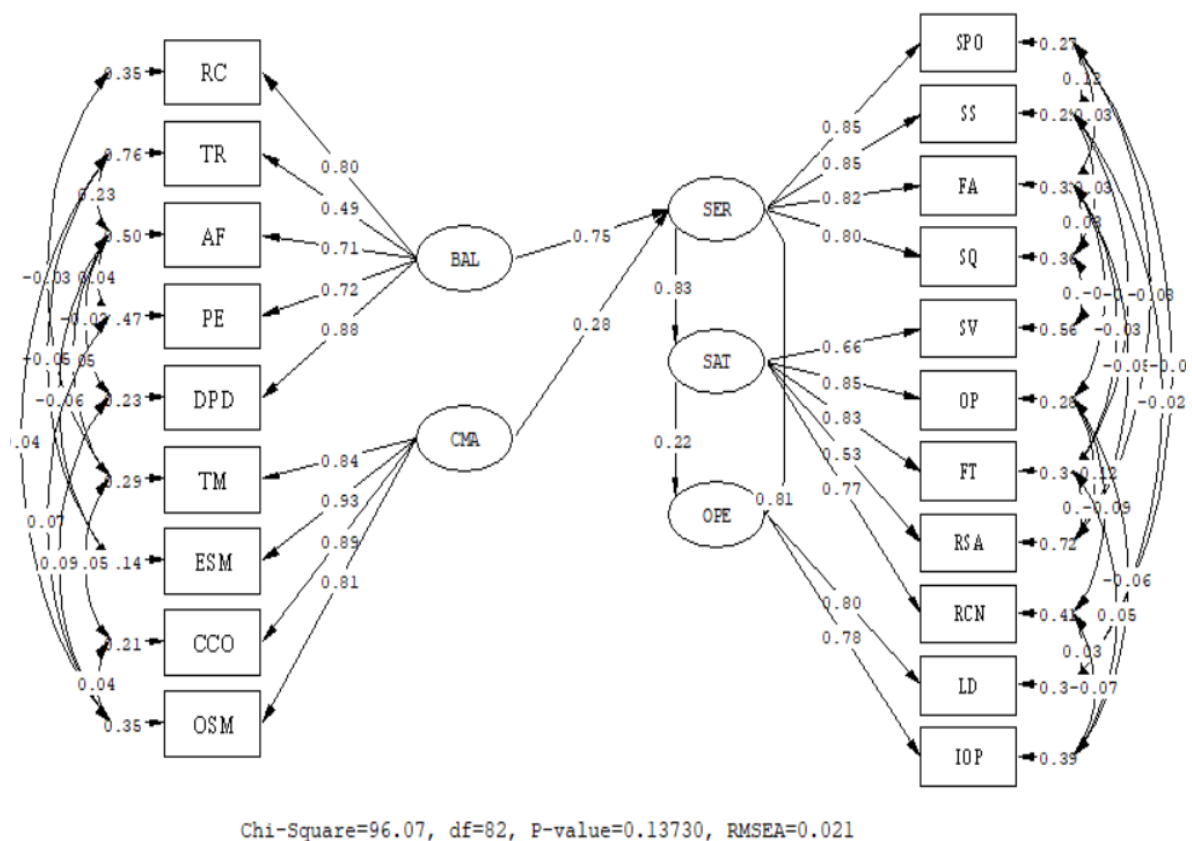
ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวม พบว่าตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ของสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ มีค่าอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมโดยแบ่งตามสมมุติฐานการวิจัยดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE)

| ตัวแปรเชิงสาเหตุ              | ตัวแปรผล           |    |        |                   |        |        |                            |        |        |
|-------------------------------|--------------------|----|--------|-------------------|--------|--------|----------------------------|--------|--------|
|                               | การให้บริการ (SER) |    |        | ความพึงพอใจ (SAT) |        |        | ผลการดำเนินงานองค์กร (OPE) |        |        |
|                               | DE                 | IE | TE     | DE                | IE     | TE     | DE                         | IE     | TE     |
| การสร้างพันธมิตร (BAL)        | 0.75**             | -  | 0.75** | -                 | 0.63** | 0.63** | -                          | 0.75** | 0.75** |
| การจัดการการเปลี่ยนแปลง (CMA) | 0.28**             | -  | 0.28** | -                 | 0.23** | 0.23** | -                          | 0.28** | 0.28** |
| การให้บริการ (SER)            | -                  | -  | -      | 0.83**            | -      | 0.83** | 0.81**                     | 0.18** | 0.99** |
| ความพึงพอใจ (SAT)             | -                  | -  | -      | -                 | -      | -      | 0.22**                     | -      | 0.22** |

\*\*p<.01

สรุปภาพรวมของการวิเคราะห์โมเดลโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ มีความสอดคล้องโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการให้บริการ ความพึงพอใจ และผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ (ตัวแบบหลังปรับ)

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. การให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ พบว่า การให้บริการ (SER) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ (SAT) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.83 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.83 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

2. การให้บริการส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร พบว่า การให้บริการ (SER) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร (OPE) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.81 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

3. ความพึงพอใจส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร พบว่า ความพึงพอใจ (SAT) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร (OPE) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.22 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.22 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3

4. การสร้างพันธมิตรส่งผลต่อการให้บริการ พบว่า การสร้างพันธมิตร (BAL) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ (SER) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.75 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.75 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4

5. การจัดการการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการให้บริการ พบว่า การจัดการการเปลี่ยนแปลง (CMA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ (SER) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.28 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.28 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5

## 5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. การให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจาก ความพึงพอใจเกิดจากความคาดหวังจากการได้รับข้อมูลต่างๆ รวมถึงเกิดจากการรับรู้ถึงความต้องการและค้นหาข้อมูลรวมทั้งประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วนำมาพิจารณาและจัดลำดับความสำคัญที่มีผลต่อทัศนคติและความต้องการ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่าประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี ซึ่งถ้าหากเกิดความพึงพอใจจนกลายเป็นความจงรักภักดีทำให้เกิดการบอกต่อหรือแนะนำและกลับมาใช้ซ้ำ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Ling and Chao (2019) การให้บริการเป็นการกระทำหรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปแบบของความสวดกสบายความปลอดภัย เช่น การคมนาคม การสื่อสาร การประกันภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้ ซึ่งแสดงถึงการรับรู้ของลูกค้าว่า ได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง ตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี นอกจากนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hult, Sharma, Morgeson III and Zhang (2019) ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในการใช้สินค้าและบริการผ่านประสบการณ์ที่ดีเมื่อต่อบริการก็จะทำให้เกิดความจงรักภักดี (Loyalty) และเกิดจากทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการและเกิดความเชื่อมั่นจนเกิดการซื้อซ้ำ

2. การให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจากผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลผลิตจากการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร ในด้านการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน โดยมีผลการดำเนินงานทางการเงิน ที่แสดงถึงผลการดำเนินงานที่มีเศรษฐกิจเป็นตัววัด ซึ่งได้แก่ความสามารถในการสร้างกำไร รายได้จากการดำเนินธุรกิจ การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด การมีสภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ที่แสดงถึงผลการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับความคงอยู่และความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กร โดยเพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความพึงพอใจ ซึ่งได้แก่ ลูกค้า พนักงาน สังคม สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยผลการดำเนินงานด้าน

การเงินและผลการที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Salunke, Weerawardena and McColl-Kennedy (2019) การบริการโดยการออกแบบบริการใหม่หรือปรับปรุงบริการที่มีอยู่ให้สามารถส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีสาเหตุมาจากการกระจายตัวของตลาดที่เพิ่มขึ้นและความต้องการลูกค้าที่มีมากขึ้น ดังนั้นการจัดการนวัตกรรมบริการที่มีอยู่ส่งผลให้องค์การทางด้านการบริการมุ่งเน้นไปที่ส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้าและเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่องค์กรซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนต่อไป

3. ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจากอิทธิพลของการให้บริการกับผลการดำเนินงานองค์กร เป็นผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งด้านการเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย และด้านกระบวนการภายใน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ รวมถึงภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กร ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Mendoza (2021) ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มอัตราผลตอบแทนแก่องค์กรและช่วยรักษาลูกค้าซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว นอกจากนี้การส่งเสริมการตั้งใจซื้อซ้ำของผู้ซื้อสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการสร้างผลกำไรที่สูงขึ้นแก่การเข้าใจถึงความตั้งใจของผู้ซื้อเพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่องค์กร

4. การสร้างพันธมิตรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้เนื่องจาก การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นกิจกรรมในการร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรร่วมของพันธมิตร โดยที่เป็นการใช้ร่วมกันทำให้เกิดเป็นกลยุทธ์ขึ้นมาโดยมีเครือข่ายพันธมิตร และทำการส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันแต่ละที่โดยการมีการเลือกสรรและนำทรัพยากรแต่ละที่มาเสริมกันในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน การมีความสัมพันธ์กันและในการดำเนินการร่วมกันระหว่างเครือข่าย ความไว้วางใจ ความผูกพัน รวมถึงการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร ที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของความรู้ การให้บริการใหม่ที่ดียิ่งขึ้นที่เกิดขึ้นโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งทำให้เป็นฐานของการพัฒนาและสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ในการให้บริการ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Kang et al (2014) แนวทางในการที่ธุรกิจจะสามารถสร้างพันธมิตรทางธุรกิจได้นั้นจะมีองค์ประกอบด้านความสามารถขององค์กร 3 ด้าน คือ ด้านการค้นหาคู่ค้ารายใหม่ ด้านประสานงานกับพันธมิตร ด้านเรียนรู้จากประสบการณ์พันธมิตร และผลการศึกษาของ Jeongeun, Tae-Eung and Hyun-Woo (2018) ความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างพันธมิตรซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศนั้นจะส่งผลทำให้การดำเนินการมีต้นทุนที่ถูกลงและมีความผิดพลาดที่น้อยลงอีกทั้งการสร้างพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศโดยการสร้างพันธมิตรที่มาสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเกิดการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรของธุรกิจธุรกิจระดับสากลได้

## 5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐมีนโยบายเร่งส่งเสริมการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวของอุตสาหกรรมโดยมีการเชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมเอกชนตลอดจนสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการทำงานของภาคเอกชน ช่วยให้เกิดการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวที่ตรงตามความต้องการของภาคเอกชน

2. มีการวางแผนและกำหนดความรับผิดชอบให้เกิดขึ้นในระดับองค์กร โดยจัดให้มีส่วนงานที่รับผิดชอบเรื่องการจัดการโลจิสติกส์สีเขียวของอุตสาหกรรมเพื่อให้การดำเนินงานเกิดขึ้นในระยะยาว โดยผู้รับผิดชอบหลักอาจเป็นผู้บริหารระดับสูงขององค์กร เนื่องจากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารมีศักยภาพ

ในการผลักดัน จึงควรมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพผู้นำให้มีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็งมีความเข้าใจปรับปรุงระดับของความร่วมมือการสื่อสารไปในระดับสากล

### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของการให้บริการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานองค์กรของกองทุนพัฒนากีฬาแห่งชาติ ซึ่งมีหน่วยวิเคราะห์เป็นระดับบุคคล ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในระดับองค์กร เพื่อให้เห็นมุมมองขององค์กรที่มีต่อการให้บริการ ความพึงพอใจ รวมทั้งผลลัพธ์ของการให้บริการ ความพึงพอใจในมุมมองขององค์กร นอกจากนั้น ควรทำการศึกษาในพหุระดับ (Multi-Level Model) เช่น ระดับกลุ่ม หรือระดับองค์กร เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงองค์ประกอบของการให้บริการ ความพึงพอใจในหลายระดับ
2. ในการวิจัยในอนาคต อาจนำกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ มาทำการศึกษากลุ่มตัวแปรควบคุมที่มีการแบ่งแยกที่ชัดเจน หรือแม้กระทั่งตัวแปรอื่น ๆ เพื่อทำการทดสอบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไรในเรื่องการให้บริการและความพึงพอใจขององค์กร

## เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2565, จาก <http://nscr.nesdc.go.th/ns/>.
- Anastasiei, B., & Dospinescu, N. (2019). Electronic Word-Of-Mouth for Online Retailers: Predictors of Volume and Valence. *Sustainability*, 11(3), 814-832. <https://doi.org/10.3390/su11030814>
- Augustus Dee Roberts. (2018). **Factors that Influence Successful Organizational Change in Corporations: Examination of Change Management, Employees' Reaction to Change and Change Outcomes**. In Dissertation. University of Maryland University College.
- Cronbach, L. J. (1984). A research worker's treasure chest. *Multivariate behavioral research*, 19(2-3), 223-240.
- Deelen, I., Ettema, D., & Kamphuis, B. M. (2018). Sports participation in sport clubs, gyms or public spaces: how users of different sports settings differ their motivations, goals and sports frequency. *Public Library of Science Journal*, 13(10), 12-24.
- Fernando, Y., Jabbour, C. J. C., & Wah, W. X. (2019). Pursuing green growth in technology firms through the connections between environmental innovation and sustainable business performance: Does service capability matter. *Resources Conservation and Recycling*, 141, 8-20
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data Analysis*. (6<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis Upper saddle River**, New Jersey Pearson Education International.
- Harimukti, W., Harm-Jan, S., & Aard, G. (2018). Exploring stakeholders' support in International equity placement strategic alliance. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 20(2), 205-228.
- Hult, G. T. M., Sharma, P. N., Morgeson III, F. V., & Zhang, Y. (2019). Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction: Do They Differ Across Online and Offline Purchases. *Journal of Retailing*, 95(1), 10-23.
- Jeongeun, S., Tae-Eung, S., & Hyun-Woo, P. (2018). A network analysis of strategic alliance drivers in ICT open ecosystem: with focus on mobile, cloud computing and multimedia. *Multimedia Tools and Application*, 77(12), 14725-14745.
- Kang, M. & You, J. W. (2014). The role of academic emotions in the relationship between perceived academic control and self-regulated learning in online learning. *Computers & Education*, 77, 125-133.
- Likert, R. (1967). **The Human Organization: Its Management and Value**. McGraw-Hill.

- Ling, H. C., & Chao, C. (2019). The Quality of Service at Community Health Centers in Taiwan. **International Journal of Organizational Innovation**, 12(1), 340-352.
- Mendoza, E. C. (2021). A Study of Online Customers Repurchase Intention Using the 4Rs of Marketing Framework. **International Review of Management and Marketing**, 11(2), 1-10.
- Mehta, C., & Gupta, P. (2014). Sculpting Future Leaders: An Intrapreneurial Approach. **Global Journal of Finance and Management**, 6(4), 313-320.
- Nikolaou, I. E., Tsalis, T. A. & Evangelinos, K. I. (2019). A framework to measure corporate sustainability performance: A strong sustainability-based view of firm. **Sustainable Production and Consumption**, 18, 1-18.
- Olvera, J et al. (2017). Transformational Leadership and horizontal trust as antecedents of team performance in the healthcare context. **Anales De Psicología**, 33(2), 356-375.
- Pallant, J. (2010). **SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using SPSS**. Maidenhead. Open University Press/McGraw-Hill.
- Prompong, J. (2015). **Factors Affecting Customer Satisfaction at Suvarnabhumi Airport, Bangkok**. Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University.
- Quan, N., Chi, N., Nhung, D., Ngan, N., & Phong, L. (2020). The Influence of Website Brand Equity, E-Brand Experience on E-Loyalty: The Mediating Role of E-Satisfaction. **Management Science Letters**, 10(1), 63-76.
- Rubin, A. (2012). **Statistics for evidence-based practice and evaluation**. US: Cengage Learning.
- Salunke, S., Weerawardena, J., & McColl-Kennedy, J. R. (2019). The central role of knowledge integration capability in service innovation-based competitive strategy. **Industrial Marketing Management**, 76, 144-156.
- Shankar, A., Jebarajakirthy, C., & Ashaduzzaman, M. (2020). How Do Electronic Word of Mouth Practices Contribute to Mobile Banking Adoption. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 52, 101920. doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920
- Theodorakopoulos, N., & Budhwar, P. (2015). Guest Editors' Introduction: Diversity and Inclusion in Different Work Settings: Emerging Patterns, Challenges, and Research Agenda. **Human Resource Management**, 54(2), 177-197. doi:10.1002/hrm.21715
- Ziyae, B. (2016). Presenting an evaluation model of human resource management's effect on corporate entrepreneurship. **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**, 12(3), 228-242.