

รายงาน ผลการดำเนินงาน ปี 2568



ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

บทสรุปผู้บริหาร

ตามที่สภาวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีได้มีมติให้จัดตั้งศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (Center for Strategy and Enterprise Competitiveness หรือ STECO) เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2562 ภายใต้สำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สวท.) โดยปีงบประมาณ 2568 บุคลากรของ STECO และเครือข่ายวิชาการได้ร่วมกันสร้างผลงานสำคัญในมิติต่างๆ ได้แก่

1) การดำเนินงานด้านให้คำปรึกษา จำนวน 4 โครงการ

2) ด้านฝึกอบรม ประกอบด้วย Public Training จำนวน 4 หลักสูตร และ In-House Training

จำนวน 5 โครงการ

3) ด้านวิชาการ ประกอบด้วย วารสารวิจัย จำนวน 3 ฉบับ และเผยแพร่บทความวิจัย จำนวน 2 เรื่อง และโครงการวิจัย 2 เรื่อง

4) พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการบริษัท อัมพลพุดส์ โพรเซสซิง จำกัด

ซึ่งได้รวบรวมไว้ในรายงานประจำปี 2568 เล่มนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารมหาวิทยาลัย ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจทั่วไป

สารบัญ

หน้า

บทสรุปผู้บริหาร	3
สารบัญ.....	4
ส่วนที่ 1 ข้อมูลองค์กร	5
ส่วนที่ 2 การดำเนินงานให้คำปรึกษา	8
2.1 โครงการระบบการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Management) ปีงบประมาณ 2568	8
2.2 โครงการระบบการประเมินและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรรายบุคคล (Competency) ปีงบประมาณ 2568.....	9
2.3 โครงการจัดกิจกรรมขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ ประจำปี 2568	10
2.4 โครงการพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้าน (Camping and Recreational Vehicle Parks).....	13
ส่วนที่ 3 การดำเนินงานฝึกอบรม.....	15
3.1 Public Training.....	15
3.2 In-House Training.....	18
ส่วนที่ 4 การดำเนินงานด้านวิชาการ	22
4.1 วารสารวิจัย	22
4.2 บทความวิจัย	25
4.3 โครงการวิจัย.....	27
ส่วนที่ 5 พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ.....	29

ส่วนที่ 1 ข้อมูลองค์กร

วิสัยทัศน์

มุ่งเป็นผู้นำระดับแนวหน้าในการบูรณาการความยั่งยืน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร จุดประกายนวัตกรรม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Vision

To be the foremost leader in integrating sustainability to enhance enterprise resilience, innovation, and competitive advantage

พันธกิจ

1. วิจัย พัฒนา และส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมและองค์ความรู้ด้านความยั่งยืน เพื่อบูรณาการเป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรอย่างยั่งยืน
2. ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาเชิงกลยุทธ์ด้านความยั่งยืนแบบบูรณาการ เพื่อสนับสนุนให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและสร้างมูลค่าร่วม (Shared Value) ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรม
3. พัฒนาทุนมนุษย์ให้มีองค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะ ในการน้อมนำแนวคิดความยั่งยืน มาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ และต่อเนื่อง

Mission

1. Conduct research, develop, and promote innovation and knowledge in sustainability to integrate them as key strategies for enhancing organizational competitiveness in a sustainable manner.
2. Serve as a strategic advisor on integrated sustainability strategies to support organizations in transforming their business models and creating shared value that drives tangible competitive advantages.
3. Develop human capital with the knowledge, competencies, and skills to leverage sustainability as a driving force for achieving effective and sustained competitive advantage.

โครงสร้างองค์กร



คุณสนั่น อังอุบลกุล
ที่ปรึกษา



คุณชาญศิลป์ ตรีนุชกร
ที่ปรึกษา



รศ.ดร.พาสีธี หล่อธีรพงศ์
ที่ปรึกษา



ผศ.ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ
หัวหน้าศูนย์



นางสาวเวทยา ฝៃใจดี
นักวิจัย



นางสาวลักษิกา โปธาสินธุ์
ผู้ช่วยนักวิจัย



นางสาวกวิตา ชูไชย
นักบริหารงานทั่วไป



นางสาวชลธิชา มหาเทียน
นักบริหารงานทั่วไป



นางสาวจิราภรณ์ กวดนอก
นักบริการการศึกษา

เครือข่ายวิชาการ



รศ.ดร.อำพล การุณสุนทวงศ์
ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการจัดการขนส่ง



ผศ.ดร.พรรษา เอกพรประสิทธิ์
ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการสื่อสารองค์กร, เทคนิคการ
เป็นวิทยากร



ผศ.รังสรรค์ เกียรติภานนท์
ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการจัดการนวัตกรรม,
แบบจำลองธุรกิจ, การจัดการ
เทคโนโลยีสารสนเทศ



ผศ. .สุขยีน เทพทอง
ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์,
การจัดการองค์กร, การบริหาร
ทรัพยากรบุคคล, ภาวะผู้นำ



อาจารย์ชนิกันต์ กมลสุข
ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการจัดการโลจิสติกส์และ
ซัพพลายเชน, การวิจัยดำเนินการ



คุณยศสิรี หล่อพิพัฒน์
ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงิน

ส่วนที่ 2 การดำเนินงานให้คำปรึกษา

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO) ได้ดำเนินโครงการให้ปรึกษาแก่องค์กรต่าง ๆ 4 โครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 โครงการระบบการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Management) ปีงบประมาณ 2568

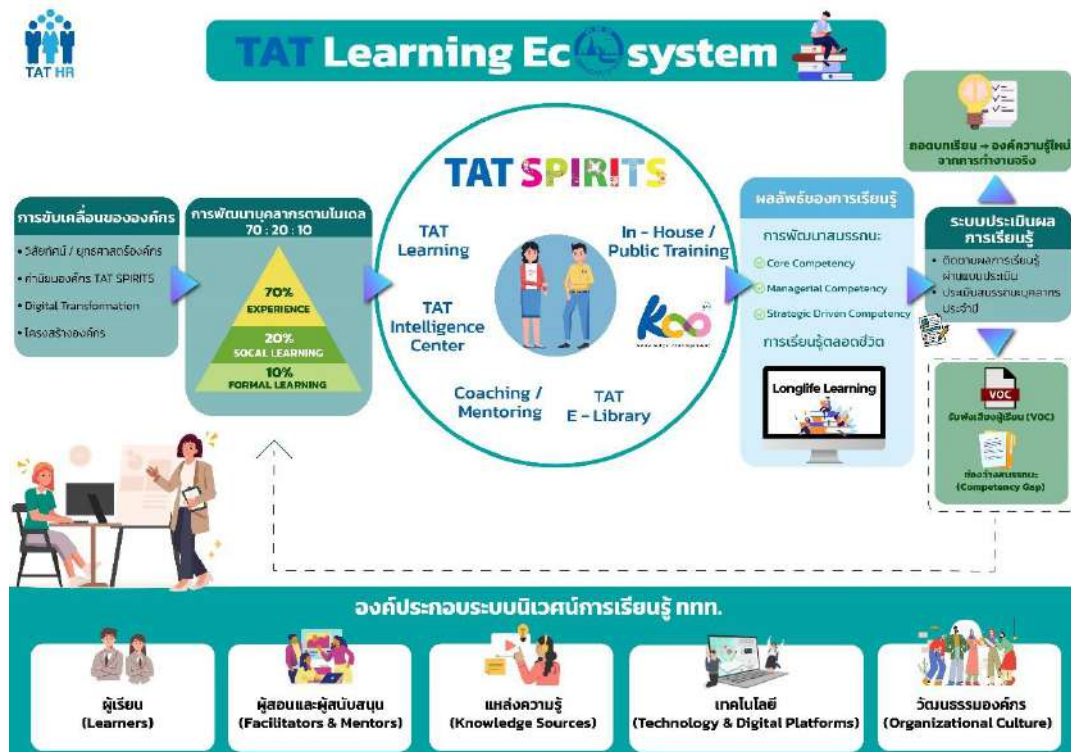


ภาพที่ 2.1 บรรยากาศการดำเนินโครงการระบบการสืบทอดตำแหน่ง

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ดำเนินโครงการระบบการสืบทอดตำแหน่ง (Succession Management) ปีงบประมาณ 2568 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาและผลลัพธ์ของโครงการ ได้ดำเนินการทบทวนข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนวิสาหกิจการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568-2570) แผนบริหารและพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคล ททท. พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568-2570) ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานของ ททท. ผลการประเมินองค์กรด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์โครงการ คือการบริหารระบบการสืบทอดตำแหน่งได้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนา และเตรียมความพร้อมในการสร้างบุคลากรทดแทนในตำแหน่งงานสำคัญขององค์กร (Critical Positions) ที่จะว่างลงได้ทัน่วงที การติดตามและประเมินผลผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successors) ภายหลังได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งงานสำคัญขององค์กร (Critical Positions)

จากการดำเนินโครงการ ได้ดำเนินการสรรหาผู้สืบทอดตำแหน่ง (Successors) เพิ่มเติม จำนวน 5 ตำแหน่ง ที่มีความจำเป็นในการสรรหาและเติมบุคลากรเข้าสู่ Pool of Successor เพิ่มเติมในปี 2568 ซึ่งมีจำนวนผู้ตอบรับ เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 11 ท่าน เข้าสู่กระบวนการที่ได้ออกแบบไว้ในงวดที่ 1 ครอบคลุมการประเมินผลงาน สมรรถนะที่สำคัญและจำเป็น ในการประเมินความพร้อมสำหรับการเข้าสู่ตำแหน่งสำคัญในอนาคต ของผู้ที่อยู่ระหว่างการพิจารณาเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง (successor candidate) โดยพิจารณาใน 2 มิติหลัก ได้แก่ ผลงาน (Performance) และศักยภาพ (Potential) นอกจากนี้ได้ดำเนินการติดตามและประเมินผลผู้สืบทอดตำแหน่งที่ได้รับการแต่งตั้งในปี 2568 จำนวน 4 ตำแหน่ง

2.2 โครงการระบบการประเมินและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรรายบุคคล (Competency) ปีงบประมาณ 2568



ภาพที่ 2.2 TAT Learning Ecosystem

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ดำเนินโครงการระบบการประเมินและการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรรายบุคคล (Competency) ปีงบประมาณ 2568 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมผลการรายงานผลการประเมินสมรรถนะบุคลากร (Competency) ของพนักงานทุกระดับและลูกจ้าง ททท. 2) ตรวจสอบผลคะแนนประเมินตนเอง และแนวทางการพัฒนาจากงานที่นำมารายงานผลของพนักงานทุกระดับและลูกจ้าง ททท. ให้สอดคล้องตามหลักการที่กำหนด 3) นำเสนอข้อเสนอแนะ (Feedback) สำหรับแนวทางการรายงานผลการประเมินสมรรถนะ (Competency) ของบุคลากร ททท. ให้สอดคล้องกับสมรรถนะของตำแหน่งงาน เป็นรายหน่วยงานตามโครงสร้างองค์กร จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลคะแนนประเมินรายสมรรถนะ (Competency) พบว่า บุคลากร ททท. ส่วนใหญ่ได้รับคะแนนระดับสูง (คะแนน 5) ในทุกหัวข้อสมรรถนะ คิดเป็น 95.37% จากจำนวนการรายงานผลงานและประสบการณ์จริง 4,016 ข้อ รองลงมา มีการประเมินตนเองในระดับคะแนน 4 มีคิดเป็น 3.26% และระดับคะแนน 3 มีสัดส่วนคิดเป็น 1.27% ตามลำดับนั้น สามารถวิเคราะห์เชิงลึกเพิ่มเติม โดยอ้างอิงจากเกณฑ์การให้คะแนนตามตารางข้างต้น ดังนี้

การที่บุคลากรส่วนใหญ่ (95.37%) ประเมินตนเองที่ระดับ 5 จึงแสดงถึงความมั่นใจในความสามารถของตนเองในการนำผลงานไปใช้ประโยชน์หรือพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม อาจมีความเสี่ยงในแง่ของ “ความลำเอียงในการประเมินตนเอง (Self-rating bias)” หรือการประเมินในลักษณะ optimistic bias ที่ไม่นำหลักฐานหรือเกณฑ์วัดที่ชัดเจนมาสนับสนุนในทุกกรณี

ระดับ 4 คะแนน คิดเป็น 3.26% ซึ่งสะท้อนว่ามีบุคลากรบางส่วนที่สามารถอธิบายการดำเนินการได้ชัดเจนตามหลักการประเมิน ระดับ 3 คะแนน คิดเป็น 1.27% ซึ่งจากเกณฑ์ หมายถึงการแสดงออกทุกครั้งที่มีโอกาส แต่ยังไม่สามารถอธิบายหรือเชื่อมโยงผลลัพธ์ได้อย่างมีระบบ

จากสัดส่วนนี้ อาจสะท้อนว่า การให้คะแนนที่อยู่ในช่วง 3-4 คะแนน บุคลากรมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงการประเมินตนเองต่ำ จึงนิยมให้ตนเองในระดับสูงสุด ซึ่งอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือของการประเมินภาพรวมในเชิงพัฒนา ดังนั้น แม้ว่าคะแนนส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับสูง แต่ควรมีการ ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างคะแนนกับหลักฐาน เช่น เอกสาร ผลลัพธ์ หรือผลกระทบเชิงนโยบาย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผลการประเมินสะท้อนความสามารถที่แท้จริง มิใช่เพียงการประเมินเพื่อให้ได้คะแนนดีเท่านั้น

2.3 โครงการจัดกิจกรรมขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ ประจำปี 2568

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ดำเนินโครงการจัดกิจกรรมขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้ ประจำปี 2568 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยการดำเนินงานระยะที่ 2 นี้ ได้ดำเนินการสำคัญ 4 ส่วน ประกอบด้วย

1. การออกแบบและจัดกิจกรรมจัดการความรู้เพื่อแสดงผลงานของทีม KM Team ประจำปี 2568 หรือเรียกว่ากิจกรรม KM Day 2025 เพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเผยแพร่แนวปฏิบัติที่ดีภายในองค์กร ซึ่งช่วยเสริมสร้างขวัญกำลังใจแก่บุคลากร และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ในเชิงรูปธรรม



ภาพที่ 2.3 กิจกรรม KM Day 2025

2. การจัดทำแบบประเมินและประเมินสมรรถนะด้านการจัดการความรู้ของบุคลากร ททท. ประจำปี 2568 พร้อมทั้งสรุปผลการสร้างสมรรถนะ พบว่าบุคลากรมีพัฒนาการด้านสมรรถนะด้านการจัดการความรู้ในหลายมิติ โดยเฉพาะด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการ

จัดการความรู้ แต่ยังมีบางสมรรถนะที่ต้องเร่งพัฒนา อาทิ การวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศและภาวะผู้นำด้านการจัดการความรู้



ภาพที่ 2.4 สมรรถนะด้านการจัดการความรู้ของบุคลากร ททท.

- การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานด้านการจัดการความรู้ของ ททท. ประจำปี 2568 พร้อมทั้งจัดทำแนวทางการพัฒนาสมรรถนะเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในการจัดการความรู้ ปีงบประมาณ 2569 - 2570 ซึ่งกำหนดแนวทางพัฒนาตามแนวคิดการเรียนรู้แบบ 70:20:10 ซึ่งแบ่งสัดส่วนการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (70%) การเรียนรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (20%) และการเรียนรู้จากการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการ (10%) เพื่อให้บุคลากรมีโอกาสรู้จักสถานการณ์จริง



ภาพที่ 2.5 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ “การจัดทำแผนการจัดการความรู้ (KM Action Plan)”

- จัดกิจกรรมศึกษาดูงานพร้อมรับฟังการบรรยายด้านการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) และการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management: IM) ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ซึ่ง กฟผ. ได้มีกระบวนการจัดเก็บความรู้และนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ มีการจัดกิจกรรม

แบ่งปันสิ่งประดิษฐ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจปัจจุบัน ขยายโอกาสทางธุรกิจใหม่ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการเรียนรู้อย่างยั่งยืน การเรียนรู้แนวทางการบริหารจัดการความรู้เชิงกลยุทธ์ ผ่านกลไกการจัดการ KM & IM ของ กฟผ. ที่ผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัล และนวัตกรรม สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการขับเคลื่อนกระบวนการจัดการความรู้



ภาพที่ 2.6 กิจกรรมศึกษาดูงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.)

โดยภาพรวม การดำเนินงานโครงการได้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งในด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากร เสริมสร้างระบบและเครื่องมือที่เอื้อต่อการจัดการความรู้ ตลอดจนสร้างแรงจูงใจและบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งจะเป็พื้นฐานสำคัญในการยกระดับระบบการจัดการความรู้ของ ททท. อย่างเป็นระบบและยั่งยืนต่อไป ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะสำคัญ คือ ควรดำเนินการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการความรู้ที่ยังมีจุดอ่อนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการขยายผลแนวปฏิบัติที่ดีจากหน่วยงานต้นแบบและการบูรณาการระบบนิเวศการเรียนรู้ขององค์กรให้ชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้นในปีถัดไป

2.4 โครงการพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้าน (Camping and Recreational Vehicle Parks)

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้ดำเนินโครงการพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้าน (Camping and Recreational Vehicle Parks) กรมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อออกแบบแนวทางการและการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านในประเด็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสัมพันธ์กับชุมชน ในด้านการเศรษฐกิจและสังคมมากที่สุด 2) เพื่อศึกษาข้อมูลและพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านทั้งหมด 3) เพื่อจัดทำร่างระบบหรือแพลตฟอร์มฐานข้อมูลและสามารถเก็บข้อมูลต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านทั่วประเทศไทยได้ 4) เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม (เกมส์/คำถาม/แบบทดสอบ/อื่น ๆ) ที่สอดแทรกความรู้และความตระหนักต่อการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านในเชิงการอนุรักษ์และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในรูปแบบที่สามารถสร้างความเพลิดเพลินสนุกสนานให้แก่ประชาชนผู้ใช้งานได้



ภาพที่ 2.6 ภาพกิจกรรมและผลงานโครงการพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้าน

การดำเนินการโครงการพัฒนาองค์ความรู้และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านมีขอบเขตการดำเนินงานซึ่งจะประกอบไปด้วยการศึกษา สำรวจ วิเคราะห์เพื่อจัดทำข้อมูลสู่ผลผลิตแต่ละรายการ โดยผลผลิตของโครงการเชิงคุณภาพ คือ องค์ความรู้ และคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับแคมป์ปิ้งและรถบ้านถูกนำไปใช้ อย่างแพร่หลาย ระบบหรือแพลตฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูลการ

ท่องเที่ยวด้วยแคมป์ปิ้งและรถบ้าน แบบครบวงจร และวิธีการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติที่แปลผลเป็นจำนวนต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านสถิติที่นำไปประกอบการพิจารณาจัดทำแผนพัฒนาต่าง ๆ หรือเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และนักท่องเที่ยวกลุ่มแคมป์ปิ้งและรถบ้านได้ตระหนักและทำกิจกรรมโดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและการสัมพันธ์กับชุมชนในด้านการเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น

นอกจากนี้ยังมีผลผลิตของโครงการเชิงปริมาณ คือ องค์ความรู้ และคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการแคมป์ปิ้งและรถบ้าน ระบบหรือแพลตฟอร์มการจัดเก็บข้อมูลและฐานข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยแคมป์ปิ้งและรถบ้าน แบบครบวงจร และวิธีการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติที่แปลผลเป็นจำนวนต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งหมด จำนวน 1 ระบบ สถิติและฐานข้อมูลการท่องเที่ยวแคมป์ปิ้งและรถบ้านจังหวัดนครนายกและจังหวัดราชบุรี จำนวน 1 ชุด และนวัตกรรม (เกมส์/คำถาม/แบบทดสอบ/อื่น ๆ) จำนวน 1 ชุด

ส่วนที่ 3 การดำเนินงานฝึกอบรม

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO) ได้ดำเนินงานฝึกอบรม แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ Public Training และ In-House Training โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 Public Training

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้ออกแบบหลักสูตร STECO Development Programs เพื่อพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันองค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งที่เป็นเป้าหมายสำหรับทุกองค์กร โดยสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและแนวทางที่จะนำมาซึ่งความได้เปรียบ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่ในการสร้างและรวบรวมองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางการแข่งขันองค์กรไปใช้ในการให้คำปรึกษาองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ตลอดจนพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้สามารถขับเคลื่อนองค์กรเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในรูปแบบ จำนวน 4 หลักสูตร ซึ่งได้ดำเนินการจัดอบรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 หลักสูตร Mini MBA in AI for Business Leaders



ภาพที่ 3.1 หลักสูตร Mini MBA in AI for Business Leaders

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้จัดอบรมหลักสูตร Mini MBA in AI for Business Leaders เป็นการเฉพาะให้กับบุคคลทั่วไป ในวันที่ 2 พฤศจิกายน 2567 ถึงวันที่ 18 มกราคม 2568 (ระยะเวลาอบรม 7 สัปดาห์) จัดอบรมรูปแบบออนไลน์ผ่านโปรแกรม Zoom (อังคาร, พุธ, ศุกร์) และเรียน Onsite (วันเสาร์) ณ โรงแรม S31 ถ.สุขุมวิท วิทยาการโดย ผศ. ดร.พิเชษฐ พินิจ ผศ. ดร.อนุศิษฐ์ อ้นมานะตระกูล ดร.กอบกฤษฎ์ วิริยะยุทธกร ผศ.ดร.ชาญวิทย์ บุญช่วย ดร.สุขยีน เทพทอง คุณพงศ์วุฒิ ไพโรไพศาลกิจ ดร.อภิชาติ ปิยธรรมรงค์ คุณอิสเรศ ประจิตต์มูทิตา คุณวิภาส สุตันตยาวลี ดร.ทัชนันท์ กังวานตระกูล

3.1.2 Dinner Talk: Transforming Businesses with AI - Unlocking Growth and Competitiveness



ภาพที่ 3.2 Dinner Talk: Transforming Businesses with AI – Unlocking Growth and Competitiveness

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้จัดอบรมหลักสูตร Mini MBA in AI for Business Leaders เป็นการเฉพาะให้กับบุคคลทั่วไป ในวันที่ 1 เมษายน 2568 เวลา 17.30-21.00 น. ณ โรงแรม S31 ถ.สุขุมวิท วิทยาการโดย โดยดร.ธรรมธีร์ สุกโชติรัตน์ คุณรัตนพล วงศ์นภาจันทร์ และ คุณอรารคิน รักษ์จิตตาโภค

3.1.3 หลักสูตรการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO)



ภาพที่ 3.3 หลักสูตรการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO)

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้จัดอบรมหลักสูตรการประเมินคาร์บอนฟุตพริ้นท์ขององค์กร (CFO) เป็นการเฉพาะให้กับบุคคลทั่วไป ในวันที่ 25 เมษายน 2568 เวลา 8.30 - 17.00 น. ณ โรงแรม S31 ถ.สุขุมวิท วิทยาการโดย รศ.ดร. ภาติญา เหมมาชีวะกุล รศ.ดร. ธภัทร ศิลาเลิศรักษา และ ดร.กฤษณะ กอบวิทยา

3.1.4 หลักสูตรการบริหารแบบมุ่งเป้า : Goal-Oriented Management



ภาพที่ 3.4 หลักสูตรการบริหารแบบมุ่งเป้า : Goal-Oriented Management

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้จัดอบรมหลักสูตรการบริหารแบบมุ่งเป้า : Goal-Oriented Management เป็นการเฉพาะให้กับบุคคลทั่วไป ในวันที่ 19 กันยายน 2568 เวลา 8.30 - 16.30 น. ณ โรงแรม Mövenpick Hotel Sukhumvit 15 Bangkok วิทยากรโดย ผศ.ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ

3.2 In-House Training

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ให้บริการออกแบบหลักสูตร In-house Training เพื่อพัฒนาบุคลากรในองค์กรเป็นกลุ่มตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ด้วยองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากรบุคคล ภาวะผู้นำ การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม การจัดการซัพพลายเชน การจัดการโลจิสติกส์ การบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการวางแผนการผลิต โดยทีมวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์จากภาคธุรกิจและการพัฒนาบุคลากรในองค์กรชั้นนำ ในรูปแบบ Hybrid และ On-site จำนวน 5 โครงการ ซึ่งได้ดำเนินการจัดอบรมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 หลักสูตร MS excel for Optimization Modeling in Logistics and Supply Chain



ภาพที่ 3.5 หลักสูตร MS excel for Optimization Modeling in Logistics and Supply Chain

ตามที่ บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ได้มอบหมายให้ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร เป็นผู้ดำเนินการจัดการอบรมหลักสูตร MS excel for Optimization Modeling in Logistics and Supply Chain ในวันที่ 25-26 พฤศจิกายน 2567 เวลา 8.30 น. - 16.00 น. ณ สำนักงานใหญ่ของบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) กรุงเทพฯ วิทยากรโดย รศ.ดร.อำพล การุณสุนทวงษ์ และผ.ศ.ดร.รังสรรค์ เกียรติภานนท์

3.2.2 หลักสูตรหัวข้อปัญญาประดิษฐ์กับการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน



ภาพที่ 3.6 หลักสูตรหัวข้อปัญญาประดิษฐ์กับการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

ตามที่ บริษัท ไทยสแตนเลย์การไฟฟ้า จำกัด (มหาชน) ได้มอบหมายให้ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร เป็นผู้ดำเนินการจัดการหลักสูตรหัวข้อปัญญาประดิษฐ์กับการเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ในวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2568 เวลา 8.30 น. - 16.00 น. ณ โรงแรม ดุสิตธานี พัทยา วิทยาการโดย ดร.กอบกฤตย์ วิริยะยุทธกร คุณพงษ์วุฒิ ไพโรไพศาลกิจ

3.2.3 หลักสูตร AI สำหรับงานกฎหมาย





ภาพที่ 3.7 หลักสูตร AI สำหรับงานกฎหมาย

ตามที่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้มอบหมายให้ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร เป็นผู้ดำเนินการจัดการหลักสูตร AI สำหรับงานกฎหมาย ในวันที่ 14 และ 22 พฤษภาคม 2568 เวลา 9.00 น. – 15.00 น. ณ โรงแรม ทีเค.พาเลซ แอนด์ คอนเวนชั่น วิทยาการโดย ดร.สุชัยิน เทพทอง

ส่วนที่ 4

การดำเนินงานด้านวิชาการ

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO) ได้ดำเนินงานด้านวิชาการ แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ วารสารวิจัย เผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการ จำนวน 3 ฉบับ บทความวิจัย จำนวน 2 เรื่อง โครงการวิจัย จำนวน 2 โครงการ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

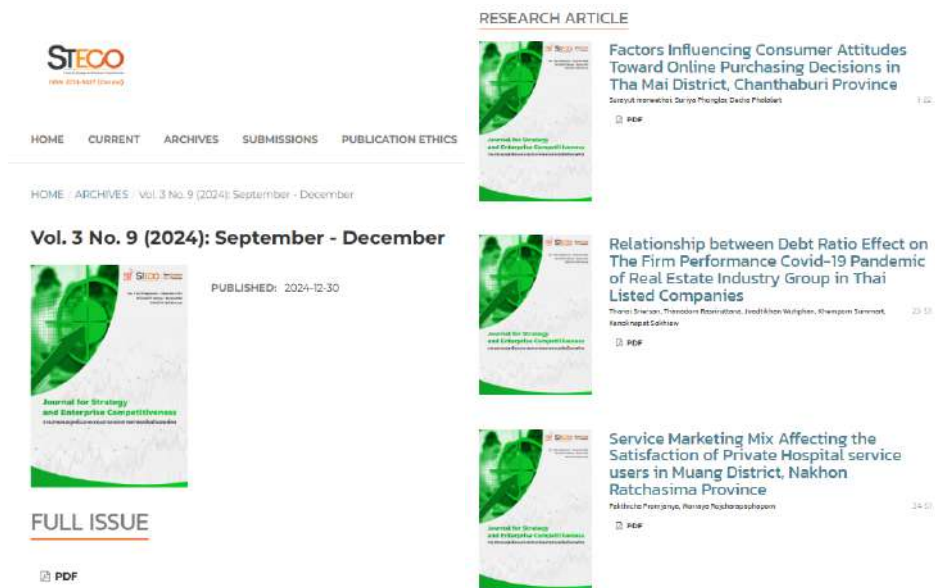
4.1 วารสารวิจัย

ศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้จัดทำวารสารวิจัยและเปิดรับบทความเข้าสู่ปีที่ 4 ภายใต้ชื่อ วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (Journal for Strategy and Enterprise Competitiveness) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างสร้งองค์ความรู้ทางวิชาการ ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารองค์การ การจัดการความสามารถทางการแข่งขัน การจัดการเชิงกลยุทธ์ การบริหารองค์กรด้วยเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรบุคคล การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การตลาด เศรษฐศาสตร์ และอื่น ๆ เพื่อเป็นสื่อกลางรายงานความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหว และเป็นการบริการวิชาการแก่สังคมในการแลกเปลี่ยนแนวความคิดของการวิจัยให้เกิดการต่อยอด และพัฒนาองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้เผยแพร่บทความในรูปแบบออนไลน์ผ่านเว็บไซต์วารสาร <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/STECOJournal/issue/archive> จำนวน 3 ฉบับ รวมมีจำนวนบทความทั้งสิ้น 22 บทความ ดังนี้

1) ปีที่ 3 ฉบับที่ 9 กันยายน – ธันวาคม 2567

STECO Journal ปีที่ 3 ฉบับที่ 9 เดือนกันยายน - ธันวาคม 2567 เผยแพร่บทความเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2567 ซึ่งได้รับความสนใจจากคณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา จากหลากหลายสถาบัน โดยบทความที่ได้ผ่านการพิจารณาลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง และได้รับการเผยแพร่ จำนวน 6 บทความ ได้แก่ (1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี (2) ความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนการถือหุ้นที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ของบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (3) ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (4) Study of Factors in Specifying the Scope of Work and Communication that Affects the Control of the Scope of Work in Electrical Communication and Telecommunications Systems Projects (5) การศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้ประดับกระบองเพชร (Cactus) ที่ส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสมาชิกกลุ่มแคคตัสมือใหม่หัดเลี้ยง-หัดขาย และ (6) การวิเคราะห์กระบวนการต้นน้ำในระบบซัพพลายเชนทุเรียน: แหล่งผลิต รูปแบบการขนส่ง ต้นทุนการขนส่ง ผู้ตลาดท้องถิ่น รายละเอียดแสดงดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 การเผยแพร่วารสารปีที่ 3 ฉบับที่ 9 กันยายน – ธันวาคม 2567

2) ปีที่ 4 ฉบับที่ 10 มกราคม - เมษายน 2568

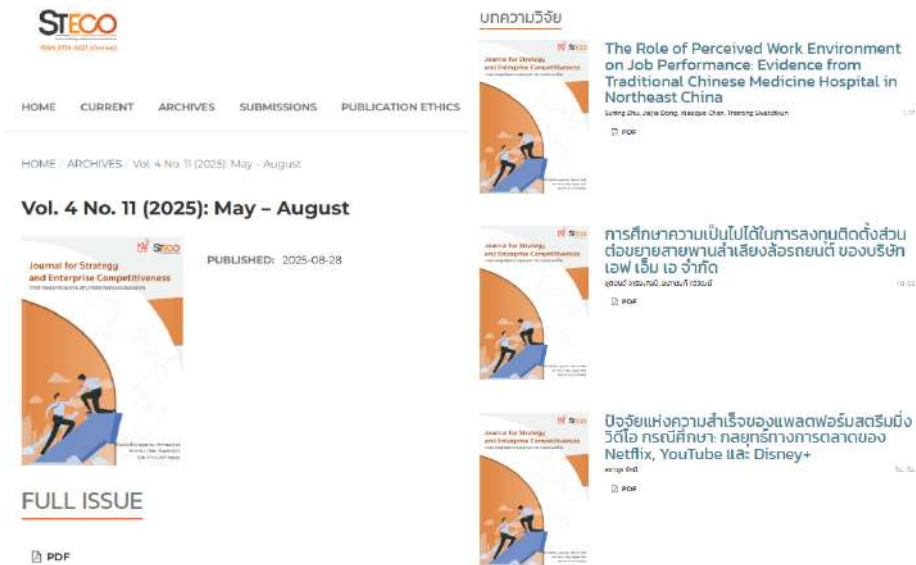
STECO Journal ปีที่ 4 ฉบับที่ 10 เผยแพร่บทความเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2568 ซึ่งได้รับความสนใจจากคณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา จากหลากหลายสถาบัน โดยมีบทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับการเผยแพร่ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวน 8 บทความ ได้แก่ (1) Exploring the Effects of Cashless Mobile Payment Adoption in Thailand: A Case of Silver Generation (2) Employee Welfare Initiatives to Enhance Employee performance at ABC Institution, Nanning City, Guangxi Province (3) Work-life Balance through the Eyes of Gen Z: A Multimodal Analysis of Multilingual Students' Perspectives (4) Strategic Initiatives for Enhancing Compensation Management at Guangxi B Company (5) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสามารถทางการเงินดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อย: กรณีศึกษาสินเชื่อบนออนไลน์ (6) อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการ คุณภาพการให้บริการ และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจสมัครสินเชื่อเคหะรีไฟแนนซ์ ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ (7) กลยุทธ์การตลาด 7P's ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ของสตรีมุสลิม และ (8) การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจร้านอาหารในยุคดิจิทัล รายละเอียดแสดงดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 การเผยแพร่วารสารปีที่ 4 ฉบับที่ 10 มกราคม - เมษายน 2568

3) ปีที่ 4 ฉบับที่ 11 พฤษภาคม - สิงหาคม 2568

STECO Journal ปีที่ 4 ฉบับที่ 11 เผยแพร่บทความเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2568 ซึ่งได้รับความสนใจจากคณาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษา จากหลากหลายสถาบัน โดยบทความที่ได้ผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง และได้รับการเผยแพร่ จำนวน 8 บทความ ได้แก่ (1) The Role of Perceived Work Environment on Job Performance: Evidence from Traditional Chinese Medicine Hospital in Northeast China (2) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนติดตั้งส่วนต่อขยายสายพานลำเลียงล้อรถยนต์ของบริษัท เอฟ เอ็ม เอ จำกัด (3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของแพลตฟอร์มสตรีมมิงวิดีโอ กรณีศึกษา: กลยุทธ์ทางการตลาดของ NETFLIX, YOUTUBE และ DISNEY+ (4) วิเคราะห์การตลาดเชิงเนื้อหาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารลูกค้ากลุ่มเจนเอเรชั่นซี (5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์คราฟต์เบียร์ของผู้บริโภค (6) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารโดยรอบมหาวิทยาลัยของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐแห่งหนึ่งในจังหวัดจันทบุรี (7) สภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นในการบริหารงานงบประมาณที่เป็นเลิศของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาหนองคาย และ (8) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสมัครงานของเจนเอเรชั่น Z ในประเทศไทย รายละเอียดแสดงดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 การเผยแพร่วารสารปีที่ 4 ฉบับที่ 11 พฤษภาคม - สิงหาคม 2568

4.2 บทความวิจัย

4.2.1 Strategic integration of sustainability for competitive advantage: A framework for balancing the triple bottom line



ภาพที่ 4.4 บทความวิจัย จากวารสาร Corporate Governance and Sustainability Review

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ, นางสาวเวทยา ใฝ่ใจดี และ นางสาวลักษิกา โปธาสินธุ์ ซึ่งได้เผยแพร่ในเว็บไซต์ของวารสาร Corporate Governance and Sustainability Review (Q4) ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 หน้า 110-119 โดยงานวิจัยนี้มีการกล่าวถึงปัญหาหลักในการ

ปรับสมดุลระหว่างความสามารถในการแข่งขันกับกรอบการประเมินผลสามด้าน (Triple Bottom Line: TBL) ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมายด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Elkington, 1998) จุดประสงค์ของงานวิจัยนี้คือการพัฒนาโครงสร้างทางความคิดที่จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนจากกลยุทธ์แบบเดิมไปสู่กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี งานวิจัยนี้ใช้แบบจำลองที่ได้รับการยอมรับเช่น กลยุทธ์ทั่วไปของ Porter (1985) และหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ผลการศึกษาที่สำคัญแสดงให้เห็นถึงบทบาทของการเป็นผู้นำ นวัตกรรม ประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร และความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการขับเคลื่อนผลลัพธ์ที่ยั่งยืน แม้ว่าจะมีความท้าทายที่สำคัญ เช่น ต้นทุนการดำเนินการที่สูงและการขาดมาตรฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน แต่การศึกษาก็ได้เสนอแนวทางปฏิบัติที่สามารถใช้ได้จริง เช่น ความร่วมมือข้ามภาคส่วนและนวัตกรรมทางเทคโนโลยี สรุปแล้วงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ใช่การพิจารณาทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนความยืดหยุ่น การสร้างคุณค่า และความสำเร็จในระยะยาว บทความนี้นำเสนอการมีส่วนร่วมที่ทันสมัยต่อการอภิปรายทางวิชาการและการปฏิบัติการจัดการโดยการให้แนวทางที่เป็นระบบในการฝังการพัฒนาที่ยั่งยืนลงในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์

How to cite this paper: Sapsanganboon, W., Fajjaidee, W., & Potasin, L. (2025). Strategic integration of sustainability for competitive advantage: A framework for balancing the triple bottom line. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 9(2), 110–119. <https://doi.org/10.22495/cgsrv9i2p10>

4.2.2 Unpacking the green premium business strategy: The effect of environmental sustainability on customer behaviour

ABOUT US BOOKS JOURNALS FOR AUTHORS CG EXPERTS REPOSITORY VIRTUS GCCG

Home • Journals • Corporate and Business Strategy Review • Issues of the Journal • Volume 6 • 2025 Issue 3 •

Unpacking the green premium business strategy: The effect of environmental sustainability on customer behaviour

UNPACKING THE GREEN PREMIUM BUSINESS STRATEGY: THE EFFECT OF ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY ON CUSTOMER BEHAVIOUR

DOWNLOAD THIS ARTICLE

Wethaya Fajjaidee, Watcharapoj Sapsanganboon

<https://doi.org/10.22495/cbsrv6i3art8>

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstract

This study examines the influence of environmental, social, and governance (ESG) initiatives on Thai consumers' willingness to pay a premium for instant coffee. Using a quantitative approach, data were collected through online surveys targeting Bangkok-based consumers familiar with ESG practices. The Cochran and Carroll (1953) formula determined a representative sample of 322 respondents. The survey included demographic details, behavioural intentions, and attitudes toward ESG initiatives, assessed via a five-point Likert scale. Results show that environmental factors significantly boost willingness to pay a premium ($\beta = 0.266$). Although social initiatives, such as farmer support and health promotion, were not statistically significant, they contributed to brand loyalty. Governance initiatives, including supply chain transparency, positively influence brand perceptions, encouraging premium purchases. Findings highlight ESG practices as key drivers of positive brand experiences and pricing potential. Social media emerged as a cost-effective channel for promoting ESG initiatives. These insights suggest that companies that integrate ESG into their operations can strengthen customer trust, competitiveness, and sustainability, ensuring long-term business success.

Keywords: ESG, Environmental, Social, Governance, Premium Price, Instant Coffee

Authors' individual contribution: Conceptualization — W.S.; Methodology — W.F.; Investigation — W.F. and W.S.; Resources — W.F. and W.S.; Writing — W.F. and W.S.; Supervision — W.S.

ภาพที่ 4.5 บทความวิจัย จากวารสาร Corporate & Business Strategy Review

บทความวิจัยเรื่อง Unpacking the green premium business strategy: The effect of environmental sustainability on customer behaviour จัดทำขึ้นโดย นางสาวเวทยา ใฝ่ใจดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ ซึ่งได้รับการพิจารณาให้เผยแพร่ในเว็บไซต์ของวารสาร Corporate & Business Strategy Review ซึ่งเป็นวารสารระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ได้รับการเผยแพร่เมื่อวันที่ 27 มิถุนายน 2568 แสดงรายละเอียดบทความย่อ ดังนี้

This study examines the influence of environmental, social, and governance (ESG) initiatives on Thai consumers' willingness to pay a premium for instant coffee. Using a quantitative approach, data were collected through online surveys targeting Bangkok-based consumers familiar with ESG practices. The Cochran and Carroll (1953) formula determined a representative sample of 322 respondents. The survey included demographic details, behavioural intentions, and attitudes toward ESG initiatives, assessed via a five-point Likert scale. Results show that environmental factors significantly boost willingness to pay a premium ($\beta = 0.266$). Although social initiatives, such as farmer support and health promotion, were not statistically significant, they contributed to brand loyalty. Governance initiatives, including supply chain transparency, positively influence brand perceptions, encouraging premium purchases. Findings highlight ESG practices as key drivers of positive brand experiences and pricing potential. Social media emerged as a cost-effective channel for promoting ESG initiatives. These insights suggest that companies that integrate ESG into their operations can strengthen customer trust, competitiveness, and sustainability, ensuring long-term business success.

How to cite this paper: Faijaidee, W., & Sapsanganboon, W. (2025). Unpacking the green premium business strategy: The effect of environmental sustainability on customer behaviour. *Corporate & Business Strategy Review*, 6(3), 88–95. <https://doi.org/10.22495/cbsrv6i3art8>

4.3 โครงการวิจัย

4.3.1 การขับเคลื่อนซัพพลายเชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร: กรณีศึกษา ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย (Driving Green Supply Chain to Enhance Enterprise Competitiveness: A Case Study of a Logistics Provider in Thailand)

โครงการวิจัยนี้จัดทำโดย นางสาวเวทยา ใฝ่ใจดี (หัวหน้าโครงการ) นางสาวลักษิกา โปธาสินธุ์ (นักวิจัย) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (นักวิจัยพี่เลี้ยง) โครงการนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ประจำปีงบประมาณ 2568 รอบที่ 2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้มีดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนิน

ซัพพลายเชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ขององค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับการดำเนินซัพพลายเชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขององค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์การดำเนินซัพพลายเชนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับความสามารถในการแข่งขันขององค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทย งานวิจัยนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2568 - เดือนพฤศจิกายน 2568 ผลการวิจัยนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในประเทศไทยสามารถนำไปเป็นต้นแบบในการปรับปรุงและพัฒนาซัพพลายเชนขององค์กรให้มีความยั่งยืน โดยเน้นการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นอกจากนี้ยังเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับหน่วยงานภาครัฐและผู้กำหนดนโยบายในการปรับปรุงนโยบายหรือกำหนดมาตรการที่ส่งเสริมการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในภาคโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างยั่งยืน

4.3.2 การบริหารจัดการความหลากหลายของบุคลากรในมหาวิทยาลัยรัฐที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Harnessing Diversity for Sustainable Competitiveness: Strategies for Shaping the Future of State Universities)

โครงการวิจัยนี้จัดทำโดย นางสาวลักษิกา โปธาสินธุ์ (หัวหน้าโครงการ) นางสาวเวทยา ใฝ่ใจดี (นักวิจัย) และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ (นักวิจัยพี่เลี้ยง) โครงการนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ประจำปีงบประมาณ 2568 รอบที่ 2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยนี้มีดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ โอกาส และผลกระทบที่เกิดจากความหลากหลายของบุคลากรในสังกัด มหาวิทยาลัยของรัฐ 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการความหลากหลายของบุคลากรในมหาวิทยาลัยของรัฐที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน 3) เพื่อศึกษามุมมองและประสบการณ์ของบุคลากรระดับปฏิบัติการที่มีต่อการดำเนินนโยบายด้านความหลากหลายของมหาวิทยาลัยของรัฐ และ 4) เพื่อพัฒนานโยบายหรือแนวทางจัดการความหลากหลายของบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน งานวิจัยนี้ดำเนินการตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2568 ถึงเดือนมกราคม 2569 โดยมีผลลัพธ์ที่ช่วยให้มหาวิทยาลัยเข้าใจสถานการณ์และโอกาสจากความหลากหลายของบุคลากร รวมถึงผลกระทบจากการบริหารจัดการความหลากหลายนี้ ซึ่งจะช่วยให้สามารถปรับกลยุทธ์การบริหารบุคลากรได้อย่างเหมาะสม การบริหารจัดการความหลากหลายอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสร้างความแตกต่างในด้านการศึกษาและการบริการที่มีคุณภาพสูง นอกจากนี้ยังช่วยรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

ส่วนที่ 5 พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ

วันที่ 15 สิงหาคม 2568 บริษัท อ่าพล푸드 โพรเซสซิง จำกัด จัดพิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ กับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรและสร้างสรรค์นวัตกรรม ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล



ดร.เกรียงศักดิ์ เทพผดุงพร กรรมการผู้จัดการ บริษัท อ่าพล푸드 โพรเซสซิง จำกัดเปิดเผยว่า “สำหรับการลงนามความร่วมมือระหว่าง บริษัท อ่าพล푸드 โพรเซสซิง จำกัด และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้ก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยสภาพแวดล้อมในการทำงานและเทคโนโลยีที่ใช้จริงของอุตสาหกรรม มีความเชื่อมั่นว่าทั้งสองหน่วยงานจะร่วมมือยกระดับมาตรฐานนักศึกษาและเพิ่มโอกาสในเข้าสู่ตลาดแรงงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความเป็นเลิศด้านวิศวกรรม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และงานวิจัย ที่มีความพร้อมทั้งด้านคณาจารย์ นักวิจัย และบุคลากรที่มีคุณภาพ ได้การยอมรับในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ประกอบกับมาตรฐานเทคโนโลยีอุตสาหกรรมอาหารของกลุ่มอ่าพล푸드 จะช่วยส่งเสริมให้นักศึกษามีทักษะในการประกอบอาชีพ ช่วยยกระดับทักษะการปฏิบัติงานให้ตรงกับตลาดแรงงานและความต้องการของอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ”



รองศาสตราจารย์ ดร.สุวิทย์ แซ่เตีย อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กล่าว
ว่า “มจร. เป็นองค์กรที่ตื่นตัวกับกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมา
อย่างต่อเนื่อง เราเป็นสถาบันการศึกษาที่สร้างผลงานวิชาการทั้งในด้านการวิจัย การผลิตบัณฑิต การให้
คำปรึกษา และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ความร่วมมือครั้งนี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่
เศรษฐกิจและสังคมโลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การค้าและการลงทุนข้ามพรมแดนมีความเชื่อมโยง
มากขึ้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้บริโภคยุคใหม่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย
ความยั่งยืน และความรับผิดชอบต่อสังคม การปรับตัวให้สอดคล้องกับความคาดหวังเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยที่องค์กร
ต้องให้ความสำคัญ ส่งผลให้ธุรกิจต้องเร่งลงทุนในการวิจัยและนวัตกรรม และพัฒนาทักษะบุคลากรเพื่อใช้
เทคโนโลยีเหล่านี้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่ถือเป็นหนึ่งในเสาหลักของ
เศรษฐกิจไทย จึงเกิดการบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการนี้ที่มุ่งเน้นความร่วมมือโครงการสหกิจศึกษา
สำหรับนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มจร. เพื่อเปิดโอกาสให้ฝึกปฏิบัติงานจริงในองค์กรชั้นนำ พร้อมทั้ง
ดำเนินโครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรของบริษัท โดยศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร
(STECO) ผ่านการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านปัญญาประดิษฐ์ การวิเคราะห์ข้อมูล การจัดการซัพพลายเชนดิจิทัล
การบริหารจัดการยุคใหม่ เป็นต้น ความร่วมมือครั้งนี้จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างคนรุ่นใหม่พร้อมตอบ
โจทย์ความท้าทาย”



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ ผู้อำนวยการศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร (STECO) มจร. กล่าวว่า “ด้วยภารกิจหลักของศูนย์กลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร ได้แก่ การวิจัยสร้างองค์ความรู้ด้านการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน การให้คำปรึกษาทางด้านการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และการพัฒนาบุคลากรของภาครัฐและภาคเอกชนให้สามารถสร้างและขับเคลื่อนปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันองค์กรได้นั้น STECO จึงมีความพร้อมที่จะออกแบบและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ช่วยเสริมสร้างความสามารถของบุคลากรในทุกกระดับ และจะทำงานอย่างใกล้ชิดกับทีมงานของอำพลฟู้ดส์ฯ เพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กร”



ภาพที่ 5.1 พิธีลงนามข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ ระหว่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กับ บริษัท อำพลฟู้ดส์ โพรเซสซิง จำกัด

