

การวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ

Delphi Research to finding the Principle, Criteria and Indicator for Marketing Efficiency of Provincial Welfare Store.

ภาสกรณ์ วัฒนพฤกษ์¹, กนก พานทอง² และปิยะทิพย์ ประดุงพร³

Rattanachai Pechsombut¹, Kanok Phanthong² and Piyathip Pradujprom³

¹นิสิต สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

¹Student of Research and Statistics in Cognitive Science Doctor of Philosophy Program

^{2,3}หน่วยวิจัยวิทยาการปัญญาและนวัตกรรม วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

^{2,3}Cognitive Science and Innovative Research Unit (CSIRU), College of Research Methodology
and Cognitive Science Burapha University

Corresponding Author Email: kanok1459@gmail.com

Received: 22 February 2021

Revised: 17 March 2021

Accepted: 24 March 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ และ 2. เพื่อหาฉันทมติหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ลักษณะกึ่งโครงสร้าง ตรวจสอบชุดข้อมูลประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐเบื้องต้น และวิจัยเชิงปริมาณด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ มีเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเดลฟาย โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 12 คน ตามเกณฑ์จำนวนของผู้ให้ข้อมูลขั้นต่ำกรณีเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก 3 กลุ่ม คือกลุ่ม ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าสวัสดิการแห่งรัฐ กลุ่มผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และแบบสอบถามด้วยเทคนิคเดลฟาย 3 รอบ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 18 คน เพื่อเป็นตัวแทนตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารจากองค์กรทางภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐ กลุ่มอาจารย์สอนในระดับมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้นำชมรมหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด กลุ่มผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐ รวมทั้งหมด 30 คน ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาวิเคราะห์เนื้อหา และนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากเทคนิคเดลฟายมาวิเคราะห์หาฉันทมติด้วยทฤษฎีรีฟเซต ผลการวิจัย พบว่า 1) ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐประกอบด้วย 5 หลักการ 13 เกณฑ์ 22 ตัวบ่งชี้ และ 2) ผลฉันทมติของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐมีค่าขอบเขตล่าง (QL) มากกว่า 0.75 ผ่านตามข้อกำหนดของทฤษฎีรีฟเซต

คำสำคัญ: การวิจัยเดลฟาย, ประสิทธิภาพทางการตลาด, สวัสดิการแห่งรัฐ

Abstract

The purposes of this study were 1. To finding principles, criteria and indicators marketing efficiency of provincial welfare store. And 2. To finding consensus on principles, criteria, and indicators of marketing efficiency of provincial welfare stores. This research was used mixed methods. the qualitative research with semi-structured in-depth interviews to review the preliminary data marketing efficiency of provincial welfare store. And quantitative with the real-time Delphi technique 3 round. The research tools were open-end questionnaires, with a total of 12 subjects

based on the minimum number of participants for in-depth interviews. From 3 groups of informants. There are government officials who are involved in the provincial welfare store, Provincial Welfare Store owners, provincial welfare card holders. And questionnaires using for Delphi technique with a total of 18 subjects from 4 groups experts. To represent the criteria for determining the size of an expert group. There are executives group from government organizations manage and working for provincial welfare stores. Expert group of teaching in university level. Leaders off marketing experts. Provincial welfare store owners. Total of 30 people purposive sampling selection. Data collected from in-depth interviews were analyzed by content analysis and data from Delphi technic questionnaires were analyzed to consensus by roughest theory The result are 1) the marketing efficiency of provincial welfare store including 5 principles, 13 criteria and 22 indicators. 2) The Lower approximation (QL) consensus values from expert all principle, criteria and all indicators are more than 0.75. There are passed of thru rout of roughest theory.

Keywords: Delphi Research, Marketing Efficiency, Provincial Welfare Store.

บทนำ

การประเมินในรูปแบบ C&I Approach เป็นเครื่องมือการประเมินเชิงลำดับขั้น (Hierarchy of Assessment Tool) โดยมีโครงสร้าง 4 ระดับ โครงสร้างลำดับแรก คือหลักการ (Principle) โครงสร้างลำดับที่ 2 คือเกณฑ์ (Criterion) โครงสร้างลำดับที่ 3 คือตัวบ่งชี้ (Indicators) โครงสร้างลำดับที่ 4 คือตัวตรวจสอบ (Verify) (CIFOR, 1999, p.7) ดังนั้นตัวตรวจสอบ (Verifier) จะเป็นตัวแทนชุดข้อมูลของหลักการ ส่วนชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ใช้ในการกำหนดมโนทัศน์ (Conceptualize) ในการประเมิน (Evaluate) ในการเฝ้าติดตาม (Monitor) และเป็นการสนับสนุนการจัดการ (Support) ส่วนชุดข้อมูลของตัวตรวจสอบจะกำหนดลักษณะเฉพาะเจาะจงของข้อมูล และสารสนเทศให้ครบลง จึงได้กำหนดเป็นแนวทางเกณฑ์ สามารถนำไปปฏิบัติได้ทั้ง Top-down และ Bottom-up (Valencia et al., 2016, p.9) การประเมินแบบ Top-down เป็นการกำหนดกรอบการศึกษา (Conceptual Framework) เพื่อระบุชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ จากการประมวลความรู้ ประสบการณ์และการตัดสินใจจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) จนได้ข้อสรุป (Consensus) (Prabhu et al., 1996, p.20) การประเมินแบบ Bottom-up คือการพิจารณาแบบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบตั้งแต่ ตัวตรวจสอบ ตัวบ่งชี้ เกณฑ์ และหลักการว่าครบถ้วน และครอบคลุมทุกเนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้ในเกณฑ์หรือไม่ อย่างไร ดังนั้น สิ่งสำคัญเนื้อหาจะต้องครอบคลุมทุกประเด็น ตัดเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระชับ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามแนวทาง C&I Approach

กระบวนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย เป็นเทคนิคการทำนายที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในเกือบทุกวงการไม่ว่าด้านธุรกิจ การเมือง การทหาร เศรษฐกิจ การสาธารณสุข การศึกษา และงานวิจัยเพื่อรวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และหาฉันทามติ ในเรื่องที่ยังไม่มีข้อมูลที่แท้จริง เป็นการระดมความคิดเห็น และการตัดสินใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบไม่เปิดเผยรายชื่อ โดยมีการทำซ้ำ 2-3 รอบ ไม่ควรเกิน 4 รอบ (Von der Gracht, 2012, p. 21) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญนั้นจะเป็นที่ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ จึงมีความตรงสูง โดยไม่ทราบว่ามีใครบ้างที่มีส่วนออกความคิดเห็น มีการป้อนข้อมูลย้อนกลับแบบควบคุม กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้แสดงความคิดเห็น โดยไม่มีการเผชิญหน้ากันโดยตรงของผู้แสดงความคิดเห็น รวมถึงมีการใช้เครื่องมือทางสถิติในวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เหมือนกับการระดมสมองหรือการประชุมกลุ่มแบบอื่นๆ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ (Dalkey and Helmer, 1963, p.458)

ปัจจุบันเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Delphi) เป็นเทคนิคการวิจัยที่ถูกนำมาใช้ในงานวิจัย ด้วยการผสมวิธีระหว่างเทคนิคการวิจัยเดลฟาย (Delphi Technique) กับเทคนิคการวิจัยในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) ด้วยการ

สอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยการใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารผ่านช่องทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) แทนการใช้กระดาษ-ดินสอ (Paper-Pencil) ใช้ในการระดมความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายการติดต่อระหว่างผู้เชี่ยวชาญ เช่นการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) คัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในเรื่องที่จะศึกษา โดยปกติจะมีประมาณตั้งแต่สิบเจ็ดคนขึ้นไปจนถึงร้อยคน ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายในการวิจัย แล้วจึงทำการสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทาง e-Mail กระบวนการในการดำเนินการของเทคนิคเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิดในรอบแรก และไม่นำ (Non-Directive and Open-ended) เป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) มีการเตรียมหัวข้อหรือประเด็นสำหรับสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะไว้ตอนท้าย เมื่อสอบถามในรอบที่ 2 จะใช้เทคนิคการสรุปคะแนนสะสม (Cumulative Summarization) และวิเคราะห์ เพื่อหาฉันทามติ (Consensus) แล้วป้อนข้อมูลย้อนกลับให้ผู้เชี่ยวชาญ ยืนยันคำตอบในรอบที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ เพื่อหาฉันทามติ (Consensus) (Diamond et al., 2014, p.401)

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าเทคนิคเดลฟายมีข้อดีดังนี้ ไม่เปิดเผยชื่อของผู้ตอบ ทำให้ผู้ตอบมีอิสรภาพทางความคิดได้รับความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก ซึ่งอาจสูงเป็นร้อยเป็นพันได้ ใช้วิธีทางสถิติเพื่อประมวลผล ช่วยลดอคติ (Bias) ทำให้ได้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เหมาะสำหรับคำถามยาก ๆ ที่มีหลายมิติ ที่สลับซับซ้อน ต้องประเมินข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์ ทางสังคม ของคำถามที่ยังขาดองค์ความรู้ เพื่อหาคำตอบจำเป็นที่ต้องการตัดสินใจ ดังนั้นการเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ดีให้เหมาะสม ควรประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ทั้งในด้านวิชาการ และด้านปฏิบัติ ทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้ใช้บริการ หรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ถูกเลือกนั้นต้องสามารถเป็นตัวแทน (Representative) และสามารถสรุปอ้างอิง (Generalization) ไปยังกลุ่มประชากร (Population) ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ
2. เพื่อหาฉันทามติหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed Methods) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารจากองค์กรทางภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐ กลุ่มอาจารย์สอนในระดับมหาวิทยาลัย กลุ่มผู้นำชมรมหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด กลุ่มผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐ และกลุ่มผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 12 คน ตามเกณฑ์จำนวนของผู้ให้ข้อมูลขั้นต่ำ (Nastasi & Schensul, 2005, p.177) เป็นกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ ในกระบวนการ Bottom up เพื่อสังเคราะห์หลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้เบื้องต้น ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือกลุ่มผู้กำหนดนโยบายภาครัฐ โดยมีเกณฑ์คัดเลือกเข้าเป็นผู้ที่ทำงานในกรมการค้าภายใน ที่มีหน้าที่ดูแลเรื่องร้านสวัสดิการแห่งรัฐอย่างน้อย 2 ปี จำนวน 4 คน กลุ่มผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐ โดยมีเกณฑ์คัดเลือกเข้าเป็นผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐที่มีการติดตั้งเครื่องรับชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Capture: EDC) ประกอบการมาแล้ว

อย่างน้อย 3 ปี จำนวน 4 คน กลุ่มผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โดยมีเกณฑ์คัดเลือกเข้าต้องมีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐใช้งานมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี จำนวน 4 คน) ซึ่งตัวอย่างได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1.3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) จำนวน 18 ท่าน ตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทำการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย (MacMillan, 1971, p.11) เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-time Delphi Technique) ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือกลุ่มผู้บริหารจากองค์กรทางภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐ หรือที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย “ประชารัฐ” ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 4 คน กลุ่มอาจารย์สอนในระดับมหาวิทยาลัย เป็นผู้ที่มีผลงานทางวิชาการด้านประสิทธิภาพทางการตลาด หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด หรือด้านเศรษฐศาสตร์ หรือด้านการค้าปลีก พิจารณาจากระยะเวลาการทำงานหรือประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 5 คน กลุ่มผู้นำชมรมหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ที่มีความรู้ความสามารถการจัดการ และประสบการณ์เกี่ยวกับบริหารทางการตลาด หรือการบริหารและจัดการร้านค้าปลีก ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน กลุ่มผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐ หรือที่ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี รวมทั้งมีความเข้าใจในประสิทธิภาพทางการตลาดเป็นอย่างดี จำนวน 6 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ใช้ในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์ (Interview) แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อตรวจสอบชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐเบื้องต้น กับกลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ 12 คน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ข้อสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ตามทฤษฎีการประเมินแบบ C&I Approach และ 2) แบบสอบถามเดลฟายแบบปลายเปิดในรอบที่ 1 (Open-End Questionnaires) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 คำถาม หลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ พร้อมคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญพิจารณาใช้เป็นฐานแนวคิด โดยทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง C&I Approach และเดลฟายในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบปลายปิด (Close-End Questionnaire) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของ หลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 7 ระดับ และตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูล หลักการ เกณฑ์และตัวบ่งชี้ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ในรูปแบบ Bottom Up และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เป็นข้อมูล หลักการ เกณฑ์และตัวบ่งชี้ที่ได้จากการวิจัยเดลฟาย 3 รอบ ในรูปแบบ Top Down 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัยต่างประเทศ และในประเทศ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้ออกมาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ และการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้ออกมาจากการแบบสอบถามเดลฟาย 3 รอบมาวิเคราะห์หาฉันทมติ (Consensus) ทำการสรุปฉันทมติผู้เชี่ยวชาญโดยทฤษฎีเซต (Rough set theory) โดยทำการกำหนดคุณสมบัติ ให้มี 2 คุณสมบัติ คือความเหมาะสม (a1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a2) โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า 7 ระดับ หากได้ผลระดับคะแนน 1-4 หมายถึง ไม่เห็นด้วย คือความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด (1) ถึงระดับปานกลาง (4)

หากได้ผลระดับคะแนน 5-7 หมายถึง เห็นด้วย คือความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (5) ถึงระดับมากที่สุด (7) มีเงื่อนไข ดังนี้

4.1 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a2) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเขตการตัดสินใจ = 1 (Agree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นเห็นด้วย (Lower approximation)

4.2 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเขตการตัดสินใจ = 0 (Disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper approximation)

4.3 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเขตการตัดสินใจ = 2 (Disagree) หรือถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a2) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเขตการตัดสินใจ = 2 (Disagree)

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าฉันทามติ (Consensus) ด้วยค่าคุณภาพของการประเมินขอบเขตล่าง (QL)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. เพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ

ผลการวิจัยพบว่า หลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐประกอบด้วย 5 หลักการ 13 เกณฑ์ และ 22 ตัวบ่งชี้ จำแนกได้ ดังนี้

1.1 หลักการประกอบด้วย หลักการที่ 1 คือหลักการผลิตภัณฑ์ (Product) หลักการที่ 2 คือหลักกรราคา (Price) หลักการที่ 3 คือหลักการสถานที่ (Place) หลักการที่ 4 คือหลักการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) หลักการที่ 5 คือหลักการประชารัฐ (Policy)

1.2 เกณฑ์ประกอบด้วย เกณฑ์ที่ 1 คือด้านบรรจุภัณฑ์ เกณฑ์ที่ 2 คือด้านการบริหารผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่ 3 คือด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่ 4 คือด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์ เกณฑ์ที่ 5 คือด้านความคุ้มค่า เกณฑ์ที่ 6 คือด้านการส่งเสริมการขายด้านราคา เกณฑ์ที่ 7 คือด้านสถานที่ให้บริการ เกณฑ์ที่ 8 คือด้านการบริการ เกณฑ์ที่ 9 คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เกณฑ์ที่ 10 คือด้านการสื่อสารการตลาด เกณฑ์ที่ 11 คือด้านการส่งเสริมการขาย เกณฑ์ที่ 12 คือด้านการบริหาร เกณฑ์ที่ 13 คือด้านเครือข่ายสังคม

1.3 ตัวบ่งชี้ประกอบด้วย ตัวบ่งชี้ที่ 1 คือตราสินค้าและมาตรฐาน ตัวบ่งชี้ที่ 2 คือบรรจุภัณฑ์ ตัวบ่งชี้ที่ 3 คือการจัดสรรและจัดเรียงสินค้า ตัวบ่งชี้ที่ 4 คือผลิตภัณฑ์ ตัวบ่งชี้ที่ 5 คือคุณภาพที่เท่าเทียมกัน ตัวบ่งชี้ที่ 6 คือราคาสินค้า ตัวบ่งชี้ที่ 7 คือความสมเหตุสมผลด้านราคา ตัวบ่งชี้ที่ 8 คือรายการส่งเสริมการขาย ตัวบ่งชี้ที่ 9 คือบรรยากาศภายในร้าน ตัวบ่งชี้ที่ 10 คือสุขอนามัย การป้องกันโรคติดต่อ ตัวบ่งชี้ที่ 11 คือการชำระเงิน ตัวบ่งชี้ที่ 12 คือการบริการภายในร้าน ตัวบ่งชี้ที่ 13 คือจำหน่าย ณ จุดจำหน่ายหน้าร้าน ตัวบ่งชี้ที่ 14 คือจำหน่าย Online ตัวบ่งชี้ที่ 15 คือการโฆษณา ตัวบ่งชี้ที่ 16 คือการประชาสัมพันธ์ ตัวบ่งชี้ที่ 17 คือการขายโดยบุคคล หรือพนักงาน ตัวบ่งชี้ที่ 18 คือกิจกรรมส่งเสริมการขาย ตัวบ่งชี้ที่ 19 คือการวางแผนงาน ตัวบ่งชี้ที่ 20 คือการนำนโยบายไปปฏิบัติ ตัวบ่งชี้ที่ 21 คือความรับผิดชอบต่อสังคม ตัวบ่งชี้ที่ 22 คือการช่วยเหลือชุมชน

2. เพื่อหาฉันทามติหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ

ผลการวิจัยพบว่า ฉันทามติของหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ได้ค่าฉันทามติจากการคำนวณหาค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวัดฉันทามติ

ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ	ผลการวัดฉันทามติ	
	QL (≥ 0.75)	ผลการ พิจารณา
หลักการ: P.1ผลิตภัณฑ์ (Product)	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์: C.1.1 ด้านบรรจุภัณฑ์	0.83	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.1.1.1 ราคาสินค้าและมาตรฐาน	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.1.1.2 บรรจุภัณฑ์	0.78	ยอมรับ
เกณฑ์: C.1.2 ด้านการบริหารผลิตภัณฑ์	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.1.2.1 การจัดสรรและจัดเรียงสินค้า	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.1.2.2 ผลิตภัณฑ์	0.89	ยอมรับ
เกณฑ์: C.1.3 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.1.3.1 คุณภาพที่เท่าเทียมกัน	0.83	ยอมรับ
หลักการ: P.2 ราคา	0.94	ยอมรับ
เกณฑ์: C.2.1 ด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.2.1.1 ราคาสินค้า	0.94	ยอมรับ
เกณฑ์: C.2.2 ด้านความคุ้มค่า	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.2.2.1 ความสมเหตุสมผลด้านราคา	0.83	ยอมรับ
เกณฑ์: C.2.3 ด้านการส่งเสริมการขายด้านราคา	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.2.3.1 รายการส่งเสริมการขาย	0.83	ยอมรับ
หลักการ: P.3 สถานที่	0.89	ยอมรับ
เกณฑ์: C.3.1 ด้านสถานที่ให้บริการ	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.1.1 บรรยากาศภายในร้าน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.1.2 สุขอนามัย การป้องกันโรคติดต่อ	0.94	ยอมรับ
เกณฑ์: C.3.2 ด้านการบริการ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.2.1 การชำระเงิน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.2.2 การบริการภายในร้าน	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์: C.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.3.1 จำหน่าย ณ จุดจำหน่ายหน้าร้าน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.3.3.2 จำหน่าย Online	0.78	ยอมรับ
หลักการ: P.4 ส่งเสริมทางการตลาด	0.89	ยอมรับ
เกณฑ์: C.4.1 ด้านการสื่อสารการตลาด	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.4.1.1 การโฆษณา	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.4.1.2 การประชาสัมพันธ์	0.89	ยอมรับ

เกณฑ์: C.4.2 ด้านการส่งเสริมการขาย	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.4.2.1 การขายโดยบุคคล หรือพนักงาน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.4.2.2 กิจกรรมส่งเสริมการขาย	0.89	ยอมรับ
หลักการ: P.5 ประชากร	0.78	ยอมรับ
เกณฑ์: C.5.1 ด้านการบริหาร	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.5.1.1 การวางแผนงาน	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.5.1.2 การนำนโยบายไปปฏิบัติ	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์: C.5.2 ด้านเครือข่ายสังคม	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.5.2.1 ความรับผิดชอบต่อสังคม	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้: I.5.2.2 การช่วยเหลือชุมชน	0.94	ยอมรับ

จากตารางที่ 2 พบว่า ฉันทามติหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ด้วยทฤษฎีรีฟเซต (Rough set theory) โดยคำนวณหาค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) ได้ค่า QL มากกว่า 0.75 ทุกหลักการ ทุกเกณฑ์ และทุกตัวบ่งชี้ ผ่านตามข้อกำหนดของทฤษฎีรีฟเซต

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ พบว่า ตามรูปแบบการประเมิน C&I Approach มีโครงสร้างประกอบด้วย 3 ระดับ คือระดับแรกหลักการ (Principle) ประกอบด้วย 5 หลักการ ระดับที่สองเกณฑ์ (Criterion) ประกอบด้วย 13 เกณฑ์ ระดับที่สามตัวบ่งชี้ (Indicators) ประกอบด้วย 22 ตัวบ่งชี้

2. เพื่อหาฉันทามติหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ พบว่า ด้วยทฤษฎีรีฟเซต (Rough set theory) โดยคำนวณหาค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) ได้ค่า QL มากกว่า 0.75 ทุกหลักการ ทุกเกณฑ์ และทุกตัวบ่งชี้ ผ่านตามข้อกำหนดของทฤษฎีรีฟเซต

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1.การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi Technique) ทั้ง 3 รอบ เพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ โดยใช้การติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญทาง Internet (e-Mail) ในระดมความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ลดค่าเอกสารติดต่อระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับผู้วิจัย และการวัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีรีฟเซต (Rough set theory) ช่วยลดความคลุมเครือของข้อมูล (Fuzziness) หรือความไม่แน่นอน (Uncertainty) ของข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผลการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั้นมีความถูกต้องและสมบูรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลย์ ปานคำ และคณะ (2559, น.89) ที่ใช้แนวทางการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายอิเล็กทรอนิกส์ ด้วยแบบสอบถามออนไลน์แบบปลายเปิดในรอบที่ 1 หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และในรอบที่ 2 เป็นการนำผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากรอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิดมาตราส่วนประมาณค่า หลังจากนั้นหาฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นพ้องต้องกันหรือสอดคล้องกัน และในรอบที่ 3 ใช้แบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิด เป็น

มาตรฐานค่าเหมือนกันกับในรอบที่ 2 แต่เพิ่มเติมในส่วนของข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ให้ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าของคำตอบของแต่ละคน และค่าเฉลี่ยคำตอบของผู้เชี่ยวชาญท่านอื่น เพื่อยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญซ้ำอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาหาหาค่าความถี่ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นพ้องต้องกันหรือสอดคล้องกัน โดยใช้เสียงส่วนใหญ่อีกครั้ง สรุปเป็นหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ที่ค่าความถี่ผ่านเกณฑ์กำหนด ไปใช้ในการประเมินต่อไป

2. ผลการเปรียบเทียบจำนวนตัวบ่งชี้ที่ผ่านเกณฑ์ ด้วยวิธีการวัดความถี่ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต กับวิธีการวัดความถี่ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญแบบเดิม โดยใช้สถิติบรรยาย จำนวนตัวบ่งชี้ของทั้งสองวิธีมีจำนวนผ่านเกณฑ์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการศึกษาเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ และการวัดความถี่ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต จึงเป็นที่ยอมรับสามารถนำหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่ได้จากการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ และการวัดความถี่ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต ใช้วัดประสิทธิภาพทางการตลาดได้อย่างสมบูรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dogan, M. B et al. (2020, p.12) ศึกษาเกณฑ์การประเมินผลการร้องเรียนการทุจริตต่อหน้าที่ของทางการแพทย์ ด้วยเทคนิคเดลฟายและหาความถี่โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต ด้วยแบบสอบถาม 7 สเกลทาง Internet ดังนี้ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 ไม่เห็นด้วยปานกลาง, 3 ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย, 4 ไม่แน่ใจ, 5 เห็นด้วยเล็กน้อย, 6 เห็นด้วยปานกลาง, 7 เห็นด้วยอย่างยิ่ง แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหาค่า เฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า แสดงการตัดสินใจ (Determination) ได้เกณฑ์การประเมินผลการร้องเรียนการทุจริตต่อหน้าที่ของทางการแพทย์ ทั้งหมด 54 รายการ เท่าเดิม

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้ประกอบการร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ควรนำหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ นำไปประเมินการจัดการร้าน หรือไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพทางการตลาดด้านต่าง ๆ ให้กับองค์กรของตน เช่น การพัฒนาการบริหาร การดำเนินงานภายในร้านสวัสดิการแห่งรัฐ การบริการลูกค้า การจัดการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐาน และสินค้ามีคุณภาพสามารถแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อ หรือร้านค้าปลีกทั่วไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 หน่วยงาน หรือภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐควรนำหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ ไปประเมินร้านสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานกำหนด และพัฒนาเป็นโปรแกรมออนไลน์ เพื่อความสะดวกในการนำไปใช้ประเมินร้านสวัสดิการแห่งรัฐทั่วประเทศ นำผลการประเมินที่ได้ นำเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนา และคัดสรรร้านสวัสดิการแห่งรัฐต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำเทคนิค และวิธีการวิจัยอื่น ๆ ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ การอภิปรายกลุ่ม การเสวนาบรรยาย การสำรวจภาคสนาม เข้ามาผสมผสานให้มีความหลากหลาย และครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้ ไปใช้ Apply ได้ตรงกับความต้องการของผู้ที่จะทำการศึกษาโครงการอื่น ๆ ต่อไป

2.2 ควรศึกษา และพัฒนาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในประเด็นอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากร้านสวัสดิการแห่งรัฐ อาจจะขยายผลไปยัง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การผลิต การบริการ อื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ความสามารถในการแข่งขัน เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ที่จะทำการศึกษาต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องการวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิ 12 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญ 18 ท่านที่ได้ให้ข้อมูลในการวิจัย

ครบถ้วน และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับร้านสวัสดิการแห่งรัฐทุกท่านที่ได้ให้การสนับสนุนในด้านข้อมูล ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ อีกทั้ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับการวิจัยเดลฟายเพื่อหาหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพทางการตลาดของร้านสวัสดิการแห่งรัฐ สามารถนำไปใช้ กับการวิจัยที่ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจอื่น ๆ และสามารถ Apply ได้ตรงกับความต้องการของผู้ที่จะทำการศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- สุมามาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดเข้ม. (2559). การพัฒนาวิธีการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีรีเฟเซตในเทคนิคเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 14(2)*, 87-101.
- CIFOR. (1999). *Guidelines for Applying Multi-Criteria Analysis to the Assessment of Criteria and Indicators*. Jakarta: AFTERHOURS.
- Dalkey, N. C., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science, 9(3)*, 458-467.
- Diamond, I. R., Grant, R. C., Feldman, B. M., Pencharz, P. B., Ling, S. C., Moore, A. M., & Wales, P. W. (2014). Defining consensus: a systematic review recommends methodologic criteria for reporting of Delphi studies. *Journal of clinical epidemiology, 67(4)*, 401-409.
- Dogan, M. B., Yukseloglu, E. H., Dogan, M., & Ugraş, S. D. (2020). The evaluation of medical malpractice claims: Creating a Standard Approach Model Using the Delphi Method. *Journal of Forensic and Legal Medicine, 71*
- Gracht, H., & Darkow, I. L. (2010). Scenarios for the logistics services industry: A Delphi based analysis for 2025. *International Journal of Production Economics, 127(1)*, 46-59.
- Macmillan, T. T. (1971). The delphi technique. In *Proceedings Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development* (pp. 3-5). Monterey: California.
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology, 43(3)*, 177-195.
- Prabhu, R., Colfer, C. J. P., Venkateswarlu, P., Tan, L. C., Soekmadi, R., & Wollenberg, E. (1996). *Testing Criteria and Indicators for Sustainable Management of Forests: Final Report of Phase I*. Jakarta: CIFOR.
- Valencia et al. (2016). *Evaluation Standards for Latin America and the Caribbean*. Buenos Aires: Akian Gráfica Editora.
- Von der Gracht, H. A. (2012). Consensus measurement in Delphi studies Re-opinion and implications for future quality assurance. *Technological Forecasting & Social Change, 79(8)*, 1525-1536.