



กลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Strategies and factors affective the competitive advantage of private universities in the Bangkok metropolitan area Region.

พัชราภรณ์ โพธิ์น้อยงาม*

Phatcharaphorn Phonoingarm

*คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

Faculty of Business Administration Patumtani University

Email: jikanulek20092@hotmail.com

Received April 18, 2025; Revised December 25, 2025; Accepted December 31, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขัน การจัดการสมัยใหม่คุณภาพ การให้บริการต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชนที่และบุคลากรทางการศึกษาฝ่ายบริหาร ในมหาวิทยาลัยเอกชนการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศเป็นชาย ระดับกลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างคณะอาจารย์ไทยและอาจารย์ต่างชาติมีคุณวุฒิที่มี ความรู้มีประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขานั้นๆค่าเฉลี่ยสูงสุด กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ระบบกั๊กยืมเพื่อ การศึกษา ระบบผ่อนชำระค่าเฉลี่ยสูงสุด กลยุทธ์เน้นเฉพาะกลุ่ม การจัดการสภาพแวดล้อมภายใน มหาวิทยาลัยค่าเฉลี่ยสูงสุด กลยุทธ์บูรณาการ อาจารย์ผู้สอนคอยสนับสนุนและคอยช่วยเหลือด้านการ เรียนให้การจัดการสมัยใหม่ ด้านการวางแผน การจัดการเรียนการสอนส่งผลต่อการสมัครเข้าศึกษาต่อ ระดับ ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนด้านกลยุทธ์การแข่งขัน โดยกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากถึง 0.87การสร้างความแตกต่างด้านหลักสูตร คุณภาพด้านการสอนและ สิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างความเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นของตนเอง ด้านการจัดการสมัยใหม่ โดยด้านการ บังคับใช้และการประสานงานมีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด 0.86 แสดงโครงสร้างการบริหารและระบบการ บริหารงานที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ แม่นยำในการให้ข้อมูลที่รวดเร็วแก่นักศึกษาและผู้บริหาร 0.90 คุณภาพ ของการให้บริการโดยการตอบสนองตรงต่อความต้องการรวมถึงให้ความสำคัญต่อนักศึกษา



คำสำคัญ กลยุทธ์การแข่งขัน, การจัดการสมัยใหม่, คุณภาพของการให้บริการ, การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน, มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

This research examines the impact of competitive strategies and modern management of service quality on the performance of private universities in the Bangkok Metropolitan region. The qualitative research sample includes personnel from private universities and administrative staff in business administration and education. who completed questionnaires. The findings reveal the following: Respondent demographics. The differentiation strategy, emphasizing Thai and foreign teachers with expertise and qualifications, achieved the highest average of Low-cost strategies, including installment-based student loan systems, had the highest average of Strategies focusing on specific groups, such as managing campus traffic, achieved an average of .Integration strategies, where teachers support students' studies, scored an average of Modern management practices, including planning, teaching arrangements,

The study highlights the importance of differentiation in curriculum design, quality teaching, and modern facilities. Fast and effective management systems, coupled with responsive service, play a critical role in creating competitive advantages.

Keywords: Competitive strategies, modern management, service quality, competitive advantage, private university

บทนำ

สังคมไทยในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ได้ผลกระทบมาจากวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของ COVID – 19 ซึ่งทำให้เศรษฐกิจไทยมีการชะลอตัวลงมาก ทำให้ประชาชนใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง อัตราการเกิดของประชากรก็ลดลง หลายคนเชื่อว่าเรื่องเงินเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ไม่ยอมมีลูก อยากมุ่งไปทำงาน อยากประสบความสำเร็จในชีวิตของตัวเองมากกว่า เกิดมาในโลกที่มีการเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีได้สำรวจ พบว่า อัตราการที่ผู้หญิงให้กำเนิดเด็กลดลงถึง 15% ในช่วงปี 2007-2012 ประเทศไทยเคยมีการสำรวจพบว่าอัตราการเกิดลดน้อยลงอย่างมาก และมีแนวโน้มลดลงในทุก ๆ ปี ผลสำรวจออกมาชี้ว่า ตั้งแต่ปัญหาเศรษฐกิจหลายคนก็เริ่มกังวลและชะลอเวลาที่จะมีลูก แล้วพอมาเจอกับโควิดอีก เศรษฐกิจทั่วโลกต่างพังทลาย หลายคนกลัวปัญหาด้านการเงิน จนไม่กล้าจะสร้างครอบครัวขึ้นมาใหม่ บางคนถึงขั้นพวกเขาจะไม่มีลูกเลยหากสถานการณ์ยังเป็นแบบนี้สาเหตุที่ทำให้พวกเขาไม่ยอมมีลูก ผลสำรวจออกมามีความน่าสนใจอย่างมาก แบ่งได้ 7 เหตุผลดังนี้

1.เด็กต้องใช้เงินในการเลี้ยงดู สิ่งนี้มาพร้อมด้วยราคาที่ต้องจ่าย ไม่ว่าจะเป็น ค่ารักษาพยาบาล ค่าชุด ค่าเล่าเรียน ค่าอาหาร ค่าของเล่น ค่าของใช้ ทำให้สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้หลายคนไม่อยากมีลูก โดยเฉพาะช่วงเศรษฐกิจแบบนี้ด้วย

2.กลัวเรื่องปัญหาสุขภาพจิต ท่ามกลางปัญหาที่เกิดขึ้นมากมาย ทำให้จำนวนผู้ที่ป่วยทางสุขภาพจิต เช่น โรคซึมเศร้าสูงขึ้นทุกปี ผู้ที่ป่วยเป็นซึมเศร้าหรือมีอาการป่วยเกี่ยวกับจิตหลายคนกล่าวว่า พวกเขากลัวที่จะมีลูก เพราะลูกอาจจะต้องเจอปัญหาแย่ๆเช่นเดียวกับพวกเขา

3.การเพิ่มขึ้นของประชากรที่เกินควบคุมถึงแม้อัตราการเกิดจะลดน้อยลง หลายคนจึงตัดสินใจไม่มีลูกเพื่อลดปัญหาที่เกิดขึ้นไปเลย ส่งผลให้หลายประเทศหันมาให้ความสำคัญและทบทวนเกี่ยวกับการจัดการศึกษาอย่างจริงจัง เพื่อเป้าหมายในการพัฒนากำลังคนให้มีความสามารถที่จะพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมให้ก้าวหน้าสู่โลกในยุคศตวรรษใหม่ หลายในประเทศในโลกต่างกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศของตน

ในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย การศึกษายังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันอุดมศึกษายังคงต้องเป็นคลังความรู้ และสถานที่บ่มเพาะประสบการณ์ให้แก่เยาวชนของชาติแต่ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มหาวิทยาลัยไทยกำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้อาจจะทำให้มหาวิทยาลัยบางแห่งอาจถึงวาระที่ต้องปิดตัวลงมหาวิทยาลัยของรัฐบาลอาจได้เปรียบในเรื่องของเงินทุนสนับสนุนสถานที่ และชื่อเสียงในขณะที่มหาวิทยาลัยเอกชนที่นอกจากต้องหาและจัดสรรเงินทุนด้วยตนเอง ให้ตระหนักและเห็นความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ของสถาบัน ด้วยการประชาสัมพันธ์ในเรื่องต่อไปนี้

ดังนั้น มหาวิทยาลัยเอกชนหรือสถาบันการศึกษาเอกชน มีความจำเป็นต้องสร้างจุดยืน เอกลักษณ์ของตนเอง ประกอบกับ การสร้างทัศนคติเชิงบวกและกลยุทธ์ในการใช้พนักงานฝ่ายการตลาดให้เป็นผู้ขายเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์ แนะนำให้คำปรึกษาในการเข้าเรียนตามหลักสูตรที่เปิดในสถาบันตลอดจนเป็นผู้เข้าถึงกลุ่มผู้เรียนที่สนใจที่จะเข้ารับการศึกษาค้นคว้าให้ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง การสร้างภาพลักษณ์ของสถานศึกษา การสร้างภาพลักษณ์ด้านการบริการของสถานศึกษา การสร้างภาพลักษณ์ด้านผู้เรียน หลักสูตร และแนวทางการสอน การสร้างภาพลักษณ์ด้านบุคลากร เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธอันดี

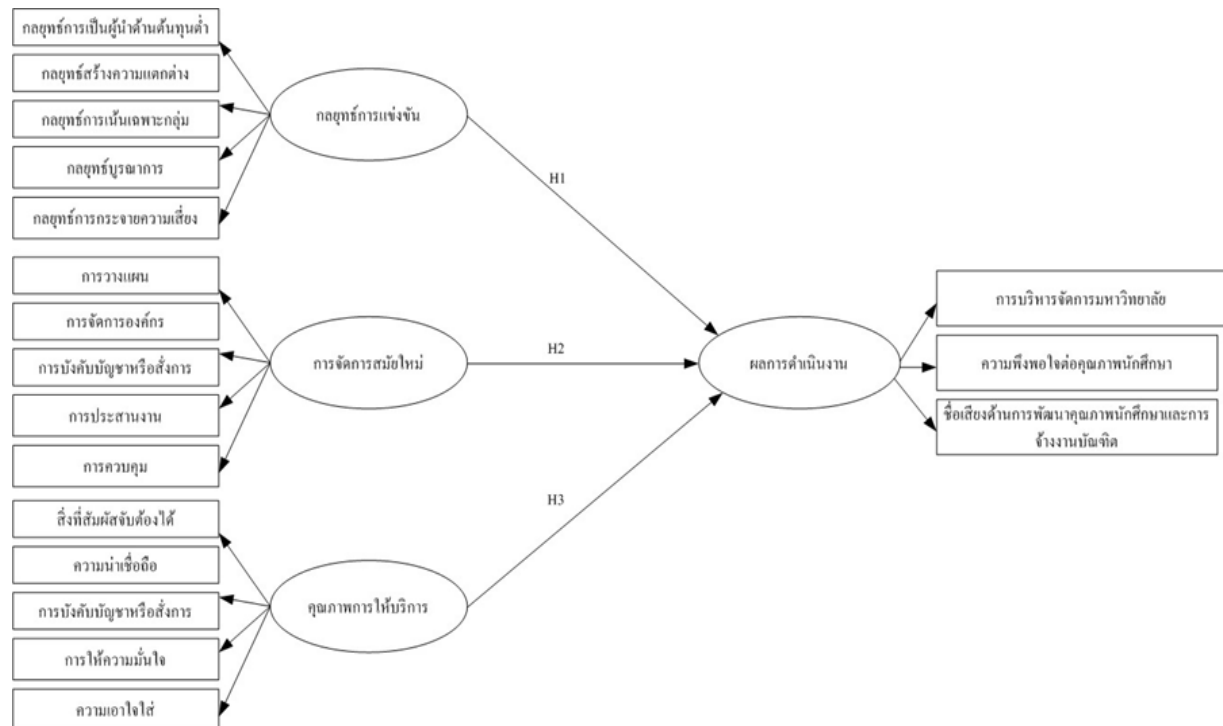
จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงปรับตัวมาเป็น ธุรกิจการศึกษา ต้องมีการใช้กลยุทธ์ช่วยในการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อป้องกันความสับสนของผู้รับสาร หากเป้าหมายทางการตลาดไม่มีความชัดเจน จะทำให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ทำให้เสียเวลาในการแก้ไขและสิ้นเปลืองงบประมาณเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสนใจ ในการศึกษาและกลยุทธ์ที่ถูกต้องเหมาะสมจากสภาพปัญหาและความเป็นมาข้างต้นการศึกษาการใช้กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่ละองค์ประกอบสามารถนำไปพัฒนามหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อความอยู่รอด สร้างความโดดเด่น มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักและ

บริหารธุรกิจได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ การใช้กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงมีความจำเป็นมุ่งสู่ประโยชน์เพื่อหากลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยเอกชนในปริมาณที่เพิ่มขึ้นและเพื่อสร้างความพึงพอใจในด้านคุณภาพของนักศึกษา รวมถึงการศึกษากลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารมหาวิทยาลัยเอกชนเพื่อความอยู่รอดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategies) ต่อ ผลการดำเนินงาน (Performance Results) ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการสมัยใหม่ (Modern Management) ต่อ ผลการดำเนินงาน (Performance Results) ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ต่อ ผลการดำเนินงาน (Performance Results) ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน การจัดการสมัยใหม่ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อ ผลการดำเนินงาน ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวความคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

สุ่มจากประชากรตามกลุ่มตัวอย่างจากตารางการประมาณขนาดตัวอย่างของเครชชีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ตัวอย่างที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage random sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 24 แห่ง โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง ออกมาทั้งหมด 7 แห่ง

1.ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน ที่ดำรงตำแหน่งรองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี /ผู้อำนวยการ/หัวหน้าฝ่าย /หัวหน้างาน /อาจารย์ผู้สอน/อาจารย์สอนในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/และบุคลากรทางการศึกษาฝ่ายบริหารในมหาวิทยาลัยเอกชน

2.ผู้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบด้วย กรุงเทพ ปทุมธานี นนทบุรี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ คณะผู้บริหารและนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน **กลุ่มตัวอย่าง** ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย สุ่มจากประชากรตามกลุ่มตัวอย่างจากตารางการประมาณขนาดตัวอย่างของเครชชีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ตัวอย่างที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage random sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1.กลุ่มตัวอย่างมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 24 แห่ง โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจง ออกมาทั้งหมด 7 แห่ง

2.ผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ได้แก่ บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน ที่ดำรงตำแหน่งรองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี /ผู้อำนวยการ/หัวหน้าฝ่าย /หัวหน้างาน /อาจารย์ผู้สอน/อาจารย์สอนในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/และบุคลากรทางการศึกษาฝ่ายบริหารในมหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยละ 3 ท่าน จำนวน 7 แห่ง รวมเป็นทั้งสิ้น 21 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสอบถามโดยอาศัยโครงสร้างแนวความคิดของ กลยุทธ์การแข่งขันของพอร์เตอร์ (Porter's Competitive Strategies) มาสร้างแบบสอบถามกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชน ประกอบด้วย กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ กลยุทธ์มุ่งเน้นตลาด กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การร่วมมือกันเพื่อความเข้าใจเป็นพื้นฐานเบื้องต้น ในการนำมาสร้างเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In dept Interview) โดยการเก็บข้อมูลที่ต้องการจากแหล่งข้อมูลบุคคลที่เลือกสรรแล้ว เป็นผู้ที่ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อการบริหารธุรกิจสถาบันอุดมศึกษาเอกชนเป็นอย่างดี (Key informant) โดยการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารธุรกิจสถาบันอุดมศึกษา ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผู้บริหารมหาวิทยาลัยเอกชน หมายถึง บุคลากรในมหาวิทยาลัยเอกชน ที่ดำรงตำแหน่งรองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี /ผู้อำนวยการ/หัวหน้าฝ่าย /

หัวหน้างาน /อาจารย์ผู้สอน/อาจารย์สอนในสาขาวิชาบริหารธุรกิจ/และบุคลากรทางการศึกษาฝ่ายบริหารในมหาวิทยาลัยเอกชน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำเครื่องมือ ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ ดังนี้ผลการวิเคราะห์ ได้ ค่า IOC = .80 ซึ่งสูงกว่าสูงกว่า 0.5 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ การหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือที่สร้างขึ้นนี้ นอกจากตรงประเด็นและครอบคลุมตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงความเชื่อถือได้ โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของ ครอนบาค หรือ Cronbach's Alfa Coefficient กับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อหาความน่าเชื่อถือด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

ผลการวิจัย

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.05, S.D.= .695 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์ สร้างความแตกต่างมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ย = 4.12, S.D.= .985 รองลงมาคือด้านกลยุทธ์บูรณาการ ค่าเฉลี่ย= 4.11, S.D.= .926 และด้านกลยุทธ์การเน้นเฉพาะกลุ่มมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย= 3.90, S.D.= 1.040 พบว่า การจัดการสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย = 4.24, S.D.= .444 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การประสานงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D.= .487 รองลงมาคือการจัดองค์กร ค่าเฉลี่ย= 4.42, S.D.= .666 และการบังคับบัญชาหรือการสั่งการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.95, S.D.= .540

พบว่า ผลการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือวัดสำหรับตัวแปรทั้งสิ้น ได้แก่ กลยุทธ์การแข่งขัน การจัดการสมัยใหม่ คุณภาพการให้บริการ และผลการดำเนินงาน แสดงให้เห็นถึงคุณภาพที่ดีเยี่ยมในทุกด้านของการประเมิน

ค่า Cronbach's Alpha ของทุกตัวแปรอยู่ในระดับสูงมาก โดยมีค่าระหว่าง 0.880 ถึง 0.895 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (0.7) อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรผลการดำเนินงานมีค่าสูงสุดที่ 0.895 รองลงมา คือ คุณภาพการให้บริการที่ 0.886 ส่วนกลยุทธ์การแข่งขันและการจัดการสมัยใหม่มีค่าเท่ากันที่ 0.880 ผลลัพธ์นี้แสดงถึงความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในแต่ละตัวแปรที่สูงมาก

การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability) ทั้งค่า rho_a และ rho_c ให้ผลที่สอดคล้องกันและอยู่ในระดับที่ดีเยี่ยม โดยมีค่าระหว่าง 0.886 ถึง 0.935 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.7) อย่างมาก ตัวแปรผลการดำเนินงานมีค่า rho_c สูงสุดที่ 0.935 ในขณะที่คุณภาพการให้บริการมีค่า rho_a สูงสุดที่ 0.904 ผลลัพธ์นี้ยืนยันถึงความน่าเชื่อถือที่สูงมากของตัวแปรแฝงในโมเดลการวัด

ในด้านความเที่ยงตรงเชิงลู่เข้า ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted AVE) ของทุกตัวแปรมีค่าสูงกว่า 0.5 ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ยอมรับได้ โดยมีค่าระหว่าง 0.678 ถึง 0.827 ตัวแปรผลการดำเนินงานมีค่า AVE สูงสุดที่ 0.827 รองลงมาคือคุณภาพการให้บริการที่ 0.690 ส่วนกลยุทธ์การแข่งขันและการจัดการสมัยใหม่มีค่าใกล้เคียงกันที่ 0.680 และ 0.678 ตามลำดับ ผลลัพธ์นี้แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงได้ดี

สรุป ผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดที่ใช้ในการศึกษานี้มีคุณภาพสูงมากในทุกด้าน ทั้งความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง ซึ่งเป็นพื้นฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการวิเคราะห์ขั้นสูงต่อไป ความสอดคล้องของผลลัพธ์จากวิธีการวัดที่หลากหลายยิ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลการวิจัยโดยรวม ทำให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้จากการวัดมีคุณภาพสูงและเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์และตีความผลการวิจัยในขั้นต่อไป

อภิปรายผล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 64.30 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 ปี – 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.30 และส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 35.40

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่างอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านกลยุทธ์บูรณาการอยู่ในระดับ และด้านกลยุทธ์การเน้นเฉพาะอยู่ในระดับมากเช่นกันมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด การจัดการสมัยใหม่ของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือการจัดองค์กรอยู่ในระดับมาก และการบังคับบัญชาหรือการสั่งการอยู่ในระดับมากเช่นกันมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

คุณภาพการให้บริการของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือความมั่นใจอยู่ในระดับมาก และการตอบสนองต่อความต้องการอยู่ในระดับมากเช่นกันมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียงด้านการพัฒนาคุณภาพนักศึกษา รวมถึงการจ้างงานบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาในสาขาของตนสำเร็จอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ มหาวิทยาลัยบริหารและจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐานของการศึกษาอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของนักศึกษาต่อโปรแกรมการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวก และประสบการณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การแข่งขันส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.267 ที่ระดับ

นัยสำคัญ $p < 0.001$ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อย พบว่ากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.874 รองลงมาคือกลยุทธ์การเน้นเฉพาะกลุ่มที่ 0.871 ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ระบุว่า การสร้างความแตกต่างและการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มเป็นกลยุทธ์สำคัญในการดึงดูดนักศึกษาและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับมหาวิทยาลัย โดยมีการดำเนินการในหลายรูปแบบ เช่น การทำความร่วมมือ (MOU) กับสถาบันการศึกษาอื่น การพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการตลาดแรงงาน การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้กลยุทธ์การบอกต่อ (Word of Mouth) และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษาปัจจุบันมีส่วนสำคัญในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาใหม่ การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้มหาวิทยาลัยเอกชนสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและประสบความสำเร็จในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการสมัยใหม่ต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดการสมัยใหม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.230 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ การวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า การบังคับบัญชาและการประสานงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.863 และ 0.862 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้อง พบว่าการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการและการเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารงานช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรและการดำเนินงานโดยรวม แนวทางสำคัญประกอบด้วยการพัฒนากระบวนการจัดการแบบออนไลน์ การปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การจัดการสมัยใหม่ยังรวมถึงการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ การพัฒนาระบบการเรียนการสอนแบบผสมผสาน และการสร้างช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบเชิงบวกสูงสุดต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.411 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ ด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.900 ตามด้วยการตอบสนองต่อความต้องการที่ 0.893 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกยืนยันว่าการดูแลนักศึกษาอย่างใกล้ชิดและการให้คำปรึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อสถาบัน การให้บริการที่มีคุณภาพครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ การให้บริการด้านวิชาการ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา การให้คำปรึกษาด้านอาชีพ และการช่วยเหลือด้านการเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่าการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักศึกษาผ่านการให้บริการที่มีคุณภาพส่งผลโดยตรงต่อการบอกต่อและการแนะนำมหาวิทยาลัยให้กับผู้อื่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยทั้งสามที่มีต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้งสามด้านมีความสัมพันธ์ร่วมกันเชิงบวกและสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ถึงร้อยละ

ละ 73.2 (R-Square = 0.732) โดยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.411$) รองลงมาคือกลยุทธ์การแข่งขัน ($\beta = 0.267$) และการจัดการสมัยใหม่ ($\beta = 0.230$) ตามลำดับ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกยืนยันว่าการบูรณาการปัจจัยทั้งสามด้านอย่างสมดุลจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและทำให้มหาวิทยาลัยสามารถปรับตัวได้ดีในสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การผสมผสานระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันที่ชัดเจน การจัดการสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพ และการให้บริการที่มีคุณภาพสูงจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีและความยั่งยืนของมหาวิทยาลัยเอกชนในระยะยาว

คำถามงานวิจัยข้อที่ 1 กลยุทธ์การแข่งขันมีผลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร? ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การแข่งขันส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.267 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของกลยุทธ์การแข่งขัน พบว่าการสร้างความแตกต่างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.874 รองลงมาคือกลยุทธ์การเน้นเฉพาะกลุ่มที่ 0.871 และกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงที่ 0.831 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ามหาวิทยาลัยเอกชนใช้กลยุทธ์การแข่งขันหลายรูปแบบ ได้แก่ การสร้างความแตกต่างผ่านการพัฒนาหลักสูตรที่โดดเด่นและตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน การจัดหาอาจารย์ที่มีคุณวุฒิและประสบการณ์สูง การลงทุนในเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังมีการทำความร่วมมือ (MOU) กับสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ และการสร้างเครือข่ายกับภาคเอกชนเพื่อเพิ่มโอกาสในการฝึกงานและการจ้างงานของบัณฑิต ด้านการเน้นเฉพาะกลุ่ม มหาวิทยาลัยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น กลุ่มนักเรียนมัธยมปลาย กลุ่มคนทำงาน หรือกลุ่มที่สนใจสาขาวิชาเฉพาะทาง และพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่ม สำหรับการกระจายความเสี่ยง มีการดำเนินการในรูปแบบต่างๆ เช่น การเปิดหลักสูตรที่หลากหลาย การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น และการสร้างรายได้จากแหล่งอื่นนอกเหนือจากค่าเล่าเรียน นอกจากนี้ ยังพบว่าการใช้กลยุทธ์การบอกต่อ (Word of Mouth) และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักศึกษาปัจจุบันมีส่วนสำคัญในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาใหม่ มหาวิทยาลัยที่ประสบความสำเร็จมักจะมีการผสมผสานกลยุทธ์ต่างๆ อย่างสมดุล และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่เปลี่ยนแปลงไป

คำถามงานวิจัยข้อที่ 2 การจัดการสมัยใหม่มีผลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร? ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าการจัดการสมัยใหม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.230 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่าการบังคับบัญชาและการประสานงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.863 และ 0.862 ตามลำดับ รองลงมาคือการจัดองค์การที่ 0.843 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ามหาวิทยาลัยเอกชนได้นำแนวทางการจัดการสมัยใหม่มาใช้หลายรูปแบบ โดยเฉพาะการปรับตัวในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่ต้องพัฒนาระบบการเรียนการสอนแบบผสมผสาน (Hybrid Learning) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการ และการพัฒนาระบบการให้บริการแบบออนไลน์ ด้านการบริหารจัดการ มีการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น การลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อน และการนำ

ระบบเทคโนโลยีมาช่วยในการประสานงานระหว่างหน่วยงาน นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาระบบการให้บริการแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการแก่นักศึกษา การพัฒนาบุคลากรเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของการจัดการสมัยใหม่ โดยมีการ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษาและผลการดำเนินงานโดยรวมของมหาวิทยาลัยจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี การสอนออนไลน์ และการให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ มีการสร้างระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และการให้รางวัลใจตามผลงาน ด้านการสื่อสาร มหาวิทยาลัยได้พัฒนาช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับนักศึกษา รวมถึงการพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อการตัดสินใจที่รวดเร็วและแม่นยำ ผลการวิจัยยังพบว่าการจัดการสมัยใหม่ที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มคล่องตัวในการดำเนินงาน ลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพการให้บริการ

คำถามงานวิจัยข้อที่ 3 คุณภาพการให้บริการมีผลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร? ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบเชิงบวกสูงสุดต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.411 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ พบว่าด้านความน่าเชื่อถือของการให้บริการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดที่ 0.900 รองลงมาคือการตอบสนองต่อความต้องการที่ 0.893 และการให้ความมั่นใจที่ 0.825 จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าคุณภาพการให้บริการครอบคลุมหลายมิติ ได้แก่ การให้บริการด้านวิชาการ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนกิจกรรมนักศึกษา การให้คำปรึกษาด้านอาชีพ และการช่วยเหลือด้านการเงิน โดยมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับการดูแลนักศึกษาอย่างใกล้ชิดและการให้คำปรึกษาที่มีคุณภาพ ด้านการให้บริการวิชาการ มีการพัฒนาระบบการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ การจัดหาอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญ การพัฒนาสื่อการเรียนการสอนที่ทันสมัย และการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่เน้นการพัฒนาทักษะวิชาชีพ นอกจากนี้ ยังมีการสร้างเครือข่ายกับสถานประกอบการเพื่อเพิ่มโอกาสในการฝึกงานและการจ้างงาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มหาวิทยาลัยลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อุปกรณ์การเรียนการสอน ห้องปฏิบัติการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ การสนับสนุนด้านการเงินเป็นอีกหนึ่งบริการสำคัญ โดยมีการจัดระบบทุนการศึกษา การผ่อนชำระค่าเล่าเรียน และการให้คำปรึกษาด้านการวางแผนการเงิน นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาระบบการชำระเงินออนไลน์เพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับนักศึกษา ผลการวิจัยยังพบว่าคุณภาพการให้บริการที่ดีส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักศึกษา การบอกต่อ และการแนะนำมหาวิทยาลัยให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาและสร้างความยั่งยืนให้กับมหาวิทยาลัย

คำถามงานวิจัยข้อที่ 4 ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างกลยุทธ์การแข่งขัน การจัดการสมัยใหม่ และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอย่างไร? จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง พบว่าปัจจัยทั้งสามด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันในเชิงบวกและมีอิทธิพลร่วมกันต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน โดยสามารถอธิบาย

ความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ถึงร้อยละ 73.2 ($R\text{-Square} = 0.732$) เมื่อพิจารณาอิทธิพลของแต่ละปัจจัย พบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลสูงสุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (β) เท่ากับ 0.411 รองลงมาคือกลยุทธ์การแข่งขันที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.267 และการจัดการสมัยใหม่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.230 ตามลำดับ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกยืนยันว่าการบูรณาการปัจจัยทั้งสามด้านเข้าด้วยกันอย่างสมดุลเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมหาวิทยาลัยที่ประสบความสำเร็จมักมีการเชื่อมโยงกลยุทธ์และการดำเนินงานในด้านต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น การพัฒนาหลักสูตรที่โดดเด่นควบคู่ไปกับการให้บริการที่มีคุณภาพ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ และการปรับโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การแข่งขัน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้งสามมีลักษณะเสริมแรงซึ่งกันและกัน กล่าวคือ การพัฒนาปัจจัยหนึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของปัจจัยอื่นๆ ด้วย เช่น การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการ แต่ยังเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันด้วย ในทำนองเดียวกัน การมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์การแข่งขันและการให้บริการที่มีคุณภาพ การบูรณาการปัจจัยทั้งสามด้านยังช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัวของมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหรือเกิดวิกฤตการณ์ เช่น ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่มหาวิทยาลัยต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอนและการให้บริการอย่างรวดเร็ว มหาวิทยาลัยที่มีการบูรณาการปัจจัยทั้งสามด้านอย่างมีประสิทธิภาพสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ดีกว่าและสามารถรักษาคุณภาพการศึกษาไว้ได้

สรุปผล

การอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชน" สามารถอภิปรายประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. **ด้านกลยุทธ์การแข่งขัน** กลยุทธ์การแข่งขันมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ($\beta = 0.267, p < 0.001$) โดยกลยุทธ์สร้างความแตกต่างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.874) แสดงให้เห็นว่าในบริบทของการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนในประเทศไทย การสร้างความแตกต่างด้านหลักสูตร คุณภาพการสอน และสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญมากกว่ากลยุทธ์ด้านต้นทุน ซึ่งต่างจากในประเทศจีนและอินเดียที่กลยุทธ์ด้านต้นทุนมีความสำคัญมากกว่า เนื่องจากขนาดตลาดและกำลังซื้อที่ต่างกัน (Kitcharoen, 2004) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีความสำคัญที่สุดในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในหลายประเทศ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีการพัฒนาคุณภาพของหลักสูตรและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยมีลักษณะสอดคล้องกับแนวทางนี้ โดยเน้นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวและการให้บริการที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในขณะที่ประเทศอย่างจีนและอินเดียเน้นการแข่งขันด้านต้นทุนต่ำ มหาวิทยาลัยในประเทศไทยเน้นที่การสร้างแตกต่างเป็นหลัก โดยให้

ความสำคัญกับคุณภาพของการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าการแข่งขันด้านต้นทุน เนื่องจากกำลังซื้อและความต้องการของผู้เรียนที่แตกต่างกัน (Lisnawati & Gunarto, 2021)

2. ด้านการจัดการสมัยใหม่ การจัดการสมัยใหม่มีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ($\beta = 0.230$, $p < 0.001$) โดยการบังคับบัญชาและการประสานงานมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.863) แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างการบริหารและระบบการประสานงานที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ (Sooksai, 2018) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการจัดการสมัยใหม่ในมหาวิทยาลัยทั่วโลก ที่เน้นการสื่อสารและประสานงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการทำงานและการตัดสินใจ อย่างในยุโรป การปรับโครงสร้างการบริหารให้มีความยืดหยุ่นสามารถช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว ในบริบทของประเทศไทย มหาวิทยาลัยเอกชนให้ความสำคัญกับการบังคับบัญชาและการประสานงานภายในองค์กรมากกว่าการวางแผนระยะยาว ซึ่งแตกต่างจากมหาวิทยาลัยในยุโรปและสหรัฐอเมริกาที่มักเน้นการวางแผนเชิงกลยุทธ์ระยะยาวเป็นหลัก (Sooksai, 2018)

3. ด้านคุณภาพการให้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานสูงสุด ($\beta = 0.411$, $p < 0.001$) โดยการตอบสนองต่อความต้องการมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุด (0.900) แสดงให้เห็นว่าในยุคที่มีการแข่งขันสูง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด (Plungpongpan et al., 2015) การตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษาในบริบทดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญสำหรับมหาวิทยาลัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุคที่นักศึกษามีความคาดหวังสูงต่อการปรับตัวและการให้บริการที่ยืดหยุ่นของสถาบันการศึกษา ในมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยเน้นการตอบสนองความต้องการของนักศึกษาเป็นสำคัญ ขณะที่มหาวิทยาลัยในประเทศเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ กลับให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของการบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมากกว่า (Buranakul et al., 2016)

4. ความสัมพันธ์ร่วมกันของปัจจัย ทั้งสามปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 73.2 แสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของมหาวิทยาลัยเอกชนต้องอาศัยการบูรณาการปัจจัยหลายด้านเข้าด้วยกัน (Insee & Suttipun, 2023) การบูรณาการกลยุทธ์การแข่งขัน การจัดการสมัยใหม่ และคุณภาพการให้บริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับผลการวิจัยในหลายประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา ที่แสดงให้เห็นว่าการทำงานร่วมกันของปัจจัยเหล่านี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและความสำเร็จของมหาวิทยาลัยได้ อย่างไรก็ตาม ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกาและยุโรป นวัตกรรมและการวิจัยมักเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ขณะที่ในประเทศไทย คุณภาพการให้บริการและการจัดการที่มีประสิทธิภาพยังคงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงกว่าการเน้นที่นวัตกรรมและการวิจัย (Insee & Suttipun, 2023)

ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของมหาวิทยาลัยเอกชนไทยมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากประเทศอื่น โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ การสร้างความแตกต่าง

และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการแข่งขันด้านต้นทุนหรือการวิจัย ซึ่งสะท้อนถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และระดับการพัฒนาของระบบอุดมศึกษาที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

มหาวิทยาลัยเอกชนเป็นองค์กรการศึกษาที่ต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความต้องการของนักศึกษา และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากมหาวิทยาลัยทั้งในและต่างประเทศ การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่มหาวิทยาลัยเอกชนต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง การกำหนดนโยบายที่เหมาะสมจะช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1 นโยบายการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ

คณะผู้บริหารระดับสูงของมหาวิทยาลัยเอกชนควรกำหนดนโยบายที่เน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการในทุกภาคส่วน โดยเฉพาะฝ่ายวิชาการที่เป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการการศึกษา มหาวิทยาลัยควรมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนให้มีความเป็นเลิศ และมีการปรับใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ากับการเรียนการสอน เช่น การใช้สื่อการสอนออนไลน์ แพลตฟอร์มการเรียนรู้แบบเสมือนจริง (Virtual Learning) และการเรียนรู้ผ่านระบบดิจิทัล นโยบายเหล่านี้จะช่วยช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักศึกษายุคใหม่ที่มีความคาดหวังสูงขึ้นเกี่ยวกับประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณภาพและทันสมัย

1.2 นโยบายการสนับสนุนด้านการให้คำปรึกษาและการบริการนักศึกษา

ฝ่ายกิจการนักศึกษาควรพัฒนานโยบายการให้คำปรึกษาและการสนับสนุนแก่นักศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจร เพื่อให้นักศึกษาสามารถรับบริการต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว หนึ่งในแนวทางที่มีประสิทธิภาพคือการสร้างระบบให้คำปรึกษาแบบ One-Stop Service ซึ่งนักศึกษาสามารถเข้าถึงบริการด้านการศึกษา การให้คำปรึกษาด้านอาชีพ และการบริการต่างๆ ได้ในจุดเดียว การให้บริการแบบนี้จะช่วยลดความซับซ้อนในกระบวนการติดต่อระหว่างนักศึกษาและหน่วยงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ การสนับสนุนการพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีของเจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากจะช่วยเพิ่มความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135.



- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Insee, N., & Suttipun, M. (2023). Spending advantage and firm performance in Thailand: An empirical study of listed firms. *Asian Journal of Business Research*, 13(2), 36-48.
- Kingoo, R. N. (2014). Determinants of competitive advantage among private universities in Kenya (Ph.D.). St. Paul's University. <https://ir-library.ku.ac.ke/handle/123456789/10159>
- Kitcharoen, K. (2004). The importance-performance analysis of service quality in administrative departments of private universities. *ABAC Journal*, 24(3), 20-46.
- Kotler, P. (1995). *Marketing management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall. Meyer Research Center by POPAL.
- Kotler, P. (1999). *Marketing management* (9th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kroll, M. (1999). The contribution of product quality to competitive advantage: Impacts on systematic variance and unexplained variance in returns. *Strategic Management Journal*.
- Lisnawati, T., & Gunarto, H. (2021). The influence of uniqueness resources and competitive advantage towards business performance of SMEs. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 45-57.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2004). *Services marketing: People, technology, strategy*. Upper Saddle River, N.J.: Pearson/Prentice Hall.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Plungpongpan, J., Tiangsoongnern, L., & Speece, M. (2015). University social responsibility and brand image of private universities in Bangkok. *International Journal of Business and Management*, 10(4), 1-8.
- Reimann, B. C., & Reichert, A. (1996). Portfolio planning methods for strategic capital allocation: A survey of Fortune 500 firms. *International Journal of Management* (March).