

แนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

Management Guidelines for Developing the Competency of Online Business Executives in the Health Food Supplement Group

จเด็จ จันทรา^{1*}, ณัฐภััสสร ธนาบวรพานิชย์² และ พิศมัย จารุจิตติพันธ์³

Chadet Chandra^{1*}, Nutpatsorn Tanaborworpanid², and Pisamai Jarujittipant³

**Corresponding Author*

สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

Program in Management, North Bangkok University

E-mail: jadet.jant@northbkk.ac.th^{1*}, nutpatsorn.ta@northbkk.ac.th², pisamai.ja@northbkk.ac.th³

Received May 27, 2024; Revised July 4, 2024; Accepted July 20, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นผลงานการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจออนไลน์ จำนวน 25 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ โทมัส ที.แมคมิลแลน ซึ่งไม่น้อยกว่า 17-25 คน จะให้ค่าความคลาดเคลื่อนต่ำสุดและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อทราบสาเหตุของปัญหาสภาพแวดล้อมภายในภายนอก คำแนะนำ ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับแนวทางการจัดการด้านสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 2 แนวทาง ประกอบด้วย แนวทางที่ 1 การพัฒนาพฤติกรรมของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ แนวทางที่ 2 การพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ การดำเนินงานของแต่ละแนวทางจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงโดยมีปัจจัยสำคัญประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย วิธีการดำเนินการ ปัจจัยที่สนับสนุน และข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการ; สภาพแวดล้อม; สมรรถนะ

Abstract

This article is a result of qualitative research. The aim is to study the internal and external environment and management practices to develop the competency of business executives' online group of health supplements. The researcher collected data through in-depth interviews and focus groups with 25 executives, experts, and people involved in online businesses. The researcher has determined the sample size using purposive sampling according to the principles of Thomas T. Macmillan (1980), which is not less than 17–25 people to provide the lowest error and select the sample. The results of content analysis (content analysis) were obtained from in-depth interviews to know the causes of problems in the internal and external environment, recommendations, and recommendations of experts regarding guidelines for managing competencies of online business executives. Group of health food supplements. At present, the researcher has therefore proposed guidelines for managing the competencies of online business executives. Group of health supplements, 2 approaches consisting of the first approach, developing skills in behavior development of online business executives Group of health food supplements. The second approach is the development of digital skills for online business executives. Group of health food supplements. The implementation of each approach requires support from senior management with important factors including goals, operations, and supporting mechanisms.

Keywords: Management; Environment; Competency

บทนำ

สถานการณ์ของโลกในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อองค์กรและประชากรโลกในหลายด้าน และผลกระทบอื่น ๆ อีกมากมาย ทำให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างได้รับผลกระทบ จึงต้องปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารจัดการแนวใหม่เพื่อให้องค์กรหรือธุรกิจอยู่รอด ทุกธุรกิจมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น การทำธุรกิจออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ถูกนำมาใช้ทดแทนการทำธุรกิจแบบออนไลน์ เพื่อให้ธุรกิจของตนนั้นอยู่รอด รวมถึงจากการเกิดสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา หรือ COVID-19 ตั้งแต่ปี 2562 ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการเข้มข้นในการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาด ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก รัฐบาลได้ออกมาตรการต่าง ๆ ซึ่งนอกจากจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงินชีวิตประจำวันของประชาชน ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ตลอดจนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนทำการวิเคราะห์ผลกระทบของการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ว่าจะส่งผลให้เกิดการหดตัวของเศรษฐกิจทั่วโลกลดลงร้อยละ 3.2 และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในอาเซียนจะหดตัวลดลงประมาณร้อยละ 2.1–5.4

จากการที่รัฐบาลได้บังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์ทั้งประเทศเป็นเวลา 2 เดือนนั้น ไทยเป็นประเทศที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศลดลงประมาณร้อยละ 60 คาดว่าจนถึงปี 2563 การแพร่ระบาดส่งผลต่อห่วงโซ่การผลิตทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงผลของตัวเลขทางเศรษฐกิจที่ดูน่ากังวล ส่งผลให้การเติบโตของเศรษฐกิจไทยหดตัวลงร้อยละ 5.4 (Krungsri Research Center, 2020)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อภาคการค้าส่งและปลีกเป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการและผู้บริหารธุรกิจส่วนใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบช่องทางการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของให้เป็นแบบ Online Platform การซื้อขายสินค้าออนไลน์ได้พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งในโลกของธุรกิจออนไลน์เรียกได้ว่าเป็นยุคทองของการค้าขายแบบออนไลน์อย่างแท้จริง คนส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกบ้าน เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงจากการสัมผัสเชื้อโรค กอปรกับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีองค์ประกอบหลายอย่างที่เอื้อหนุนช่วยให้การซื้อขายสินค้ามีความสะดวกสบายมากขึ้น เช่น ระบบการจ่ายเงินผ่านระบบ e-Payment ตลอดจนระบบการขนส่งสินค้าผู้ให้บริการมีรูปแบบการขนส่งให้เลือกได้หลากหลายช่องทาง รวมถึงผู้ประกอบการค้าในตลาดออนไลน์มีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันทั้งด้านคุณภาพและด้านราคา รวมถึงความสะดวกในการนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคในยุคนี้ได้เพียงแค่มีกการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต

การขายสินค้าออนไลน์ให้ได้รับผลกำไรและอยู่ในธุรกิจได้ระยะยาวได้อย่างไรนั้น ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จำเป็นต้องวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่รัดกุมมีการวางแผน การคิดต่อยอดสินค้าและกลยุทธ์ เนื่องจากตลาดสินค้าออนไลน์ในปัจจุบันมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก ช่องทางในการขายผลิตภัณฑ์สินค้าหลากหลายทั้งบนเว็บไซต์ หรือผ่านช่องทางจากสมาร์ตโฟน มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน สุดท้ายแล้วอยู่ที่ความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับจากผู้ขายผลิตภัณฑ์สินค้า

การสร้างความจริงรักภักดี (Royalty) ให้เกิดขึ้นกับการค้าออนไลน์ถือเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่เป็นสิ่งจำเป็น โดยผู้ขายต้องปรับตัวและเข้าถึงความต้องการ การปรับเปลี่ยนวิธีนำเสนอสินค้าให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะด้านเนื้อหาที่ใช้ในการโฆษณาโปรโมทหรือขายสินค้าต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากสินค้าออนไลน์เป็นสินค้าที่ผู้บริโภค/ผู้ซื้อไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ ผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อสินค้าจากสิ่งที่เห็น เนื้อหาข้อมูล และรายละเอียดที่ได้รับ ดังนั้นถ้าเนื้อหาข้อมูลรายละเอียดสินค้าน่าสนใจ เข้าถึงความต้องการมีโอกาสที่จะขายสินค้าชิ้นนั้นได้ ขณะเดียวกันผู้ขายต้องมีความจริงจังในการนำเสนอสินค้า และใส่ใจในทุกรายละเอียด (Thaisom, 2017) มีวิธีการขายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจุดเด่นของตัวเอง รักษาความเป็นตัวตนหรืออาจมีแบรนด์เป็นของตนเอง และต้องไม่หยุดพัฒนารูปแบบการขาย เช่น การ Live ขายสินค้า แทนที่จะนำสินค้าไปถ่ายภาพและโพสต์ขายเพียงอย่างเดียว

การบริการก่อนและหลังการขายถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญไม่แพ้กัน การช่วยตอบข้อสงสัยหรืออธิบายเกี่ยวกับสินค้าอย่างกระชับฉับไว จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ได้ง่ายขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้การค้าออนไลน์ประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จำเป็นต้องเรียนรู้ติดตามข้อมูลข่าวสารและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ต้องปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าทุกเพศทุกวัย ต้องมีทักษะที่จำเป็นในเชิงธุรกิจออนไลน์ของตนให้ก้าวล้ำเหนือคู่แข่ง ก้าวทันต่อรูปแบบการตลาดออนไลน์ และมีแนวคิดสร้างสรรค์ในการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอสินค้าให้มีความหลากหลาย (Noypimai, 2019) ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่งชั้นในตลาดออนไลน์

สมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจในโลกออนไลน์มีความมั่นคงยั่งยืน สมรรถนะคือคุณลักษณะและความสามารถที่มาจากตัวตนทั้งหมดที่สะท้อนออกมาในรูปของพฤติกรรมการทำงานที่มีความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการ โดยมีที่มาจากพื้นฐานความรู้ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการบริการที่ดี ด้านการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องในคุณธรรมและจริยธรรม ด้านการทำงานเป็นทีม ตามแนวคิดของ McClelland (1973), and Office of the Civil Service Commission (2010) ด้านการสื่อสารและการจูงใจ ตามแนวคิดของ Sullivan (1988) ด้านการมีวิสัยทัศน์ ตามแนวคิดของ Drucker (1999) และด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) ทั้งนี้ สมรรถนะแต่ละอาชีพมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะและความสามารถ ซึ่งต้องทำให้มีความสอดคล้องกับแต่ละอาชีพ โดยเฉพาะผู้บริหาร พนักงาน ขายสินค้าหรือบริการออนไลน์ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ซึ่งกลายเป็นวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาความรู้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ องค์การยังไม่มีกระบวนการในการฝึกอบรมพนักงานในแต่ละหน่วยงานตามความเหมาะสม ไม่มีเกณฑ์ในการเลื่อนตำแหน่งและปรับเงินเดือนพนักงานทุกระดับอย่างชัดเจน ไม่มีการวัดประสิทธิภาพในการทำงานโดยใช้ KPI ไม่มีการตั้งระบบการให้รางวัล (Incentive) เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน การได้รับการพัฒนาทักษะดิจิทัลยังไม่เพียงพอ ซึ่งผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่องค์การดิจิทัลของบุคลากร ควรมีการกำหนดให้การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการปรับเปลี่ยนองค์การไปสู่องค์การดิจิทัล มีการแจ้งให้บุคลากรทราบถึงวิสัยทัศน์และการเปลี่ยนแปลงขององค์การ ดังนั้น การจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ จึงเป็นเรื่องที่เป็นความท้าทายของไทยและถือเป็นการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ที่จะเข้ามาอยู่ในธุรกิจนี้จะต้องทำความเข้าใจและทำการศึกษาปัจจัยทักษะด้านต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และต่อยอดการเติบโตทางธุรกิจออนไลน์มากยิ่งขึ้น จากการศึกษางานวิจัยเบื้องต้นพบว่า ผู้ที่จะเข้ามาทำธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพต้องเป็นผู้

ที่มีขีดความสามารถรอบด้าน จะต้องมีความเชี่ยวชาญในเชิงธุรกิจ รอบรู้ในเรื่องการตลาดออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจากข้อมูลและประเด็นปัญหาดังกล่าวจึงเกิดประเด็นคำถามว่า สภาพแวดล้อมภายในภายนอกและปัญหาด้านสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในปัจจุบันเป็นอย่างไร ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ และแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพควรเป็นอย่างไร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญในการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพได้อย่างมีทิศทาง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในภายนอกและเสนอแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาสมรรถนะ (Competency Development) กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน นักวิชาการส่วนใหญ่เมื่อศึกษาวิจัยเรื่องสมรรถนะมักนิยมใช้แนวคิดของศาสตราจารย์ ด้านจิตวิทยา David McClelland จากมหาวิทยาลัย Harvard ในปี 1973 บทความเรื่อง “Testing for Competence Rather than for Intelligence” ของ McClelland ได้นำสมรรถนะมาสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เนื้อหาในบทความแสดงความคิดเห็นต่อการทดสอบความรู้ในการปฏิบัติงาน การทดสอบความถนัดหรือการทดสอบผลการเรียนว่าไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงาน หรือตามความสำเร็จในชีวิตได้ McClelland จึงค้นคว้าวิจัยเพื่อศึกษาตัวแปรด้านสมรรถนะที่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้ และในขณะเดียวกันยังมีข้อดีที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ตัวแปรสมรรถนะมักไม่แสดงผลการทดสอบที่ลำเอียงต่อเชื้อชาติ เพศ หรือฐานะทางสังคมเหมือนกับแบบวัดความถนัด หรือแบบวัดประเภทอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน

แนวคิดปัจจัยการพัฒนาผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ การพัฒนาสมรรถนะหลัก (Core Competency) การพัฒนาสมรรถนะหลักตามคู่มือของสำนักงานข้าราชการพลเรือน (Office of the Civil Service Commission, 2010) ดังนี้

1. การมุ่งผลสำเร็จ (Achievement Motivation) หมายถึง ความมุ่งมั่นจะปฏิบัติราชการให้ดีหรือให้เกินมาตรฐานที่มีอยู่ โดยมาตรฐานนี้อาจเป็นผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมาของตนเอง หรือเกณฑ์วัดผลสัมฤทธิ์ที่ส่วนราชการกำหนดขึ้น อีกทั้งยังหมายรวมถึงการสร้างสรรคพัฒนาผลงานหรือ

กระบวนการปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่ยากและท้าทาย ชนิดที่อาจไม่เคยมีผู้ใดสามารถกระทำได้มาก่อนผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

2. การบริการที่ดี (Service minded) หมายถึง ความตั้งใจและความพยายามของข้าราชการในการให้บริการต่อประชาชน ข้าราชการ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำแบบอย่างของสมรรถนะการบริการที่ดีนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

3. การสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ (Expertise) หมายถึง ความสนใจใฝ่รู้ สั่งสม ความรู้ความสามารถของตนในการปฏิบัติหน้าที่ราชการ ด้วยการศึกษาค้นคว้าและ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จนสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เชิงวิชาการและเทคโนโลยีต่างๆ เข้ากับการปฏิบัติราชการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำแบบอย่างของสมรรถนะการสั่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

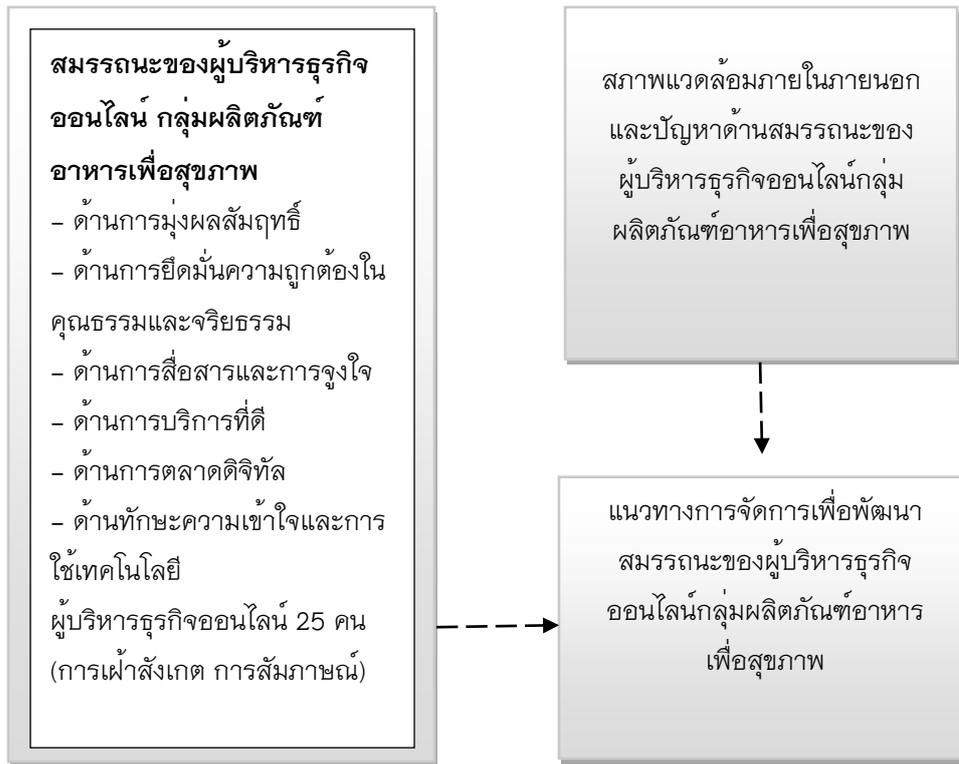
4. การยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม (Integrity) หมายถึง การดำรงตนและประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสมทั้งตามกฎหมาย คุณธรรม จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ และจรรยาข้าราชการ เพื่อรักษาศักดิ์ศรีแห่งความเป็นข้าราชการ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำแบบอย่างของสมรรถนะการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรมนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

5. การทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึง มีความตั้งใจในการทำงานร่วมกับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของทีม หน่วยงาน หรือส่วนราชการ โดยผู้ปฏิบัติอาจมีสถานะเป็นสมาชิกในทีม ไม่จำเป็นต้องมีสถานะเป็นหัวหน้าทีม รวมทั้งมีความสามารถในการสร้างและรักษาสัมพันธภาพกับสมาชิกในทีม ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ สามารถนำแบบอย่างของสมรรถนะการทำงานเป็นทีมนำมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง

แนวคิดปัจจัยการพัฒนาทักษะดิจิทัล การได้รับการพัฒนาทักษะดิจิทัล เป็นการได้รับการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์เพื่อนำมาวิเคราะห์ แก้ปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น การเรียนรู้ระบบการทำ Chat GPT ย่อมาจาก Generative Pre-trained Transformer เป็นโมเดลการเรียนรู้ที่มีความสามารถในการสร้างข้อความภาษาธรรมชาติที่ดูเหมือนจะเขียนโดยมนุษย์ด้วยการใช้เทคนิค Natural Language Generation (NLG) โดย ChatGPT สามารถตอบคำถาม สร้างข้อความ แปลภาษา และทำงานในรูปแบบสนทนาจำลองได้ดี ถ้าจะให้เข้าใจง่าย ๆ คือ Chatbot ที่มาจาก “Chat” และ “Robot” หรือซอฟต์แวร์ ซึ่งทำหน้าที่เหมือนหุ่นยนต์ที่สามารถพูดคุยตอบคำถามต่าง ๆ (หมายถึงการถาม-ตอบ Chat) ได้เหมือนกับการคุยกับคนที่เป็นผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เป็นแชทบอทที่สามารถสร้างข้อความ สื่อสารตอบโต้กับคนได้ โดยมีการเทรนข้อมูลชุดข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มีการเพิ่มการเรียนรู้แบบ Deep Learning มีการประมวลผลด้านภาษาได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ สามารถพูดคุยตอบโต้ได้อย่างเป็นธรรมชาติ (Natural Languages) ตั้งแต่

การตอบคำถาม การเขียน Source Code การพัฒนาโปรแกรม การเขียนแผนธุรกิจ แปลภาษา การเขียนเรียงความจดหมาย การสรุปเนื้อหาการประชุม การนำเสนอแนวคิดไอเดียเดียวสำหรับคอนเทนต์ ตลอดจนการวางแผนการท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้คำว่า GPT ได้รวมองค์ประกอบสำคัญ 3 สิ่ง โดยสิ่งแรกคือคำว่า Generative ซึ่งสะท้อนถึงการเป็น Generative Artificial Intelligence ที่มีความสามารถในการสร้างคำพูด ข้อความ หรือแม้แต่รูปภาพใหม่ ๆ ที่แตกต่างและไม่ได้อยู่ในชุดข้อมูลที่ใช้สอนซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ โดยอ้างอิงการรับคำสั่งจากผู้ใช้งาน ดังนั้นองค์ประกอบนี้ทำให้ ChatGPT เป็นซอฟต์แวร์ที่มีความ “ครีเอทีฟ” หรือสามารถช่วยงานในด้านที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้ดี องค์ประกอบต่อไปคือ Pre-trained ที่สะท้อนถึงลักษณะการสร้างซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ที่ถูก “สอนไว้ล่วงหน้า” หรือ “Pre-trained” แทนการสร้างซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์จากศูนย์ ซึ่งจะช่วยให้ปัญญาประดิษฐ์ประเภทนี้สามารถถูกนำไปใช้งานได้ง่ายและรวดเร็ว หากอ้างอิงข้อมูลจาก BBC Science Focus ซึ่งรายงานไว้ว่า GPT-3 ซึ่งแบบจำลองปัญญาประดิษฐ์เชิงภาษาและเป็นสมองของ ChatGPT (ปัจจุบัน ChatGPT ที่เปิดให้ใช้ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ใช้ GPT-3.5 ที่ได้พัฒนามาจาก GPT-3 โดยในส่วนของ ChatGPT Plus ที่คิดค่าบริการ จะใช้เทคโนโลยี GPT-4 ที่มีความสามารถสูงขึ้น) ถูกสอนด้วยข้อมูลจำนวนมากในช่องทางอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของข้อความ (Text) ที่มากถึง 570 กิกะไบต์ และเทียบเท่ากับการนำคำ (Words) มากกว่า 3 แสนล้านคำมาใช้ในการสอน ดังนั้นสมองของ ChatGPT จึง “รู้มาก” และสามารถใช้งานโต้ตอบกับผู้ใช้ได้หลากหลายบริบท สำหรับส่วนสุดท้ายคือคำว่า Transformer ซึ่งสะท้อนถึงรูปแบบการ “เรียนรู้เชิงลึก” หรือ Deep Learning รูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม โดยหนึ่งในลักษณะเด่นคือความสามารถในการ “รู้จักเลือกจุดสนใจ” (นั่นคือการไม่ให้ความสนใจกับทุกข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน) โดยลักษณะเฉพาะนี้จะมีความสำคัญเป็นพิเศษในการสร้างปัญญาประดิษฐ์เชิงภาษา เพราะการที่คนเราจะเข้าใจภาษาได้นั้น เราเองต้องรู้จักเลือกจุดสนใจ ยกตัวอย่างเช่น ในประโยคที่กล่าวว่า “หนังสือที่ฉันซื้อเมื่อวาน มันได้หายไปแล้ว” โดยการที่เราจะเข้าใจคำว่า “มัน” ให้ถูกต้อง เราจะต้องรู้จักเลือกจุดสนใจและรู้ว่า “มัน” หมายถึง “หนังสือ” ดังนั้นปัญญาประดิษฐ์เชิงภาษาที่มีลักษณะเด่นนี้ จึงมีความสามารถทางภาษาที่สูงขึ้นกว่าปัญญาประดิษฐ์เชิงภาษารุ่นก่อน ๆ ค่อนข้างมาก

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกระทำการวิเคราะห์ปัญหาสภาพแวดล้อมภายในภายนอกและปัญหาด้านสมรรถนะในปัจจุบันของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพของสมรรถนะปัญหาต่างๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถนะเพื่อให้การบริหารธุรกิจออนไลน์เป็นไปอย่างยั่งยืน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วทำการเสนอแนวทางการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกรอบการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ เจ้าของกิจการขายของออนไลน์ หรือผู้ขายของออนไลน์

กลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) แบบเจาะจงโดยพิจารณาจาก คุณสมบัติของผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการขายของออนไลน์หรือผู้ขายของออนไลน์ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านธุรกิจออนไลน์ จำนวน 25 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาด

กลุ่มตัวอย่างตามหลักการของ Macmillan (1980) ซึ่งไม่น้อยกว่า 17–25 คน จะให้ค่าความคลาดเคลื่อนต่ำสุด และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือวิจัยและคุณภาพเครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัญหาของสมรรถนะ คำแนะนำและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะเพื่อให้การบริหารธุรกิจออนไลน์เป็นไปอย่างยั่งยืน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

นำแบบร่างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ปรึกษาท่านอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญซึ่งได้แก่ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ เจ้าของกิจการขายของออนไลน์ หรือผู้ขายของออนไลน์ เพื่อปรับปรุงข้อคำถามให้มีความเหมาะสม

การจัดกระทำข้อมูล

หลังจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการถอดเทปเสียงที่บันทึกไว้อย่างละเอียดทุกถ้อยคำพูดของผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ แยกประเด็นของเนื้อหาแล้ววิเคราะห์ตีความ แล้วนำข้อมูลที่ได้จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ มาตรวจสอบคุณภาพความถูกต้องโดยพิจารณาข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่าน ว่าเนื้อหามีความสอดคล้องกัน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาแนวทางการจัดการเพื่อเพิ่มสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ปัญหาของสมรรถนะ ตลอดจนคำแนะนำและข้อเสนอแนะ จากนั้นผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการจัดการเพื่อพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเรียงลำดับตามความสำคัญของการจัดการประกอบด้วย 2 แนวทาง ได้แก่ แนวทางการพัฒนาพฤติกรรม และแนวทางการพัฒนาทักษะดิจิทัล ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ดังนี้

แนวทางที่ 1 การพัฒนาพฤติกรรมของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

การพัฒนาพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการพัฒนาพฤติกรรมมีอิทธิพลต่อสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย สมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ สมรรถนะด้านการยึดมั่นความถูกต้องในคุณธรรมและจริยธรรม สมรรถนะด้านการสื่อสารและการจูงใจ สมรรถนะด้านการบริการที่ดี สมรรถนะด้านการตลาดดิจิทัล สมรรถนะด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และโดยรวม “ในทิศทางเดียวกัน” และยังพบว่า การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการพัฒนาพฤติกรรม 1 หน่วยวิเคราะห์ จะส่งผลเชิงบวกต่อสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้ง 6 ด้าน (.303 .194 .237 .390 .148 และ .163) ตามลำดับ ดังนั้น เป้าหมายของการพัฒนาพฤติกรรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะมีรายละเอียด ดังนี้

1) สมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ การพัฒนาพฤติกรรมช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์มีความเข้าใจในเป้าหมายและกลยุทธ์ทางธุรกิจดิจิทัลได้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้สามารถกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และสามารถวัดผลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) สมรรถนะด้านการยึดมั่นความถูกต้องในคุณธรรมและจริยธรรม การเรียนรู้พฤติกรรมที่เหมาะสมในโลกออนไลน์ช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า พนักงาน และสังคม ส่งผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับองค์กร

3) สมรรถนะด้านการสื่อสารและการจูงใจ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ที่มีพฤติกรรมการสื่อสารดิจิทัลที่ยอดเยี่ยมนจะสามารถสื่อสารกับลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมและความร่วมมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) สมรรถนะด้านการบริการที่ดี การพัฒนาพฤติกรรมช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์เข้าใจความต้องการของลูกค้าในโลกออนไลน์ได้อย่างลึกซึ้ง ส่งผลให้สามารถปรับปรุงบริการและแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

5) สมรรถนะด้านการตลาดดิจิทัล ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ที่มีความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัล สามารถวางแผนและดำเนินกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลได้อย่างตรงจุด ผลลัพธ์คือการเพิ่มยอดขายและสร้างฐานลูกค้าใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6) สมรรถนะด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนาพฤติกรรมช่วยให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถปรับตัวและเรียนรู้เทคโนโลยีดิจิทัลใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานและการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางที่ 2 การพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

การพัฒนาทักษะดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการได้รับการพัฒนาทักษะดิจิทัลไม่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จึงควรตั้งเป้าหมายการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์เพื่อพัฒนาสมรรถนะในแต่ละด้าน ดังนี้

1) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะสามารถนำเทคโนโลยีอัตโนมัติมาช่วยลดเวลาและทรัพยากร ทำให้สามารถมุ่งเน้นไปที่งานที่สร้างมูลค่าได้มากขึ้น

2) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านการยึดมั่นความถูกต้องในคุณธรรมและจริยธรรม ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะต้องได้รับการฝึกฝนให้รู้จักใช้วิธีการทางดิจิทัลอย่างรับผิดชอบ โดยคำนึงถึงความเป็นส่วนตัวของข้อมูลและจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจออนไลน์

3) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านการสื่อสารและการจูงใจ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะสามารถใช้ช่องทางดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับพนักงานและลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านการบริการที่ดี ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าสามารถช่วยสร้างความภักดีและความพึงพอใจในระยะยาว

5) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านการตลาดดิจิทัล ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะสามารถใช้เครื่องมือทางดิจิทัลเพื่อสร้างแบรนด์ตลอดจนความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม

6) การพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะช่วยในการพัฒนาสมรรถนะด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์จะสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว

วิธีการดำเนินงาน

การดำเนินงานตามแนวทางการจัดการทักษะการพัฒนาพฤติกรรมและการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้กับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ จะส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพให้สูงขึ้น โดยองค์การธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถเลือกใช้วิธีการดำเนินงานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการขององค์การ ดังนี้

1) การเรียนรู้ออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ องค์การธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถเลือกหลักสูตรออนไลน์จากสถาบันการศึกษาชั้นนำหรือแพลตฟอร์มการเรียนรู้ในระดับสากล เช่น

Coursera (Coursera.org ของมหาวิทยาลัย Stanford) หรือ EdX (edx.org ของมหาวิทยาลัย Harvard และ MIT) ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริหาร เช่น การบริหารจัดการ, การนำเสนอ, หรือการสร้างทีม เป็นต้น

2) การเข้าร่วมเว็บินาร์ (Webinar: Web-based seminar) และสัมมนาออนไลน์ องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถติดตามเว็บินาร์ การเข้าร่วมโครงการสัมมนาทั้งออนไลน์และออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อรับข้อมูลใหม่ ๆ และเทรนด์ล่าสุดในวงการธุรกิจออนไลน์

3) การอ่านหนังสือและบทความออนไลน์ องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถหาข้อมูลจากหนังสือและบทความออนไลน์เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสร้างแรงจูงใจ การสื่อสาร และการตัดสินใจ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทักษะการพัฒนาศักยภาพและทักษะดิจิทัล

4) การติดตามกลุ่มและชุมชนออนไลน์ องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถเข้าร่วมกลุ่มและชุมชนออนไลน์ของผู้บริหาร เช่น LinkedIn Groups, Facebook Groups หรือ Reddit Communities เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น เป็นต้น

5) การใช้เครื่องมือการเรียนรู้แบบออนไลน์ องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถใช้เครื่องมือออนไลน์ เช่น Quizlet, Anki หรือ Memrise เพื่อฝึกฝนทักษะภาษาและความรู้ในรูปแบบของเกมส์หรือการทดสอบ เป็นต้น

6) การฝึกฝนผ่านแอปพลิเคชัน องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันสำหรับการพัฒนาสมรรถนะ เช่น แอปพลิเคชันสำหรับฝึกฝนทักษะการพูด การเขียน หรือการนำเสนอ เป็นต้น

7) การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) เพื่อจำลองสถานการณ์และฝึกฝนทักษะการบริหารจัดการในรูปแบบที่เหมือนจริง

8) การสร้างผลงานออนไลน์ องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube, LinkedIn หรือ Medium เป็นต้น เพื่อสร้างเนื้อหาและแบ่งปันความรู้ของตัวเองกับผู้อื่น

9) การให้คำปรึกษากับผู้อื่น องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถใช้ประสบการณ์และความรู้ของตัวเองให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหารคนอื่น ๆ ผ่านทางช่องทางออนไลน์

10) การพัฒนาทักษะดิจิทัล องค์กรธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถฝึกฝนทักษะดิจิทัลด้วยการใช้โปรแกรม Office การสร้างเว็บไซต์ การใช้ social media เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานออนไลน์

ปัจจัยที่สนับสนุน

การพัฒนาสมรรถนะผู้บริหารออนไลน์เป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาและความมุ่งมั่น ทั้งนี้เพื่อให้วิธีการดำเนินงานข้างต้นสำเร็จตามเป้าหมายและแนวทางที่กำหนด ควรมีปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน ดังนี้

1) ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์เป็นกลไกหรือเฟืองตัวแรกที่จะต้องขับเคลื่อน โดยให้ความสำคัญและร่วมมือต่อการพัฒนาพฤติกรรมที่ติดอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สำหรับการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและด้านการสื่อสารและการจูงใจ ซึ่งยังไม่ส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ ขอให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์เสียสละเวลาและพึงระลึกเสมอว่าการปรับเปลี่ยนใด ๆ ในทางที่ดีขึ้นจำเป็นต้องมีผลกระทบต่อการทำงานที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละวัน ทั้งนี้ เพื่อผลักดันให้เกิดความสำเร็จเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายของธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

2) ผู้บริหารระดับสูง หรือเจ้าขององค์การธุรกิจ ต้องให้ความสำคัญในด้านการประเมินตามมาตรฐานตัวชี้วัดที่กำหนด มีการวางแผนดำเนินการในทุกกระบวนการอย่างเป็นระบบ การพัฒนาพฤติกรรมโดยปราศจากอคติ ส่งเสริมให้มีโครงการหรือหลักสูตรการพัฒนาทักษะดิจิทัลให้แก่ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์อย่างต่อเนื่องจากผู้เชี่ยวชาญทั้งจากภายในและจากภายนอกองค์การ เพื่อประโยชน์ต่อการบริหารธุรกิจออนไลน์เพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในยุคปัจจุบัน

ข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้น

1) การปรับปรุงพัฒนาทักษะอาจต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก เช่น เวลา เงินทุน และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ องค์การขนาดเล็กหรือองค์การที่มีงบประมาณจำกัด อาจประสบปัญหาในการจัดหาทรัพยากรเหล่านี้

2) การต้านทานการเปลี่ยนแปลงของพนักงานบางคนอาจไม่เต็มใจที่จะเรียนรู้ทักษะใหม่ หรืออาจรู้สึกกังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง การขาดแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองอาจนำไปสู่การขัดขวางการปรับปรุงพัฒนาทักษะขององค์การ

อภิปรายผลการวิจัย

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสมรรถนะของผู้บริหารออนไลน์ผู้วิจัยสามารถนำผลจากการวิจัยมาอภิปรายผล โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 สภาพแวดล้อมภายนอกและปัญหาด้านสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า สภาพแวดล้อมภายในจะมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการดำเนินธุรกิจทั้งในเรื่องขององค์ความรู้และด้านโครงสร้างองค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leesahad (2020) ในส่วนของ

สภาพแวดล้อมภายนอกจะเป็นเรื่องของการยืดหยุ่นปรับตัวในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับคู่แข่งรายใหม่ ตลอดจนนโยบายภาครัฐ และราคาสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Junsoontorn (2022) ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริง เนื่องจากธุรกิจออนไลน์อำนาจต่อรองของผู้ซื้อมีค่อนข้างสูง เนื่องจากมีผู้ผลิตหลายรายและแต่ละรายสามารถสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าของตัวเอง เช่น การจัดการส่งเสริมการขาย การกำหนดราคาที่ถูกใจผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sompong (2021) อีกทั้งผู้บริโภคมักนิยมทางเลือกใหม่ ๆ จึงทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจมาก ซึ่งองค์กรต้องมีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีสินค้าใหม่ ๆ ตลอดเวลา เช่น สินค้าเพื่อความสวยความงาม สินค้าควบคุมน้ำหนัก เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้รับการสัมภาษณ์ จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจออนไลน์ให้ความเห็นว่า ผู้บริหารต้องทำความรู้ความเข้าใจลักษณะของธุรกิจ ต้องมีเทคนิคในการทำงานด้านธุรกิจออนไลน์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว มีเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewchuer et al. (2019) รวมถึงต้องมีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบนโยบายร่วมกัน ต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลาและควรจัดหาผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกมาให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Brahmputra (2018) รวมถึงการบริการที่ดีดูแลลูกค้าตั้งแต่ก่อนและหลังรับบริการ

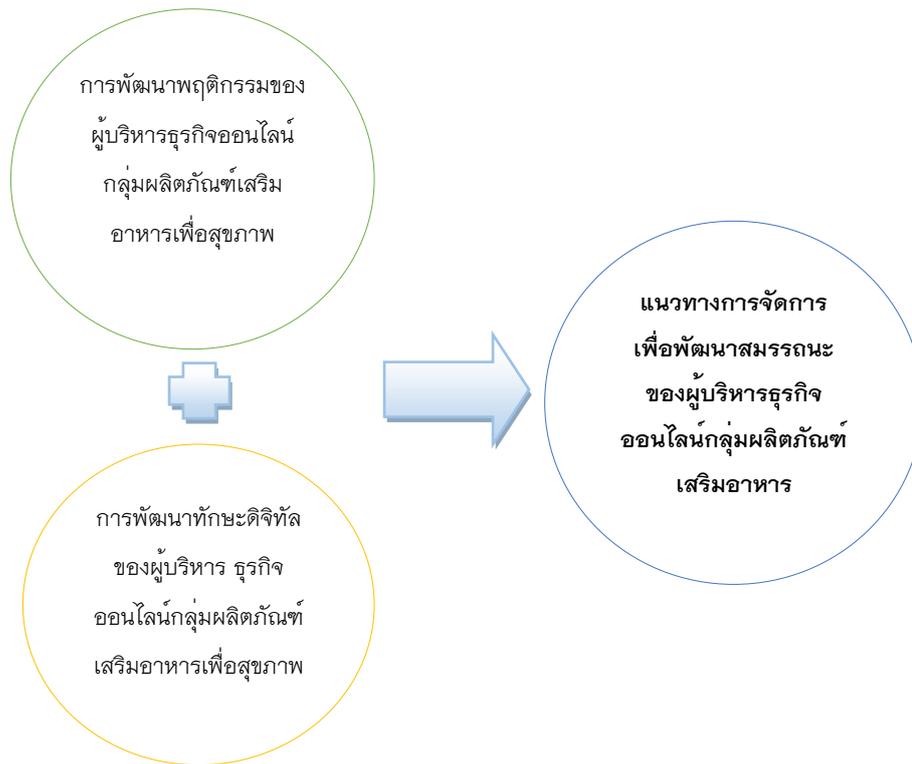
ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริหารจากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจออนไลน์ให้ความเห็นว่า ผู้บริหารต้องทำความรู้ความเข้าใจลักษณะของธุรกิจ มีการเฝ้าหาความรู้ด้านธุรกิจออนไลน์อยู่เสมอซึ่งเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งของการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ มีเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจนรวมถึงต้องมีการสื่อสารให้พนักงานทุกคนรับทราบนโยบายร่วมกัน ต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลาและควรจัดหาผู้เชี่ยวชาญทั้งภายในและภายนอกมาให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการบริการที่ดีดูแลลูกค้าตั้งแต่ก่อนและหลังรับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Homsiri (2021)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยคุณลักษณะด้านการจัดการความรู้ (KM) ของผู้บริหาร จากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารและผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจออนไลน์ให้ความเห็นว่า องค์กรควรมีโครงการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้บริหารในแต่ละระดับอย่างเหมาะสม ควรมีการทำ Master List ของแต่ละแผนกขั้นตอนการทำงาน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ผู้บริหารธุรกิจควรสามารถตอบสนองและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กรได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pakorn et al. (2022) ควรมีความสามารถในการอธิบายถึงข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สมาชิกในทีมงานเกิดความเข้าใจในภาระหน้าที่ของตนเองและมีความมั่นใจในการทำงาน รวมถึงผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ควรมีความสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการตลาดดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลที่สามารถยกระดับสินค้ามาใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่มีเงื่อนไข สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kundee (2021)

ส่วนที่ 5 ปัจจัยการพัฒนาผู้บริหารจากผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ต้องมีความเข้าใจในกฎหมายและกฎระเบียบขององค์กรเป็นอย่างดีเป็นระบบ มีความเข้าใจในขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติอย่างถูกต้องตามระเบียบและกฎเกณฑ์ขององค์กรมีการดำรงตนและประพฤติปฏิบัติอย่างถูกต้องเหมาะสมทั้งตามกฎหมาย คุณธรรม จรรยาบรรณ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boontanyakit (2021) ต้องสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดด้วยเทคโนโลยีที่สามารถสื่อสารที่ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงและต้องสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaise (2018) รวมถึงต้องเข้าใจว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้กระบวนการทำงานและการสื่อสารขององค์กรมีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 6 สมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริหารต้องมีความสามารถทำให้พนักงานทำงานเป็นทีมและมีการจัดโครงสร้างองค์กร การอัปเดตข้อมูลข่าวสาร การปรับตัวให้ทันยุคทันสมัยให้เข้ากับเทรนด์ในปัจจุบัน ไม่ยึดติดกับสิ่งเดิม ๆ ผู้บริหารต้องมีความสามารถในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์ปัจจุบัน รวมถึงการวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเรื่องการเงินและบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sampaothong (2018) รวมถึงเรื่องภาษีต้องดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ประหยัดได้ตามกฎหมาย แบบไหนผิดกฎหมาย จะได้ช่วยบรรเทาความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้และต้องศึกษากฎระเบียบหรือกฎหมายของการค้า ให้ทำในทิศทางที่เหมาะสมและถูกต้อง โดยเฉพาะการจดทะเบียนพาณิชย์รับรอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย



ภาพที่ 2 สมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ

สรุป

ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ควรได้รับการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยการพัฒนาพฤติกรรมและการพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์เพื่อเป็นการพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพในด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ ด้านการยึดมั่นความถูกต้องในคุณธรรมและจริยธรรม ด้านการบริการที่ดี ด้านการสื่อสารและการจูงใจ ด้านการตลาดดิจิทัล และด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถที่สูงขึ้น โดยเรียงลำดับตามความสำคัญและความเหมาะสมของการพัฒนา ซึ่งองค์การธุรกิจหรือผู้บริหารธุรกิจออนไลน์สามารถเลือกใช้วิธีการดำเนินงานที่เหมาะสม มีความสอดคล้องกับความต้องการทรัพยากรและงบประมาณขององค์การที่จัดสรรไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะผลจากการวิจัย

1) ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ จะต้องวางแผนการพัฒนารองค้ำความรู้ให้แก่ ผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ และพนักงานทุกระดับชั้น ทุกช่วงอายุ ตามความเหมาะสมของทรัพยากรอย่างเป็นรูปธรรม

2) องค์การธุรกิจออนไลน์ควรให้ความสำคัญที่จะส่งเสริมพัฒนาผู้บริหารธุรกิจออนไลน์ในการแสวงหาความรู้จากการเข้าอบรมหรือจากการค้นคว้าวิจัยของสถาบันการศึกษาภายนอก ในด้านทักษะความเข้าใจและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่จำเป็นต่อองค์การ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสมรรถนะของผู้บริหารออนไลน์ในครั้งต่อไป ควรนำปัจจัยคุณลักษณะด้านการจัดการความรู้ (KM) ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริหาร และปัจจัยการพัฒนาผู้บริหาร ด้านที่ส่งผลต่อสมรรถนะของผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพ ไปทำการศึกษาวิจัยกับผู้บริหารธุรกิจออนไลน์กลุ่มผลิตภัณฑ์และการบริการอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องหรือความแตกต่างของประเภทธุรกิจออนไลน์

References

- Brahmaputra, P. (2018). *The organization communication that effecting to cabin crew operation* [Master's thesis, Civil Aviation Training Center Thailand, Suranaree University of Technology]. <http://sutir.sut.ac.th:8080/jspui/handle/123456789/9483>
- Boontanyakit, P. (2021). *Ethical leadership of desirable school administrators in view of administrators and teacher of Bangkok Metropolitan administration*[Master's thesis, Dhurakij Pundit University].
- Chaisen, U., & Hinviman, S. (2018). Myth construction of the motherhood of “deveined mother” and “parenting like mother” in Thai television dramas. *Dhurakij Pundit Communication Arts Journal*, 12(1), 43–76. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/176037>
- Drucker, P.F. (1999). *Management challenges for the 21st century*. Harper Business.
- Homsiri, N. (2021). *The Influences of online service quality and relationship marketing factors to commitment between consumer and female clothing online retailers on Facebook fanpage* [Master's thesis, Burapha University].

- Junsoontorn, S. (2022). *The organization change factors and ecosystem factors affecting the resilient organization and work adjustment of banking business officers*[Master's thesis, Silpakorn University].
- Kundee, N. (2021). *Digital marketing strategy problems and opportunities of exporting agricultural products through B2B marketplace in Thailand 4.0*[Master's thesis, Naresuan University].
- Kaewchuer, S., Phungniran, B., & Kortana, T. (2019). Factors for Success for Online Business Entrepreneurs in the Digital Age. *The Journal of Industrial Technology, 15(2)*, 33–44. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jit_journal/article/view/213962
- Krungsri Research Center. (2020). *Impact of the COVID-19 epidemic towards the Thaeconomy*. <https://www.krungsri.com>
- Leesahad, N. (2020). *Environmental factors in the organization and capability in trade competition of small and medium enterprises in Hatyai District, Songkhla Province*[Master's thesis, Thaksin University].
- Macmillan, T. T. (1980). *The delphi technique*. In The Annual Meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development. Monterey, CA: The California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development.
- McClelland, D.C. (1973). Testing for Competence rather than for Intelligence. *American Psychologist, 28(1)*, 1–24. <http://dx.doi.org/10.1037/h0034092>
- Noypimai, S. (2019). *Administrative skills of school administrators under Pathum Thani primary educational service area office 2*[Master's thesis, Rajamangala University of Technology Thanyaburi].
- Office of the Civil Service Commission. (2010). *Thai civil service competency manual*. Office of the Civil Service Commission.
- Pakorn J., Koolnaphadol, T., & Burasirirak, S. (2022). Model of digital leadership for administrators in schools under the authority of the office of the basic education commission. *Rajapark Journal, 16(48)*, 396–410.
- Sampaothong W. (2018). *Online marketing communication strategies and value added of cosmeceuticals business*[Master's thesis, Silpakorn University].
- Sompong, T. (2021). *The study of factors affecting buying decisions about shopping online of consumers in Nakhon Pathom Province*[Master's thesis, Silpakorn University].

Sullivan, J. J. (1988). Three role of language in motivation theory. *Academy of Management Review*, 13(1), 104–115.

Thaisom, A. (2017). *Factors affecting to customer loyalty toward Loonnystore*[Master's thesis, Silpakorn University].