บรรณาธิการ

สวัสดีครับ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 2 ปีที่ 11 ประจำปี 2562 ยังคงเป็นฉบับซึ่งเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการเหมือนเดิม ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ

ในการจัดทำวารสารการบัญชีและการจัดการนี้ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยที่ถูกคัดเลือกตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสาขาวิชาทางด้านการบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการช่วยอ่านและพิจารณาต้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 18 บทความ ได้แก่ 1) การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จในการดำเนินงาน 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน 3) ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม และปฏิสัมพันธ์ในทีมกับคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อผ่านความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ 4) ความไว้วางใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ความรู้สึก กับความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ และคุณภาพการบริการ 5) ความชำนาญในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงาน 6) กลยุทธ์การบริหารพัสดุกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน 7) ความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงาน 8) ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงิน 9) การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ 10) คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน 11) การศึกษากระบวนการประกอบการเชิงสถาบันของอุตสาหกรรมการขนส่งร่วมแบบ O2O 12) เส้นทางการขนส่งที่เหมาะสมของสายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามจุดเชื่อมต่อ 13) การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงาน 14) การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์กับผลการดำเนินงาน 15) ระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs 16) ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับผลการดำเนินงาน 17) การพัฒนาโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงาน และ 18) An SEM Analysis of the Competence to Reduce Transaction Costs of Export Management Companies in Thailand

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ
Journal of Accountancy and Management

คณะการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2562

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

วารสารการบัญชีและการจัดการ
Journal of Accountancy and Management

คณะการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2562

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

สารบัญ **หน้า**

ผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

Effect of Economic Strategic Management on Operational Success of Hotel Businesses in Thailand

ปาริณี สถาพรมงคลเลิศ* พรลภัส สุวรรณรัตน์[2] และคมกริช วงศ์แข[3]

Parinee Satapornmongkonllest* Pornlapas Suwannarat[2] and Komkrit Vongka[3]

Received: December 25,2017, Revised: June 20,2018, Accepted : July 26,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารของธุรกิจโรงแรม จำนวน 106 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์โดยรวม ด้านการจัดสรรทรัพยากร ด้านต้นทุนค่าเสียค่าโอกาส และด้านเป้าหมายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ ดังนั้น ธุรกิจโรงแรม ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและบริการ นอกจากนี้การทำการตัดสินใจเลือกเป้าหมายทางธุรกิจต่างๆ ควรมีการศึกษาทางเลือก และคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสก่อนตัดสินใจ เพื่อหาหนทางที่จะทำให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด

คำสำคัญ : การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ความสำเร็จในการดำเนินงาน

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Economics, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research examined the effects of economic strategic management on the operational success of hotel businesses in Thailand. The samples of the study were 106 exclusive managers of the hotels. The tool in eliciting data in this research was the questionnaire. The data analysis methods include multiple correlation and multiple regression analysis.

The results showed that the overall economic strategic management in the aspects of resource allocation, opportunity cost, and business goals related and positively impact on the operation success in the dimensions of financial perspectives, customer perspectives, internal process perspectives, and learning and development perspectives. In this way, therefore, hotel management team may have to prioritize the awareness of allocation of resources in firm effectively and prudently in order to maximize utilities and minimize costs. Additionally, to make any decision about business goals, hotel exclusives may have to compare any opportunity costs before conducting decision making for maximizing profits and utilities of the firms.

Keywords: Economic Strategic Management, Operational Success

1. บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ในประเทศหนึ่งก็จะส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประเทศไทยก็เช่นเดียวกันเพราะมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา เช่น การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การออกมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (Quantitative Easing: QE) ของทั้งสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกา และในช่วงเวลาที่ผ่านมาประเทศไทยก็ประสบกับวิกฤตการณ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย และเหตุการณ์ชุมนุมทางการเมือง ทำให้ภาพรวมเศรษฐกิจของไทยยังคงอ่อนตัวลง แต่แนวโน้มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีปัจจัยสนับสนุนให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2558 : 4) ซึ่งธุรกิจโรงแรมเป็นหนึ่งในธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่สร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่ประเทศไทย (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค, 2559 : 3) จากรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 โดยขยายตัวร้อยละ 15.39 ตามการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในทุกภูมิภาคที่เพิ่มขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561: 1-2) จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการประชุมคณะรัฐมนตรีเพื่ออนุมัติวันหยุดราชการเพิ่ม เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจากตลาดในประเทศ การฟื้นตัวของรายได้อื่นๆ เช่น จัดประชุมสัมมนา อีเว้นท์ และอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ประกอบกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนสามารถเดินทางเข้าประเทศไทยได้ง่ายขึ้นเสมือนเป็นประเทศเดียวกัน รวมทั้งการที่ค่าเงินบาทอ่อนค่า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559 : เว็บไซต์) ทำให้ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้อัตราการเข้าพักในโรงแรมเพิ่มขึ้น (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559: เว็บไซต์) เป็นผลให้เกิดการลงทุนในธุรกิจโรงแรมมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจโรงแรม (Hotel Businesses) เป็นธุรกิจที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับห้องพักเป็นหลักโดยบางแห่งอาจเพิ่มบริการต่างๆ เช่น บริการอาหารเครื่องดื่ม โทรศัพท์ บริการซักรีด การขายของที่ระลึก ในปัจจุบันการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

มีอัตราสูงในทุกด้าน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวมีการขยายตัวสูงมากนับตั้งแต่ พ.ศ. 2530 ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประกาศว่าเป็น “ปีแห่งการท่องเที่ยวไทย” (Visit Thailand Year) เป็นต้นมา การลงทุนในภาคเอกชนในธุรกิจโรงแรมได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งโรงแรมไม่ได้เป็นเพียงสถานที่แค่พักแรมเหมือนในอดีต แต่ยังเป็นที่ติดต่อพูดคุยหารือเรื่องต่างๆ รวมทั้งยังเป็นแหล่งในการสังสรรค์หรือการผ่อนคลายส่วนตัว ทำให้ธุรกิจโรงแรมต้องเสนอการบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้ามากยิ่งขึ้น อย่างเช่น สถาปัตยกรรม การก่อสร้าง และการบริการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเพิ่มความพิถีพิถันมากขึ้น อีกทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้ เพื่อให้การทำงานในส่วนต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้ (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2555: 21) ส่งผลให้เกิดการแข่งขันรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา รวมทั้งยังเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อมภายนอกสูง อาทิ ปัญหาเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด รวมทั้งปัจจัยทางการเมือง ซึ่งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้น องค์กรจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่จะสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรได้ ซึ่งการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งจะทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จขององค์กร

การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Strategic Management) เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรทั้งในระยะสั้นและยาว โดยเน้นให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะก่อให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัด (Opportunities and Threats) ทำให้องค์กรต้องรู้ว่าภายในองค์กรมีจุดแข็งและจุดอ่อน (Strengths and Weaknesses) รวมทั้งทรัพยากรต่างๆ ที่องค์กรมี เพื่อให้องค์กรไปถึงเป้าหมายทางธุรกิจ หรือเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านประสิทธิผล (Effective) และประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยประยุกต์เอาทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ เพื่อให้การตัดสินใจใกล้เคียงกับผลลัพธ์ที่ผู้บริหารต้องการ และนำมาประกอบการตัดสินใจได้ชัดเจน (สุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2554: 8-13) โดยการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ประกอบด้วย ด้านการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) และด้านเป้าหมายทางธุรกิจ (Business Goal) ซึ่งการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นหนึ่งในการบริหารสภาพแวดล้อมภายในที่เน้นให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรที่จะให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Operational Success) เป็นการจัดทำโครงการต่างๆ ตามแผนงาน และแบ่งสรรทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนงบประมาณที่เพียงพอในการที่จะดำเนินโครงการเหล่านั้นให้เกิดขึ้นจริง ตามกลยุทธ์และแผนงานที่วางไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ซึ่งผู้บริหารองค์กรจะบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้บริหารต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรและยังต้องมีบทบาทในการสร้างบรรยากาศการทำงานสภาพแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานในอนาคต (กรกนก ทิพรส, 2543 : 25) ซึ่งในอดีตในการผู้บริหารทำการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงาน ผู้บริหารมักจะใช้เครื่องมือทางด้านบัญชี และการเงินเป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน การอาศัยตัวชี้วัดทางด้านการเงินเพียงอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอ เพราะตัวชี้วัดด้านการเงินมีข้อกำจัดหลายประการ เช่น การไม่สามารถประเมินในสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การไม่สามารถบอกให้รู้ถึงปัญหาและโอกาส ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balance Scorecard) เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ครอบคลุมในมิติที่กว้างขึ้นกว่าเดิม โดยใช้วัดทั้งด้านการเงินและมุมมองด้านอื่นๆ เพื่อให้ผู้บริหารของธุรกิจจะได้รับรู้ถึงจุดอ่อน และความไม่ชัดเจนของการบริหารงานที่ผ่านมา ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการองค์กรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ องค์การธุรกิจจึงจำเป็นจะต้องมีการวัดความสำเร็จในการดำเนินงานอยู่อย่างต่อเนื่องเป็นระยะ ๆ เพื่อให้องค์การเป็นที่ยอมรับในแวดวงธุรกิจว่ามีความสำเร็จในการดำเนินงาน

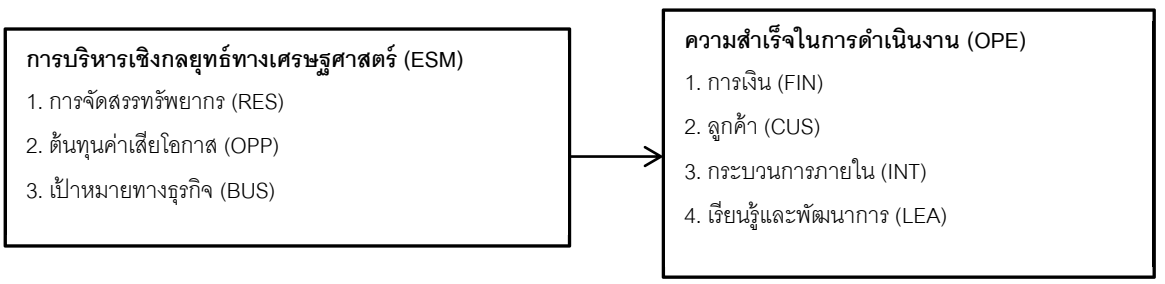
อย่างรอบด้าน โดยประยุกต์จากพสุ เดชะรินทร์ (2548: 20-46) ดังนั้น ความสำเร็จในการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspectives) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) และด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ (Learning and Growth Perspectives) จากมุมมองทั้ง 4 จะสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจประสบความสำเร็จจากการบริหารเชิงกลยุทธ์เศรษฐศาสตร์มากน้อยเพียงใด

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้ธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยใช้ในการวางแผนการดำเนินงาน และเป็นข้อสนเทศในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถแข่งขันและส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์และความสำเร็จในการดำเนินงาน



2.1 การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Strategic Management)

กลยุทธ์เกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรทั้งในระยะสั้นและยาว ทำให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดโอกาสหรืออุปสรรค ทำให้องค์กรต้องรู้ว่าภายในองค์กรมีจุดแข็ง หรือจุดอ่อน รวมทั้งทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในการผลิตสินค้าหรือบริการที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร เพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งในด้านประสิทธิผล (Effective) และประสิทธิภาพ (Efficiency) เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด ประกอบด้วย (สุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2554: 8-13)

2.1.1 ด้านการจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดภายในองค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริหารในการผลิตสินค้าหรือบริการให้เกิดประสิทธิผล (Effective) และประสิทธิภาพ (Efficiency) โดยทรัพยากรในที่นี้ คือ ทรัพยากรในทางเศรษฐศาสตร์ 4 อย่าง คือ ที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ

2.1.2 ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity Cost) หมายถึง มูลค่าของทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกที่เราไม่ได้เลือก จากการใช้ทรัพยากรเดียวกัน เนื่องจากนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่เอาไปผลิตสินค้าหรือบริการอีกชนิดหนึ่ง เพราะผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเลือกเอาทางใดทางหนึ่ง และเมื่อทรัพยากรถูกใช้อย่างเต็มที่แล้วทุกครั้งที่เลือกหรือเปลี่ยนทางเลือกจะทำให้เกิดการแลกได้แลกเสีย หรือ ได้อย่างเสียอย่าง (Trade-off) ขึ้น เพราะฉะนั้นทุกครั้งที่เกิดการได้อย่างเสียอย่าง ย่อมเกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสขึ้นพร้อมกันเสมอ โดยปกติแล้วผลประโยชน์ที่สูญเสียไปเป็นกำไรสุทธิ หรือผลกำไรที่อาจจะได้รับจากการละทิ้งทางเลือกอื่นออกไป

2.1.3 ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ (Business Goal) หมายถึง แนวทางในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้เลือกไว้ โดยมีเป้าหมายหลักอยู่ที่การกระจายผลประโยชน์แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร เพื่อให้เกิดความสมดุล ความมั่นคง และความยั่งยืนของธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆ กัน

2.2 **ความสำเร็จในการดำเนินงาน** (Operational Success)

ความสำเร็จในการดำเนินงาน (Operational Success) หมายถึง การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่วางไว้ ซึ่งการบรรลุได้จะต้องการจัดทำโครงการต่างๆ ตามแผนงาน และแบ่งสรรทรัพยากรต่างๆ ตลอดจนงบประมาณที่เพียงพอในการที่จะทำดำเนินโครงการเหล่านั้นเกิดขึ้นจริง ตามกลยุทธ์และแผนงานที่วางไว้ ให้เกิดทั้งประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยมีผลลัพธ์ ใน 4 ด้าน (พสุ เดชะรินทร์, 2548: 20-46)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง ตัวชี้วัดในการเพิ่มขึ้นของรายได้ หรือการลดลงของต้นทุนที่มีต่อการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่ผลกำไร การเติบโตของบริษัท และจะส่งผลกลับไปยังผู้ถือหุ้น

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) หมายถึง ตัวชี้วัดในการรักษาลูกค้าเดิม หรือการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ที่มีต่อการดำเนินงาน เพื่อดูส่วนแบ่งทางการตลาด และความพึงพอใจของลูกค้าจากการที่ธุรกิจตอบความสนองของลูกค้าได้ รวมทั้งประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สินค้า และบริการ

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) หมายถึง ตัวชี้วัดในการดำเนินงานที่รวดเร็วและมีคุณภาพ พร้อมในการปฏิบัติงานภายในองค์กร ตั้งแต่ฝ่ายต่างๆ เช่น ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ฝ่ายวิจัยและพัฒนา ตลอดจนเตรียมวัตถุอุปกรณ์ เครื่องมือ เทคโนโลยีต่างๆ ให้พร้อมสำหรับกิจกรรมหลักต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง กิจกรรมที่เกี่ยวกับแปลงวัตถุดิบให้เป็นสินค้าและบริการ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตลาด และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า ให้ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ภายในองค์การ เพื่อที่จะได้สร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจกับลูกค้าที่มาเข้าพักและใช้บริการ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการ (Learning and Growth Perspectives) หมายถึง ตัวชี้วัดในการเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพในการเรียนรู้ และยอมรับความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้รวมทั้งองค์การต้องมีระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อให้แน่ใจได้ว่าองค์กรได้ดำเนินการตามแผนทางวางไว้ หรือสามารถปรับเปลี่ยนและแก้ไขกลยุทธ์ได้ทันทีหากบกพร่องในส่วนต่างๆ ระหว่างดำเนินงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านการจัดสรรทรัพยากร มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 2 : การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 3 : การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย จำนวน 10,018 คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560: เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยการเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 19) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) แบ่งตามภูมิภาคและทำการสุ่มโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 1 เมษายน 2560 จำนวน 400 ฉบับ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 15 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม

เมื่อครบกำหนด ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 108 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 106 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 26.5 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการวางแผนการผลิตในการใช้ทรัพยากรชนิดเดียวกัน การวิเคราะห์ต้นทุน 2) ด้านการจัดสรรทรัพยากร จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการจัดสรรทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดภายในองค์กร การรับฟังความคิดเห็นของพนักงานเพื่อลดการใช้ทรัพยากร การนำเทคโนโลยีมาใช้งาน และ3) ด้านเป้าหมายทางธุรกิจจำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ขององค์กร ที่สามารถตอบสนองทั้งความต้องการขององค์กร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร

ความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมการเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร ลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาด และการลดลงของค่าใช้จ่าย 2) ด้านลูกค้า จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับกับคุณภาพของสินค้าว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการให้สิทธิพิเศษต่างๆ และการจดบันทึกประวัติลูกค้าไว้เสมอเพื่อเป็นฐานข้อมูลในการบริหารกลยุทธ์ 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเทคโนโลยีใหม่ๆ ขั้นตอนการส่งมอบงาน การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นทีม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และคุณภาพของงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการฝึกอบรมความรู้แก่พนักงาน การสำรวจความต้องการของพนักงาน การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนาความสามารถ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.702 – 0.880 และความสำเร็จในการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.470 – 0.965 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) ซึ่งการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ มีค่าสัมประสิทธิแอลฟา อยู่ระหว่าง 0.939 - 0.956 และความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิแอลฟา อยู่ระหว่าง 0.865 - 0.965 ซึ่งสอดคล้องกับ (Nunnally & Bernstein, 1994) ได้นำเสนอว่าแบบเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ กับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$OPE = \beta_0 + \beta_1 RES + \beta_2 OPP + \beta_3 BUS + \varepsilon$$

เมื่อ OPE แทน ความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยรวม

RES แทน การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านการจัดสรรทรัพยากร

OPP แทน การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส

BUS แทน การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์กับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

ตัวแปร	OPE	RES	OPP	BUS	VIF
$\bar{X}$	4.081	4.148	4.045	4.054	
S.D.	0.803	0.746	0.785	0.882	
OPE	-	0.837*	0.830*	0.817*	
RES		-	0.744*	0.789*	2.879
OPP			-	0.815*	3.232
BUS				-	3.823

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน หรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ สมรรถนะประจำตำแหน่งมีค่าตั้งแต่ 2.879 – 3.823 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอย กับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์	ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม (OPE)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.016	0.205	0.077	0.939
ด้านการจัดสรรทรัพยากร (RES)	0.442	0.079	5.560*	<0.0001
ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส (OPP)	0.373	0.080	4.667*	<0.0001
ด้านเป้าหมายในการดำเนินงาน (BUS)	0.179	0.077	2.310*	0.023
F = 142.188 p = < 0.0001 Adj R^2= 0.807				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านการจัดสรรทรัพยากร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยรวม เนื่องจากทรัพยากรในแต่ละบริษัทมีอยู่อย่างจำกัดภายในองค์กร ซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องมีการบริหารทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสมจะเป็นการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ให้แก่องค์กร นอกจากนั้นยังช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งในด้านประสิทธิผล และประสิทธิภาพ เพิ่มฐานลูกค้าแก่บริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mariadoss et al., (2014: 2399-2400) พบว่า ผู้บริหารเลือกการจัดการเชิงกลยุทธ์ในแนวรุก จะมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีไปกับการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) แล้วสุดท้ายจะเกิดผลกระทบกลับมา คือ ผลตอบแทนในการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นและนำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pun และ White (2005: 49-71) พบว่า การใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า จะช่วยเพิ่มความสามารถในการผลิตสินค้า และประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า 2) การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาสมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยรวม เนื่องจาก ทรัพยากรในแต่ละบริษัทมีอย่างจำกัด ทำให้เกิดการเลือกใช้ทรัพยากรไปในทางเลือกใด ย่อมจะเกิดต้นทุนในการเลือกแต่ละทางนั้น เมื่อบริษัทมีการบริหารโดยเลือกผ่านการคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสย่อมจะมีผลทำให้ธุรกิจเลือกทางที่สูญเสียน้อยที่สุด หรือกำไรมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Puciato (2016: 252-253) พบว่า สถานที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อธุรกิจโรงแรมแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยทางด้านสถานที่ตั้งของธุรกิจมีความสำคัญมาก เมื่อธุรกิจเลือกที่จะลงทุนสร้างโรงแรมควรมีการคำนวณค่าเสียโอกาสของทางเลือกในแต่ละทำเลที่ตั้ง เพราะมีความแตกต่างกันในด้านราคา นอกจากนี้โรงแรมที่อยู่ในทำเลที่ดีก็ย่อมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า เนื่องจากโรงแรมมีผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว คือ การเข้าใช้บริการห้องพัก ดังนั้น ทางเลือกที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารธุรกิจโรงแรมให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ การพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองและประเทศก็ส่งผลกระทบต่อราคาของที่ดิน จึงควรมีการคำนวณค่าเสียโอกาสเพื่อเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ในสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมโรงแรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thorne (2005 : บทคัดย่อ) พบว่า ต้นทุนค่าเสียโอกาสมีผลกระทบสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ 3) การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และ

พัฒนาการ เนื่องจากตั้งเป้าหมายทางธุรกิจไว้ จะทำให้ธุรกิจสามารถมีแนวทางในการพัฒนาสู่จุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน ในแต่ละหน่วยงาน นอกจากนี้เมื่อมีการตั้งเป้าหมายไว้ จะทำให้ธุรกิจพยายามหาทางเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ionită (2013: 510) พบว่า ถ้าธุรกิจกำหนดเป้าหมายเป็นเป้าหมายทางธุรกิจจะมีความสำเร็จมากกว่าธุรกิจที่กำหนดเป้าหมายที่ไม่ใช่เป้าหมายทางธุรกิจ

5. ข้อเสนอแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานในกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ อย่างธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจสปา ร้านเสริมสวย เป็นต้น เพื่อดูว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์สามารถใช้ได้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกธุรกิจ นอกจากนี้อาจเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่จับต้องไม่ได้ เป็นธุรกิจที่จับต้องได้อย่างธุรกิจการผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อดูว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์สามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจไม่ว่าจะธุรกิจบริการ หรือธุรกิจผลิต

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งสามารถนำข้อมูลการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ในด้านต่างๆ ไปประยุกต์ใช้กับบุคลากรภายใน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จึงก่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาผลกระทบของการบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย จำนวน 106 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์ทางเศรษฐศาสตร์ด้านการจัดสรรทรัพยากร ด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส และด้านเป้าหมายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ควรให้ความสำคัญด้านการจัดสรรทรัพยากรมากที่สุด เพราะส่งผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินงานมากที่สุด ดังนั้น ธุรกิจควรมีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ของธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุด และควรให้ความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ทุน แรงงาน เพื่อลดความซ้ำซ้อนหรือการกระทำที่เสียเปล่าในการทำงาน นอกจากนี้ควรมีการสนับสนุนให้มีการใช้ซ้ำของทรัพยากร เพราะธุรกิจจะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการใช้ทรัพยากรลงได้ ซึ่งเป็นการลดต้นทุน มีผลให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้น ส่วนด้านต้นทุนค่าเสียโอกาส ผู้บริหารธุรกิจควรคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาส และเปรียบเทียบทางเลือกแต่ละทางของธุรกิจก่อนการตัดสินใจ เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมกับธุรกิจให้มากที่สุด โดยควรเน้นด้านที่ให้กำไรมากที่สุดแก่บริษัท นอกจากควรมีการคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสในด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ ว่าคุ้มกับกำไรที่จะได้ในอนาคตก่อนการตัดสินใจเลือก เพราะในอนาคตจะมีการพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาทำให้ธุรกิจควรคำนวณต้นทุนค่าเสียโอกาสก่อนการตัดสินใจ และด้านเป้าหมายทางธุรกิจ ผู้บริหารควรเน้นไปเป้าหมายไปที่ด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ เช่น

การอบรมพนักงาน การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมต่างๆ รองลงควรเน้นไปเป้าหมายทางธุรกิจไปด้านที่เกี่ยวข้องกับการเงิน อย่างเช่น เพิ่มยอดขาย เพิ่มลูกค้า ลดต้นทุน นอกจากนี้ธุรกิจควรคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน โดยการนำเอาคำแนะนำติชมของลูกค้า มาวิเคราะห์และปรับปรุง ให้เป็นเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อให้เกิดการบริการที่มีพัฒนาคุณภาพแก่ลูกค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กรกนก ทิพรส. (2543). *องค์การและการจัดการ.* มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). *ที่พัก.* ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2560 จาก https://thai.tourismthailand.org/ที่พัก

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). *ธุรกิจโรงแรม.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). *เครื่องชี้ภาวะการท่องเที่ยว.* ค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2561 จาก http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID=624

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (7th ed.). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

พสุ เดชะรินทร์. (2548). *Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). *ตลาดต่างชาติเที่ยวไทยปี 2559 ยังเติบโต...หันเน้นตลาดคุณภาพสร้างรายได้ที่ยั่งยืน.*

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.*

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2558). *สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมปี 2558 และแนวโน้มปี 2559.*

สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค. (2559). *ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่สี่ และแนวโน้มปี 2559-2560*, 3.

สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2554). *เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research*. John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. John Wiley & Sons.

Ionită, D. (2013). Success and Goals: An Exploratory Research in Small Enterprises. *Procedia Economics and Finance*, 6(13), 503–511

Mariadoss, B. J., Johnson, J. L., & Martin, K. D. (2014). Strategic intent and performance: The role of resource allocation decisions. *Journal of Business Research*, 67(11), 2393–2402.

Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.

Puciato, D. (2016). Attractiveness of municipalities in South-Western Poland as determinants for hotel chain investments. *Tourism Management*, 57, 245–256.

Pun, K. F., & White., A. S. (2005). A Performance Measurement Paradigm for Integrating Strategy Formulation. *International Journal of Management Reviews*, 7(1), 49–71.

Thorne, F. S. (2005). Analysis of the competitiveness of cereal production in selected EU countries. *Rural Economy Research Centre*, Teagasc, Dublin, Ireland, 16.

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี

Factors Affecting Real Estate Purchase for Investment of Small and Medium Enterprises in Banglamung District, Chonburi Province

พีรญา พงษ์ปรสุวรรณ์* ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์[2] และณัฐวุฒิ ทรัพย์สมบัติ[3]

Peeraya Pongporasuwan* Prapaipit Sawatrum[2] and Nuthawut Sabsombat[3]

Received: June 14,2018, Revised: September 24,2018, Accepted : October 29,2018

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเหตุจูงใจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยีส่งผลในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน พบว่า ปัจจัยด้านการจัดองค์การ และปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ปัจจัย เหตุจูงใจเพื่อการตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*,2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*,2 Assistant Professor, Faculty of Management Science, Kasetsart University

3 อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3 Lecturer, Faculty of Management Science, Kasetsart University

Abstract

This study aims to investigate motives and factors influencing the purchase decision of Small and Medium Enterprises (SMEs) in investment property in Banglamung district, Chonburi Province. Questionnaires and interviews are used to collect data from 400 entrepreneurs in Banglamung district, Chonburi Province. Data are analyzed with descriptive statistics in percentage, mean and standard deviation. Also, multiple regression analysis is employed to analyze the data. The study of motives on purchase decision to buy investment property for lease at present shows that product stimulus and cultural stimulus inversely impact on purchase decision to buy investment property significantly. Whilst, the motives on purchase decision to buy investment property for lease in the future show that price stimulus, channel of distribution stimulus, and technological stimulus positively and significantly affect on purchase decision to buy investment property, whereas product stimulus and economic stimulus negatively and significantly impact on purchase decision on investment property. Toward to the study of factors influencing the decision to buy investment property, it can be seen that organizational factor and personal factor negatively and significantly impact on decision on investment property for lease at present.

Keywords: Motives and Factors Influencing the Purchase Decision, Real Estates, Property, Small and Medium Enterprises (SMEs),

1. บทนำ

ผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีมีกำไรลดลง จะเห็นได้จากการจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี2 ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดเก็บภาษีของอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี มีผลของการจัดเก็บภาษีที่ลดลงกว่าปีก่อนนั่นคือ ปีงบประมาณ 2557 จัดเก็บภาษีได้ทั้งสิ้น 104,745.69 ล้านบาท ลดลงกว่าปีงบประมาณ 2556 ที่จัดเก็บภาษีได้ทั้งสิ้น 108,924.41 ล้านบาท ลดลงถึงร้อยละ 3.84 (กรมสรรพากร, 2557 : เว็บไซต์) จึงทำให้ผู้ประกอบการดังกล่าวจะต้องหาหนทางในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจของตนด้วยวิธีการต่าง ๆ การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการลงทุนที่กำลังเป็นที่นิยมของประชาชนทั่วไปและธุรกิจ โดยเฉพาะในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีมีผู้ประกอบการด้านบริการอสังหาริมทรัพย์มากที่สุด จำนวน 6,545 ราย คิดเป็นร้อยละ 41 ของจำนวนสถานประกอบการนิติบุคคลในอำเภอบางละมุงทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555 : เว็บไซต์) ซึ่งช่วยผู้ประกอบการในการสร้างผลตอบแทนให้กับธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาว ทั้งในรูปแบบการซื้อมาเพื่อขาย เพื่อเก็งกำไร หรือให้เช่า แต่ไม่ว่าจะเป็นลักษณะใดก็ตามก็มีส่วนช่วยให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ถือเป็นการลงทุนที่ให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูง ขณะเดียวกันก็มีความเสี่ยงควบคู่มาด้วย ดังนั้นการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของผู้ประกอบการจึงต้องมีปัจจัยต่างๆ ในการช่วยตัดสินใจที่จะลงทุน

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หมายถึง ที่ดิน อาคาร หรือส่วนของอาคารที่ถือครองโดยเจ้าของหรือโดยผู้เช่าภายใต้สัญญาเช่าการเงินก็ได้ วัตถุประสงค์ในการถือครองเพื่อหาประโยชน์จากรายได้ค่าเช่า และจากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าของสินทรัพย์ โดยต้องไม่ใช่มีไว้เพื่อผลิต หรือจัดหาสินค้าหรือให้บริการหรือใช้ในการบริหารงานของกิจการ รวมทั้งต้องไม่ใช่มีไว้เพื่อขายตามปกติของธุรกิจ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมป์, 2558 : 7) แต่ละกิจการจะมี

การตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันอาจเป็นเพราะมีสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าที่แตกต่างกัน โดยสิ่งกระตุ้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด และ 2) สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เป็นสิ่งกระตุ้นภายนอกที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550 : 233-254) นอกจากนี้แต่ละกิจการอาจมีปัจจัยที่ส่งผลกับการซื้อหรือลงทุนที่แตกต่างกัน ปัจจัยสำคัญของผู้ซื้อประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดองค์การ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยส่วนบุคคล (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ, 2546 : 92-93) ซึ่งในทัศนคติของผู้บริโภคคิดว่า ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะบ้านจัดสรรมีแนวโน้มชะลอตัวลงคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ความต้องการซื้อบ้านลดลง ภาวะเศรษฐกิจ และราคาวัสดุก่อสร้าง (ณัฐพร ศิริสานต์, 2555) และนักลงทุนที่เป็นนิติบุคคลมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อที่จะจำหน่าย มีปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในการซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสอง คือ ทำเลที่ตั้งที่ต้องการลงทุนใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมที่ต้องการลงทุนมีการจราจรไม่ติดขัด และอยู่ในชั้นสังคมระดับสูง (ศรัญญา สนามชัย, 2549)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างรายได้นอกเหนือจากรายได้หลักของธุรกิจ ในรูปแบบของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงทำการศึกษาสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจที่ส่งผลทำให้กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งถือว่าเป็นเขตพื้นที่ที่มีผู้ประกอบการด้านบริการอสังหาริมทรัพย์มากที่สุด

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

2.1 สาระสำคัญเกี่ยวกับกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก (เยาวภา ศิริพันธ์พิริยะ, 2553 : เว็บไซต์) ขนาดของกิจการ SMEs พิจารณาได้จากตัวชี้วัด (เยาวภา ศิริพันธ์พิริยะ, 2553 : เว็บไซต์) ดังต่อไปนี้

1) จำนวนการจ้างงาน เป็นดัชนีที่ประเทศต่าง ๆ นิยมใช้ แต่สำหรับประเทศไทยมีนโยบายส่งเสริมธุรกิจชุมชน ซึ่งอาจจะมีการจ้างงานถึง 500 – 1,000 คน แต่ยังมีความอ่อนแอด้านการบริหารจัดการและการเงิน ซึ่งสมควรได้รับการช่วยเหลือสนับสนุน จึงไม่ได้ใช้จำนวนการจ้างงานเป็นตัวจำกัดสิทธิที่วิสาหกิจจะได้รับการสนับสนุน

2) ทุนจดทะเบียน มิได้สะท้อนถึงขนาดการลงทุนที่แท้จริง เนื่องจากบางกิจการมีสินทรัพย์ถาวรนับพันล้านบาท แต่มีทุนจดทะเบียนไม่ถึง 100 ล้านบาท

3) เงินลงทุน หมายถึง มูลค่าสินทรัพย์ถาวร รวมกับทุนหมุนเวียน

4) ยอดขาย เป็นดัชนีที่มิได้สะท้อนขนาดของกิจการเพราะธุรกิจบางประเภท เช่น การเจียรไนเพชรที่แม้กิจการเล็กแต่มียอดขายสูงมาก โดยมีต้นทุนที่สูงและส่วนต่างต่ำ

5) สินทรัพย์ถาวร พิจารณาจากมูลค่าสินทรัพย์ถาวรรวมที่ดินเพียงอย่างเดียว โดยกำหนดมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรสำหรับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน หมายถึง ที่ดิน อาคาร หรือส่วนของอาคาร หรือทั้งที่ดินและอาคารที่ถือครอง โดยการถือครองนั้นรวมได้หมดกับการถือครองโดยเจ้าของหรือโดยผู้เช่าภายใต้สัญญาเช่าการเงิน โดยอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่ถือครองเพื่อหาประโยชน์จากรายได้ค่าเช่า และหาประโยชน์จากการเพิ่มขึ้นของมูลค่าของสินทรัพย์ โดยอสังหาริมทรัพย์นั้นต้องไม่ใช่มีไว้เพื่อใช้ในการผลิต หรือจัดหาสินค้าหรือให้บริการ หรือใช้ในการบริหารงานของกิจการ รวมทั้งต้องไม่ใช่มีไว้เพื่อขายตามปกติของธุรกิจ (ศศิวิมล มีอำพล, 2555 : 39)ยกตัวอย่างของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมป์, 2558 : 7) มีดังต่อไปนี้

2.2.1 ที่ดินที่กิจการถือครองไว้เพื่อหวังกำไรจากการเพิ่มมูลค่าของที่ดินนั้นในระยะยาว มากกว่า ถือครองไว้เพื่อขายในระยะสั้นตามลักษณะการประกอบธุรกิจตามปกติของกิจการ

2.2.2 ที่ดินที่กิจการถือครองไว้โดยที่ปัจจุบันยังมิได้ระบุวัตถุประสงค์ของการใช้ในอนาคต ถ้ากิจการยังมิได้ระบุว่าจะใช้ที่ดินนั้นเป็นอสังหาริมทรัพย์ที่มีไว้ใช้งาน หรือเพื่อขายในระยะสั้นตามลักษณะการประกอบธุรกิจตามปกติของกิจการ ให้ถือว่าที่ดินนั้นถือไว้เพื่อหาประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าของที่ดิน

2.2.3 อาคารที่กิจการเป็นเจ้าของ หรืออาคารที่กิจการครอบครองภายใต้สัญญาเช่าการเงิน และให้เช่าต่อด้วยสัญญาเช่าดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นหนึ่งสัญญาหรือมากกว่าหนึ่งสัญญา

2.2.4 อาคารที่ยังไม่มีผู้เช่าซึ่งกิจการถือครองเพื่อให้เช่าต่อภายใต้สัญญาเช่าดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นหนึ่งสัญญาหรือมากกว่าหนึ่งสัญญาเช่า

2.2.5 อสังหาริมทรัพย์ที่อยู่ในระหว่างก่อสร้างหรือพัฒนาเพื่อใช้เป็นอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในอนาคต

โดยข้อดีของการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (บริษัท อินฟินิท เรียลเอสเตส จำกัด, 2558 : เว็บไซต์) มีดังนี้

1) ได้ผลตอบแทนหลายด้าน อสังหาริมทรัพย์นอกจากจะการซื้อมาขายไป แล้วยังสามารถปล่อยเช่าเก็บเงินรายเดือนได้ และนำค่าเช่านี้ไปผ่อนต่อ และสุดท้ายหากต้องการขายต่อจะได้เงินทั้งจากการขาย และค่าเช่า

2) เหมือนเป็นเจ้านายตัวเอง เพราะการลงทุนนี้ไม่จำเป็นต้องมานั่งทำงาน สามารถกำหนดและควบคุมรายรับ รายจ่าย และจัดการปัญหาต่าง ๆ ด้วยตัวเองได้ มีอิสระในการคิดและลงมือทำ

3) ความผันผวนต่ำ ราคาอสังหาริมทรัพย์ใช้ระยะเวลานานเป็นปี ๆ กว่าจะมีการขึ้นหรือลงของราคา โดยนักลงทุนควรต้องศึกษามาเป็นอย่างดีแล้วว่าทำเลที่เลือกนั้นจะสามารถเพิ่มขึ้นได้

4) สามารถให้ผู้อื่นมาลงทุนให้ได้ นักลงทุนบางครั้งอาจจะกู้เงินจากธนาคารได้เกือบร้อยละ 100 หากการลงทุนประสบความสำเร็จ ก็ถือว่าคุณสามารถทำกำไรได้

5) สิทธิประโยชน์ทางภาษี คือ ดอกเบี้ยเงินกู้สามารถนำไปลดหย่อนภาษี หักค่าเสื่อมตามระยะเวลา และยกเว้นภาษีธุรกิจเฉพาะ เมื่อขายบ้านที่ถือครองเกิน 5 ปีก็ไม่ต้องเสียภาษีธุรกิจเฉพาะ

ข้อเสียของการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ (บริษัท อินฟินิท เรียลเอสเตส จำกัด, 2558 : เว็บไซต์) มีดังนี้

1) สภาพคล่องต่ำ อสังหาริมทรัพย์เป็นทรัพย์ที่ต้องใช้เงินก้อนใหญ่ในการซื้อ ขาย หรือ เปลี่ยนมือเจ้าของ ดังนั้นการจะขายอสังหาริมทรัพย์อาจจะต้องใช้ระยะเวลาเป็นเดือน หรือเป็นปี ในการตัดสินใจ

2) ต้องใช้เวลาหาอสังหาริมทรัพย์ที่ดีที่เหมาะสมกับนักลงทุนทั้งราคาและทำเล รวมถึงขั้นตอนในการติดต่อหรือหาเงินทุนจากธนาคารต้องอาศัยความอดทนและความทุ่มเทเป็นอย่างมาก

3) ค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมสูง เพราะอสังหาริมทรัพย์ต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่ด้วยการซ่อมแซมให้ดูใหม่อยู่เสมอด้วย เพราะหากปล่อยปละละเลยไม่สนใจจะทำให้อยู่ในสภาพทรุดโทรม มูลค่าอาจจะลดลงไปด้วย

ดังนั้น จะเห็นว่า อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ ประกอบด้วย ที่ดิน อาคาร และโรงงาน ที่ไม่ได้มีไว้ใช้งานในกิจการของตน และไม่ได้เป็นสินค้าที่มีไว้เพื่อขาย แต่มีไว้สำหรับการเพิ่มรายได้ของกิจการในรูปของการให้เช่า หรือมีไว้สำหรับเก็งกำไรจะขายต่อเมื่ออสังหาริมทรัพย์นั้นมีราคาที่สูงขึ้น สำหรับการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยจึงทำการแบ่งอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนเป็น 2 ประเภท คือ

1) อสังหาริมทรัพย์ที่ไว้ให้เช่า ได้แก่ ที่ดินให้เช่า อาคารให้เช่า และโรงงานมีไว้ให้เช่า

2) อสังหาริมทรัพย์ที่มีไว้เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ที่ดินที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ไว้ทำอะไร (ซื้อไว้เฉย ๆ) ที่ดินที่ซื้อไว้เพื่อขายเก็งกำไรในอนาคต อาคารที่ซื้อไว้เพื่อขายเก็งกำไรในอนาคต เป็นต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และภายนอกร่างกาย (Outside Stimulus) ซึ่งนักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า (Buying motive) ซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านเหตุผลหรือด้านจิตวิทยาหรืออารมณ์ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550 : 233-254) คือ

2.3.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด [Marketing mixes (4Ps)] ประกอบด้วย

1) สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2) สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

3) สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution, Place) การมีร้านค้า จุดบริการ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค

4) สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาอย่างสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค

2.3.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

2) สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological) เช่น เทคโนโลยีใหม่ด้านการฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติสามารถกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้ใช้บริการธนาคารมากขึ้น

3) สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Legal and political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้บริโภค

4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่าง ๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์

ผู้ซื้อทางธุรกิจมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจซื้อ โดยผู้ซื้อทางธุรกิจจะตอบสนองต่อปัจจัย ทั้งปัจจัยทางเศรษฐกิจและปัจจัยส่วนตัว รวมทั้งมีปฏิกิริยาตอบโต้โดยใช้ทั้งอารมณ์และเหตุผล ปัจจุบันนักการตลาดที่ทำธุรกิจ

ส่วนใหญ่ตระหนักถึงอารมณ์ของผู้ซื้อว่ามีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อของธุรกิจ (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ, 2546 : 92-93) ดังนั้นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนมีดังนี้

2.4.1 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ผู้ซื้อทางธุรกิจจะได้รับอิทธิพลอย่างมากจากปัจจัยต่างๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic environment) ทั้งที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน และปัจจัยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ระดับอุปสงค์เบื้องต้น การคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจ และต้นทุนของเงิน หากภาวะทางเศรษฐกิจมีความไม่แน่นอนเพิ่มมากขึ้น ผู้ซื้อทางธุรกิจจะตัดทอนโครงการลงทุนใหม่ๆ ลง และจะพยายามลดระดับสินค้าคงคลังลงด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน คือ การขาดแคลนวัตถุดิบหลักในปัจจุบันกิจการหลายแห่งยินดีที่จะซื้อและเพิ่มระดับสินค้าคงคลังประเภทวัตถุดิบที่หายากให้มีปริมาณมากขึ้นเพื่อให้มั่นใจว่า วัตถุดิบดังกล่าวมีพอเพียงกับปริมาณการผลิตที่ต้องการ นอกจากนี้ ผู้ซื้อทางธุรกิจยังได้รับผลกระทบจากปัจจัยอื่น ๆ อาทิ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการเมือง และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น วัฒนธรรมและธรรมเนียมประเพณีอาจส่งผลอย่างยิ่งยวดต่อปฏิกิริยาของผู้ซื้อทางธุรกิจทางด้านพฤติกรรมของนักการตลาดและกลยุทธ์ต่างๆ ได้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมทางการตลาดระหว่างประเทศ นักการตลาดทางธุรกิจจะต้องพิจารณาปัจจัยเหล่านี้อย่างถี่ถ้วน เพื่อพิจารณาว่าปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อผู้ซื้อเช่นไร และพยายามที่จะเปลี่ยนวิกฤติให้เป็นโอกาสให้จงได้

2.4.2 ปัจจัยด้านการจัดองค์การ องค์การที่มีฐานะเป็นผู้ซื้อแต่ละแห่งนั้น ก็จะมีวัตถุประสงค์ นโยบาย วิธีปฏิบัติ โครงสร้างองค์การ และระบบดำเนินงานต่าง ๆ ของตนแตกต่างกันไป นักการตลาดทางธุรกิจจะต้องทำความเข้าใจปัจจัยด้านการจัดองค์การ (Organizational factors) ต่าง ๆ ปัจจัยที่ควรรู้ ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อมีกี่คน เกณฑ์ที่พวกเขาใช้พิจารณาประเมินการสั่งซื้อคือสิ่งใดบ้าง นโยบายการสั่งซื้อ และขอบเขตของการซื้อมีอะไรบ้าง

2.4.3 ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ ศูนย์กลางการซื้อโดยปกติมีผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักมีอิทธิพลต่อกันและกัน บ่อยครั้งพบว่า เป็นการยากที่จะพิจารณาถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal factors) ที่เกิดขึ้นว่าเป็นแบบใดทั้งยังยากที่จะพิจารณาว่า อิทธิพลของกลุ่มมีผลต่อกระบวนการซื้อหรือไม่ เช่นกันกับที่ผู้มีตำแหน่งงานสูงสุดในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อใช่ว่าจะมีอิทธิพลต่อการซื้อเสมอไปผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ อาจเนื่องมาจากพวกเขาเป็นผู้ควบคุมการให้รางวัลหรือลงโทษ หรืออาจมีความชำนาญการเป็นพิเศษ หรืออาจมีความสัมพันธ์เป็นพิเศษกับผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อคนสำคัญ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์นี้มักเป็นเรื่องเข้าใจยาก ดังนั้นนักการตลาดทางธุรกิจจึงต้องพยายามทำความเข้าใจปัจจัยเหล่านี้ และเตรียมกลยุทธ์ในการรับมือกับปัจจัยเหล่านี้ให้มากที่สุดเท่าที่จะมีโอกาส

2.4.4 ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อกระบวนการตัดสินใจแต่ละราย มักพกพาเอาแรงจูงใจ การรับรู้ และความชอบส่วนตัวเข้าร่วมตัดสินใจด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลนี้มักได้รับผลกระทบมาจากบุคลิกลักษณะของบุคคล อาทิ อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ บุคลิกภาพ และทัศนคติต่อความเสี่ยง นอกจากนี้ ผู้ซื้อแต่ละรายยังมีรูปแบบการซื้อที่ต่างกัน ผู้ซื้อบางรายที่ชอบการวิเคราะห์ทางเทคนิคจะวิเคราะห์แนวลึกเกี่ยวกับข้อเสนอการประกวดราคาก่อนการเลือกผู้จัดหา ในขณะที่ผู้ซื้อที่เป็นนักเจรจาต่อรองจะพยายามเจรจากับผู้ขายแต่ละรายจนกว่าจะได้ข้อเสนอที่ดีที่สุด

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร (2559) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและทำเลที่ตั้งของโครงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้บริการไม่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียม

ณัฐพร ศิริสานต์ (2555) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ในทัศนคติของผู้บริโภคคิดว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะบ้านจัดสรรมีแนวโน้มชะลอตัวลงคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ความต้องการซื้อบ้านลดลง ภาวะเศรษฐกิจ และราคาวัสดุก่อสร้าง

วีณา ถิระโสภณ (2558) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา โดยราคาบ้านจัดสรรมีความเหมาะสมกับทั้งขนาดที่ดินทำเลของโครงการ และคุณภาพของบ้านถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ โดยสำนักงานมีการให้คำแนะนำ การมีบ้านตัวอย่างให้เลือกชมก่อนการตัดสินใจซื้อ มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การมีของแถม การให้ส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน เป็นต้น ปัจจัยลำดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในโครงการเหมาะสม และระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการ ระบายน้ำ เป็นต้น ปัจจัยลำดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านคุณภาพ โดยมีขนาดบ้านและพื้นที่รอบ ๆ ตัวบ้านที่มีความเหมาะสม มีการให้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น ปัจจัยลำดับที่ 5 คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ การมีการ ติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่าง ๆ ภายในโครงการมีความเหมาะสม เพียงพอ รวมถึงการมีการ ตรวจสอบบุคคลเข้าออกภายในโครงการอย่างเหมาะสม

ศรัญญา สนามชัย (2549) ศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบพฤติกรรมของบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลในการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนที่เป็นนิติบุคคลมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนเพื่อจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในการซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสอง คือ ทำเลที่ตั้งที่ต้องการลงทุนใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมที่ต้องการลงทุนมีการจราจรไม่ติดขัด และอยู่ในชั้นสังคมระดับสูง

ศิริพงษ์ นารีวงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

สุรเชษฐ ชูตระกูลทรัพย์ (2558) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของนักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และมีทัศนคติของนักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาในการลงทุน มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทำเลที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ด้านสภาพคล่องของตลาดและความเสี่ยง และด้านผลตอบแทน ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

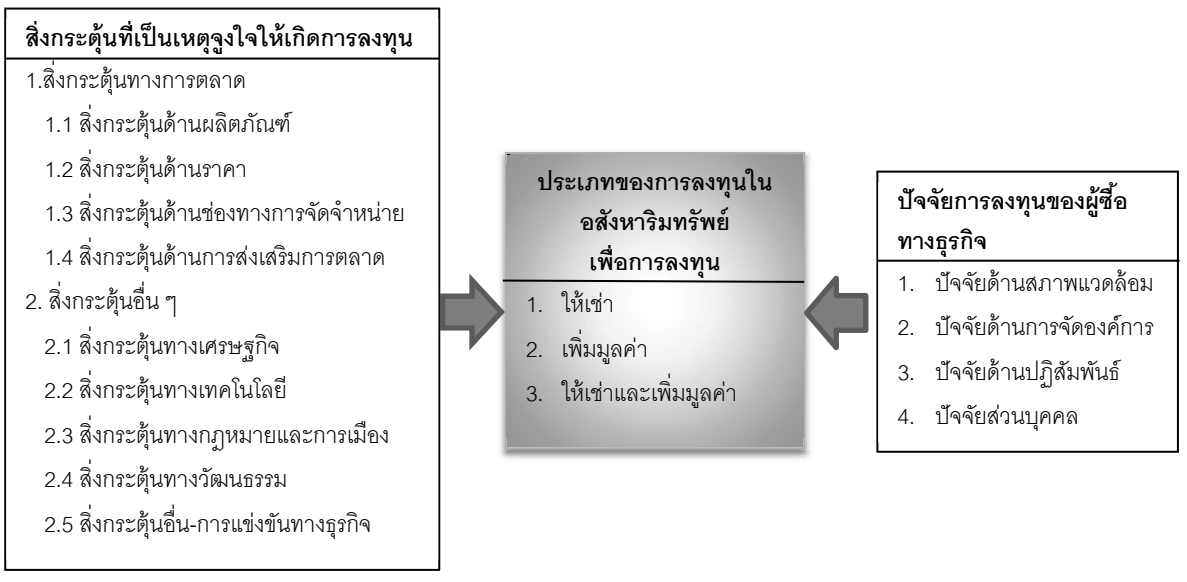
จากทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จะพบว่า การซื้ออสังหาริมทรัพย์มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อใช้เอง ซื้อปล่อยเช่า ซื้อเพื่อขายระยะสั้น และซื้อเพื่อขายระยะยาว หากเป็นธุรกิจ โดยเฉพาะกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีการจ้างงานไม่เกิน 1,000 คนหรือมีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 100 ล้านบาท มีการซื้ออสังหาริมทรัพย์ไว้ในองค์การ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) ที่ดินและอาคารที่มีไว้ใช้งานในกิจการเช่น ที่ดินที่มีอาคารสำนักงานตั้งอยู่

หรือมีโรงงานตั้งอยู่ อาคารที่เป็นสำนักงานหรือเป็นโรงงานผลิตสินค้า เป็นต้น และ 2) อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน เป็นที่ดินและอาคารที่มีไว้สำหรับให้เช่า ไว้เพิ่มมูลค่าหรือไว้เพื่อเก็งกำไร ดังนั้นจึงถือว่าอสังหาริมทรัพย์สำหรับธุรกิจจึงที่ควรจะเลือกซื้อที่เหมาะสมกับกิจการและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการตัดสินใจในการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์โดยเฉพาะอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ 1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และ 2) สิ่งกระตุ้นอื่น เช่น สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี กฎหมายและการเมือง วัฒนธรรม และอื่น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) และจากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่มีผลทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคม ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยปัจจัยที่สำคัญของผู้ซื้อทางธุรกิจที่ทำให้เกิดการลงทุนประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดองค์การ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อการซื้อหรือเลือกที่จะลงทุน (วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ, 2546) จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจึงทำให้เกิดการเชื่อมโยงแนวคิดเพื่อนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย และกรอบแนวคิด ดังนี้

สมมติฐานวิจัยที่ 1 สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการลงทุนส่งผลให้มีการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

สมมติฐานวิจัยที่ 2 ปัจจัยในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของผู้ซื้อทางธุรกิจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือ จำนวนของผู้ประกอบการของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งไม่รวมธุรกิจบริการด้านอสังหาริมทรัพย์และให้เช่าอสังหาริมทรัพย์หรือที่เกี่ยวข้องกับอสังหาริมทรัพย์โดยตรงเท่ากับ 8,368 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2555 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ได้การคำนวณโดยใช้ตารางของ Malholtra และ Naresh ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และค่าความคาดเคลื่อนเท่ากับ ±5% จากจำนวนประชากร 8,368 ราย ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 367.34 ราย ดังนั้น เพื่อการสำรวจเกิดการคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด จึงทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งถือว่าผู้ประกอบการของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีโอกาสถูกเลือกเท่าๆ กัน จากนั้นจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งสร้างจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทธุรกิจ ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจ จำนวนทุนจดทะเบียน/เงินลงทุนครั้งแรก และจำนวนพนักงานทั้งหมด 2) ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของผู้ประกอบการ จะเป็นข้อมูลของอสังหาริมทรัพย์ทั้งหมดที่ธุรกิจมี โดยแยกประเภทเป็นที่ดิน อาคาร และที่ดินและอาคาร และสอบถามถึงอนาคตหากธุรกิจจะทำการซื้ออสังหาริมทรัพย์จะซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทใด 3) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น และ 4) ความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดองค์การ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยอื่น ๆ สำหรับแบบสอบถามส่วนที่เป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการซึ่งจะใช้มาตรวัดในการจัดแบ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวของ Likert 's Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 อ้างถึงใน Likert, 2530) คือ ระดับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด และเกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลการส่งผลตาม (ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์, 2539) ดังนี้ 1.00-1.80 ส่งผลในระดับน้อยที่สุด, 1.81-2.60 ส่งผลในระดับน้อย, 2.61-3.40 ส่งผลในระดับปานกลาง, 3.41-4.20 ส่งผลในระดับมาก และ 4.21-5.00 ส่งผลในระดับมากที่สุด

3.2 คุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1กำหนดวัตถุประสงค์ของการสร้างแบบสอบถาม ซึ่งจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ได้กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ประเด็นเนื้อหาข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 2ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดประเด็นให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

ขั้นตอนที่ 3ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากนั้นดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามประเด็นที่ต้องการศึกษา

ขั้นตอนที่ 4นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ และมีความรู้ทางการวิจัยเกี่ยวกับการบริหาร จำนวน 3 ท่านช่วยพิจารณาแนะนำ (Content validity) และปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 5 ดำเนินการทดสอบความเที่ยง (Construct validity) โดยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการ SMEs ในอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำนวน 45 ราย เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจจะเกิดขึ้นจากความไม่ชัดเจนของแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ซึ่งข้อคำถามมาจากแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจในการตัดสินใจลงทุนของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกลงทุนของผู้ซื้อทางธุรกิจของวารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ (2546) การหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) พบว่า ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.659 - 0.875

ขั้นตอนที่ 6ดำเนินการพิจารณาข้อคำถามหลังจากทดสอบความเที่ยง และคัดเลือกข้อคำถามโดย และทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้สมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลตามกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยต่อไป

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนา เป็นการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการบรรยาย ตาราง และแผนภาพเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสถิติคือ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ส่วนสถิติเชิงอนุมาน เป็นการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจในการซื้อ ปัจจัยในการลงทุนของผู้ซื้อทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนโดยใช้สถิติอ้างอิง คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการเก็บแบบสอบถามของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการอยู่ในรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทร้อยละ 89.00 มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 5 ล้านบาทร้อยละ 96.50 จำนวนพนักงานน้อยกว่า 20 คนร้อยละ 98.50 และอสังหาริมทรัพย์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นอาคารที่ใช้เป็นสำนักงานร้อยละ 65.76 โรงงานที่ใช้ในการประกอบกิจการร้อยละ 3.89 อาคารที่มีไว้สำหรับขายร้อยละ 3.31 ที่ดินที่ยังไม่มีสิ่งก่อสร้างแต่จะเก็บไว้สร้างในอนาคตร้อยละ 2.72 ที่ดินเปล่าที่ให้เช่าร้อยละ 1.75 และที่ดินเปล่ามีไว้เฉย ๆ ยังไม่รู้ว่าจะทำอะไรร้อยละ 1.17 ส่วนอสังหาริมทรัพย์ที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตส่วนใหญ่เป็นอาคารที่มีไว้ให้เช่าร้อยละ 48.6 ที่ดินมีสิ่งก่อสร้างร้อยละ 17.14 ที่ดินที่ยังไม่มีสิ่งก่อสร้างแต่จะเก็บไว้สร้างในอนาคต และอาคารที่ใช้เป็นสำนักงาน ซึ่งมีสัดส่วนเท่ากันคือ ร้อยละ 14.29

สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการลงทุนส่งผลให้มีการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีสมการความถดถอยเชิงพหุ เป็นดังนี้

$$Y(INVTPPT)_{i,t} = \beta_{0\ i,t} + \beta_1(MKSTM)_{i,t} + \beta_2(PDSTM)_{i,t} + \beta_3(PRSTM)_{i,t} + \beta_4(PLSTM)_{i,t} + \beta_5(PMSTM)_{i,t} + \beta_6(OTSTM)_{i,t} + \beta_7(ECSTM)_{i,t} + \beta_8(TNSTM)_{i,t} + \beta_9(LPSTM)_{i,t} + \beta_{10}(CUSTM)_{i,t} + \beta_{11}(CMSTM)_{i,t} + \beta_{12}(TSTM)_{i,t} + \varepsilon_{0\ i,t}$$

โดยที่ $INVTPPT_{i,t}$ = การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ละประเภท, β_0 = ค่าคงที่ของสมการถดถอย β_1.., β_{11} = สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรที่ 1 ถึง ตัวที่ 11, $MKSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นทางการตลาดของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $PDSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $PRSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นด้านราคาของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $PLSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $PMSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาดของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $OTSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นอื่นของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $ECSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $TNSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยีของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $LPSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมืองของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $CUSTM_{i,t}$ = สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $CMSTM_{i,t}$= สิ่งกระตุ้นอื่น-การแข่งขันทางธุรกิจของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $TSTM_{i,t}$ = ภาพรวมของสิ่งกระตุ้นทั้งหมดของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, ε =ค่าความคลาดเคลื่อน

4.1 ผลลัพธ์

สมมติฐานวิจัยที่ 1 สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจให้เกิดการลงทุนส่งผลให้มีการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

H_0: $\beta_i = 0$

H_1: $\beta_i \neq 0$; i = 1, 2,…k

ตาราง 1 สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลให้เกิดการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งในปัจจุบัน และอนาคต

สิ่งกระตุ้นที่ส่งผลให้เกิดการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน		**การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน**		**การลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน**		**การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต**	
		B	p-value	B	p-value	B	p-value
1.สิ่งกระตุ้นทางการตลาด		-6.865	0.695	-55.702	0.123	-6.941	0.227
	S.E.	17.383		32.759		4.871	
1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์		-27.219*	0.037	1.495	0.969	-101.553**	0.001
	S.E.	12.548		38.040		10.420	
1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา		-2.119	0.822	6.568	0.857	90.046**	0.000
	S.E.	9.338		35.528		7.795	
1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		14.140	0.182	8.192	0.631	14.521*	0.026
	S.E.	10.395		16.487		4.183	
1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด		-13.092	0.256	-7.299	0.728	4.292	0.452
	S.E.	11.338		20.303		5.157	
2. สิ่งกระตุ้นอื่น		11.691	0.567	2.824	0.953	2.785	0.742
	S.E.	20.235		46.511		7.897	
2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ		-8.584	0.471	-19.022	0.381	-15.708*	0.028
	S.E.	11.793		20.657		4.632	
2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี		-15.662	0.127	-9.353	0.552	12.511*	0.047
	S.E.	10.020		15.129		4.412	
2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง		8.241	0.404	-3.903	0.901	-1.005	0.622
	S.E.	9.770		30.629		1.885	
2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม		-21.564*	0.043	-21.378	0.411	2.283	0.670
	S.E.	10.296		24.804		4.976	
2.5 สิ่งกระตุ้นอื่น-การแข่งขันทางธุรกิจของกิจการ		7.462	0.285	9.187	0.646	-5.114	0.197
	S.E.	6.877		19.347		3.311	
ภาพรวมของสิ่งกระตุ้นทั้งหมด		20.119	0.243	89.687*	0.026	-5.571	0.742
	S.E.	16.965		33.817		15.795	

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาดังตารางที่ 1 พบว่า ภาพรวมของสิ่งกระตุ้นทั้งหมดที่เป็นเหตุจูงใจส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (β_{12}(TSTM) =20.119) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) หากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_2(PDSTM) =-27.219)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนสิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และสิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และหากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้นอื่น พบว่า สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_{10}(CUSTM)=-21.564) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนสิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นอื่นในส่วนที่เป็นการแข่งขันทางธุรกิจของกิจการ ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และสิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ และสิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$)

ภาพรวมของสิ่งกระตุ้นทั้งหมดที่เป็นเหตุจูงใจส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (β_{12}(TSTM) =89.687) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) หากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา และสิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) ส่วนสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และหากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้นอื่น พบว่า สิ่งกระตุ้นอื่นในส่วนที่เป็นการแข่งขันทางธุรกิจของกิจการ ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) ส่วนสิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$)

ภาพรวมของสิ่งกระตุ้นทั้งหมดที่เป็นเหตุจูงใจส่งผลเป็นไปในทิศทางตรงข้าม (β_{12}(TSTM) =-5.571) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) หากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้นทางการตลาด พบว่า สิ่งกระตุ้นด้านราคา และสิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_3(PRSTM) =90.046, β_4(PLSTM) =14.521 ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$ และ $p<0.05$ ตามลำดับ) ส่วนสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_2(PDSTM) = -101.553) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) สำหรับสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) หากพิจารณาถึงสิ่งกระตุ้น พบว่า สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี ส่งผลในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_8(TNSTM) =12.51) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) ส่วนสิ่งกระตุ้นด้านเศรษฐกิจส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (β_7(ECSTM) =-15.708) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) สำหรับสิ่งกระตุ้นวัฒนธรรม ส่งผลไปในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และ สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นอื่น-การแข่งขันทาง

ธุรกิจของกิจการ ส่งผลไปในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$)

ปัจจัยในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของผู้ซื้อทางธุรกิจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีสมการความถดถอยเชิงพหุ เป็นดังนี้

$$Y(INVTPPT)_{i,t} = \beta_{0\ i,t} + \beta_1(TEVF)_{i,t} + \beta_2(TOGF)_{i,t} + \beta_3(TIPF)_{i,t} + \beta_4(TIDF)_{i,t} + \varepsilon_{0\ i,t}$$

โดยที่ $INVTPPT_{i,t}$ = การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ละประเภท, β_0 = ค่าคงที่ของสมการถดถอย, β_1.., β_4 = สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรที่ 1 ถึง ตัวที่ 4, $TEVF_{i,t}$ = ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $TOGF_{i,t}$ = ปัจจัยด้านการจัดองค์การของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $TIPF_{i,t}$ = ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, $TIDF_{i,t}$ = ปัจจัยส่วนบุคคลของกิจการ i ณ ช่วงเวลา t, ε = ค่าความคลาดเคลื่อน

สมมติฐานวิจัยที่ 2 ปัจจัยในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของผู้ซื้อทางธุรกิจส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกประเภทอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

H_0: $\beta_i = 0$

H_1: $\beta_i \neq 0$; i = 1, 2,…k

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน		การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน		การลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน		การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต	
		B	p-value	B	p-value	B	p-value
1. ภาพรวมของปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม		**27.000**	**0.224**	**46.160**	**0.415**	**N/A**	**N/A**
	S.E.	**21.818**		**53.316**			
1.1 สถานการณ์ทางการเมืองส่งผลให้การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ชะลอตัว มีราคาลดลง		-31.100	0.247	25.630	0.440	N/A	N/A
	S.E.	26.399		31.276			
1.2 อสังหาริมทรัพย์อยู่ในตำแหน่งที่มีสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ดีปลอดภัย		-16.300	0.486	31.930	0.480	N/A	N/A
	S.E.	23.139		42.763			
2. ภาพรวมของปัจจัยด้านการจัดองค์การ		**-34.800***	**0.037**	**-81.500**	**0.092**	**9.014**	**0.767**
	S.E.	**16.151**		**44.723**		**29.662**	
2.1 มีวัตถุประสงค์ให้มีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์		-27.800*	0.014	64.000	0.169	13.080	0.713
	S.E.	10.813		43.933		34.546	
2.2 มีนโยบายการดำเนินงานให้มีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์		41.610**	0.001	-12.600	0.716	-15.600	0.677
	S.E.	11.413		33.721		36.308	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน	การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน		การลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน		การลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคต	
	B	p-value	B	p-value	B	p-value
2.3 เงินทุนหมุนเวียน(เงินสด)มีมาก ส่งผลให้ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น	36.140**	0.004	43.510	0.176	8.450	0.716
S.E.	12.013		30.413		22.549	
3. ภาพรวมของปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์	**-12.800**	**0.454**	**34.310**	**0.162**	**-21.700**	**0.256**
S.E.	**16.976**		**23.500**		**18.146**	
3.1 เป็นอำนาจของตนที่เป็นผู้ตัดสินใจ	5.050	0.576	6.836	0.590	32.500*	0.031
S.E.	8.974		12.434		13.268	
3.2 มีความเห็นอกเห็นใจเนื่องจากเป็นคนรู้จักหรือญาติหรือพี่น้องหรือเพื่อน	20.260*	0.059	-26.400*	0.033	15.000	0.347
S.E.	10.464		11.384		15.321	
4. ภาพรวมของปัจจัยส่วนบุคคล	**-58.600****	**0.000**	**17.130**	**0.590**	**12.010**	**0.343**
S.E.	**13.859**		**31.176**		**12.116**	
4.1 ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะเกิดจากแรงจูงใจของตนเอง การตัดสินใจซื้อโดยมีอิทธิพลจากระดับอุปสงค์ที่สูงขึ้น	17.100**	0.011	-5.260	0.695	34.870**	0.007
S.E.	6.445		13.173		10.511	
4.2 ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของอสังหาริมทรัพย์ในเรื่องต่าง ๆ จึงทำให้ตัดสินใจซื้อการมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลงจึงกู้ยืมเพิ่มขึ้นเพื่อนำเงินมาลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์	20.560**	0.002	-11.500	0.418	-16.100*	0.021
S.E.	6.339		13.847		5.970	
4.3 ซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะความชอบส่วนตัวเกี่ยวกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ มีเทคโนโลยีการเข้าถึงข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ มีการชำระเงินที่รวดเร็ว ทำให้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น	28.850**	0.004	3.064	0.877	-10.400	0.180
S.E.	9.422		19.483		7.223	

หมายเหตุ **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาดังตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านการจัดองค์การ และปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลในทิศทางตรงข้าม (β_2(TOGF) =-34.800, β_4(TIDF) =-58.600 ตามลำดับ) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$, $p<0.01$ ตามลำดับ) หากพิจารณาถึงปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการจัดการองค์การพบว่า กิจการที่มีวัตถุประสงค์ที่จะให้มีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ส่งผลในทิศทางตรงข้าม (B=-27.800) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.05$) และกิจการที่มีนโยบายการดำเนินงานที่จะให้มีการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ และมีเงินทุนหมุนเวียน (เงินสด) ที่มีมากทำให้มีการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (B=41.610, 36.140 ตามลำดับ) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) สำหรับการที่กิจการเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานและการดำเนินงาน การมีโครงสร้างองค์การของกิจการ การตัดสินใจไม่ต้องผ่านหลายขั้นตอนทำให้ตัดสินใจซื้อเร็ว และการมีรายได้สูงทำให้มีการซื้ออสังหาริมทรัพย์ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) ส่วนการที่กิจการมีกำไรสุทธิสูงทำให้มีการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และหากพิจารณาปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า การซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะเกิดจากแรงจูงใจของตนเอง การตัดสินใจซื้อโดยมีอิทธิพลจากระดับอุปสงค์ที่สูงขึ้น การซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ในเรื่องต่าง ๆ จึงทำให้ตัดสินใจซื้อ การมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ลดลงจึงกู้ยืมเพิ่มขึ้นเพื่อนำเงินมาลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์ และการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะความชอบส่วนตัวเกี่ยวกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ การมีเทคโนโลยีการเข้าถึงข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ การชำระเงินที่รวดเร็ว ทำให้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น ส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (B=17.100, 20.560, และ 28.850 ตามลำดับ) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) ส่วนการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพราะเป็นคนชอบความเสี่ยงในการลงทุนเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (B=6.176) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) สำหรับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (B=27.000) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p>0.05$) และปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ส่งผลในทิศทางตรงข้าม (B=-12.800) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ($p>0.05$)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (β_1(TEVF)=46.160, β_3(TIPF)=34.310 และ β_4(TIDF)=17.130 ตามลำดับ) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบันแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ($p>0.05$) และปัจจัยด้านการจัดองค์การส่งผลเป็นไปในทิศทางตรงข้าม (β_2(TOGF)=-81.500) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน แต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ($p>0.05$)

ปัจจัยด้านการจัดองค์การ และปัจจัยส่วนบุคคลส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (β_2(TOGF)=9.014, β_4(TIDF) =12.010 ตามลำดับ) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ($p>0.05$) และปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ส่งผลเป็นไปในทิศทางตรงข้าม

(β_3(TIPF) =-21.700) กับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตแต่ไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ (p>0.05)

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของธุรกิจมีเหตุผลและมีปัจจัยที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ของแต่ละธุรกิจที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์อาจเป็นเหตุจูงใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์ของธุรกิจหนึ่ง แต่อาจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของอีกธุรกิจ หรือปัจจัยด้านองค์การอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์ของธุรกิจหนึ่ง แต่อาจไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจของอีกธุรกิจหนึ่ง ประกอบกับการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์ของธุรกิจยังต้องคำนึงถึงผลตอบแทนที่ได้รับว่าคุ้มค่ากับเงินที่ลงทุนไปหรือไม่ จึงทำให้สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจหรือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนบางประการไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.2 อภิปรายผล

สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าสำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสำหรับให้เช่าในอนาคต ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยทั่วไปแล้วการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน นักลงทุนส่วนใหญ่จะพิจารณาถึงรูปร่างลักษณะของที่ดิน กล่าวคือ ต้องเป็นที่ดินที่มีพื้นที่ที่สวยเป็นสี่เหลี่ยม หรือหากเป็นอาคารจะต้องเป็นอาคารที่มีรูปลักษณ์ที่สวยงามเหมาะสมกับการนำมาใช้งานหรือเก็บไว้เพื่อเก็งกำไร รวมถึงที่ตั้งของที่ดินและอาคารต้องอยู่ในทำเลที่ดี มีราคาที่เหมาะสม และต้องมีช่องทางการจัดจำหน่ายอสังหาริมทรัพย์ที่ทั่วถึงสะดวกในการเลือกลงทุนด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรเดช พรเบญจภักดิ์กุล (2552) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยของบริษัท บริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากคือ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย และสอดคล้องกับการศึกษาของเจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคาและทำเลที่ตั้งของโครงการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียม และสอดคล้องกับการศึกษาของศิริพงษ์ นารีวงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียมที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ด้านสภาพแวดล้อมโครงการ ด้านคุณลักษณะของโครงการ และสอดคล้องกับการศึกษาของวีณา ถิระโสภณ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคา โดยราคาบ้านจัดสรรมีความเหมาะสมกับทั้งขนาดที่ดิน ทำเลของโครงการ และคุณภาพของบ้านถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการบริการ โดยสำนักงานมีการให้คำแนะนำ การมีบ้านตัวอย่างให้เลือกชมก่อนการตัดสินใจซื้อ มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น การมีของแถม การให้ส่วนลดพิเศษ การรับประกันบ้าน เป็นต้น

ปัจจัยที่ส่งผลทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่า สำหรับเพิ่มมูลค่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน และสำหรับให้เช่าในอนาคต ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านการจัดองค์การ ปัจจัยด้าน

ปฏิสัมพันธ์ และปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งส่งผลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วปัจจัยในการเลือกลงทุนของแต่ละกิจการมีปัจจัยที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้บริหาร ขนาดและประเภทของกิจการ ความต้องการและความจำเป็นของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวีณา ถิระโสภณ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมี 5 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยด้านราคา 2) ปัจจัยด้านการบริการ 3) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยต้องมีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมใน โครงการเหมาะสม และระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ระบบการจัดเก็บขยะ ระบบการ ระบายน้ำ เป็นต้น 4) ปัจจัยด้านคุณภาพ โดยมีขนาดบ้านและพื้นที่ รอบ ๆ ตัวบ้านที่มีความเหมาะสม มีการให้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สนามเด็กเล่น สระว่ายน้ำ เป็นต้น และ 5) ปัจจัยด้านความปลอดภัย โดยมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยน่าเชื่อถือ การมีการ ติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่าง ๆ ภายในโครงการมีความเหมาะสม เพียงพอ รวมถึงการมีการ ตรวจสอบบุคคลเข้า-ออกภายในโครงการอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับการศึกษาของยืนยง พุฒิชาติ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในอสังหาริมทรัพย์ของเมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจคือ การออกแบบและสภาพแวดล้อม และปัจจัยควรได้รับการพิจารณาอย่างระมัดระวังก่อนทำการเปิดตัวโครงการคือ ความสะดวกในการเข้าถึงศูนย์กลางธุรกิจ ระบบโครงข่ายการคมนาคม และระบบความปลอดภัย ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญตัดสินใจเช่นกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎีตัวกำหนดอุปสงค์และฟังก์ชันอุปสงค์ของณัฐพร ศิริสานต์ (2555) ที่กล่าวไว้ว่า ปริมาณการซื้อขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคและความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลการโฆษณา

5. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

5.1 จากผลการวิจัยพบว่า กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีที่มีอสังหาริมทรัพย์ไว้เพื่อให้เช่า หรือไว้เพิ่มมูลค่ามีสิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจลงทุนเป็นสิ่งกระตุ้นทางด้านการตลาดมากกว่าสิ่งกระตุ้นอื่น นั่นคือ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งปัจจัยส่วนบุคคลในส่วนของการได้รับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ในเรื่องต่าง ๆ ยังส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนอย่างมีนัยสำคัญด้วยอีกด้วย ดังนั้นจากผลวิจัยที่ได้รับจึงเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการที่ขายอสังหาริมทรัพย์ใช้ในการจัดทำแผนการตลาดในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการโดยเน้นกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางจัดจำหน่ายเป็นสำคัญ ทั้งนี้เพื่อเป็นการกระตุ้นลูกค้าเป้าหมายว่า มีต้องการในสินค้าและบริการอย่างไร ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

5.2 จากผลการวิจัยได้ค้นพบว่า สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่เป็นการนำกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าให้เกิดความต้องการสินค้านั้นส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการตัดสินใจในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าและเพิ่มมูลค่า แสดงให้เห็นว่า การส่งเสริมการตลาดยิ่งมีมากเท่าไหร่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในปัจจุบันน้อยลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักลงทุนมองว่า เกิดความไม่คุ้มค่าและไม่มั่นใจกับการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์นั้น เนื่องด้วยเป็นเพราะทำเลไม่ดีจึงลดราคา หรืออาคารไม่ได้อยู่ในย่านชุมชนจึงมีการจัดโปรโมชั่นพิเศษ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผลการวิจัยในส่วนของสิ่งกระตุ้นในการตัดสินใจลงทุนสำหรับการให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตกลับมีสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลไปในทิศทางเดียวกับการตัดสินใจลงทุน นั่นแสดงว่า ผู้ประกอบการจะทำการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในอนาคตหากมีการ

จัดการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ที่กระตุ้นการตัดสินใจ ดังนั้น ผลการวิจัยที่ได้รับจึงเป็นข้อมูลที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการด้านการขายอสังหาริมทรัพย์เตรียมพร้อมในการนำกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาดไปใช้ในการขายอสังหาริมทรัพย์ให้กับผู้ประกอบการในอนาคตข้างหน้าได้ ซึ่งส่งผลให้รายได้ของกิจการเพิ่มขึ้น

5.3 การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีเท่านั้น ควรศึกษาผู้ประกอบการกลุ่มอื่นเพิ่มเติม เช่น บริษัทจำกัดขนาดใหญ่ หรือบริษัทมหาชน เป็นต้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของกิจการขนาดใหญ่ เพื่อจะได้ทราบเหตุจูงใจและปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในกิจการขนาดใหญ่ซึ่งอาจมีความแตกต่างกับกิจการขนาดเล็กได้

6. สรุปผลการวิจัย

สิ่งกระตุ้นที่เป็นเหตุจูงใจในการลงทุนที่ส่งผลต่อเพิ่มขึ้นและลดลง (ทิศทางเดียว) ตามการตัดสินใจเลือกอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าและเพิ่มมูลค่าในปัจจุบันของกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นด้านราคา ส่วนสิ่งกระตุ้นของการตัดสินใจลงทุนสำหรับการให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตคือ สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับสิ่งกระตุ้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่มีไว้สำหรับให้เช่าและเพิ่มมูลค่าในปัจจุบัน และสำหรับการให้เช่าที่คาดว่าจะลงทุนในอนาคตในทิศทางตรงข้ามนั่นคือ หากสิ่งกระตุ้นเพิ่มขึ้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ลดลง หรือหากสิ่งกระตุ้นลดลงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น (ทิศทางตรงข้าม) คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา และสิ่งกระตุ้นอื่น ซึ่งได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม และสิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง นอกจากนี้หากปัจจัยส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นส่งผลในการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่ลดลง หรือหากปัจจัยส่วนบุคคลลดลงส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ที่เพิ่มขึ้น (ทิศทางตรงข้าม) อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับปัจจัยด้านการจัดองค์การ ปัจจัยด้านปฏิสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนทั้งในทิศทางเดียวกันและในทิศทางตรงข้ามแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

7. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในงานวิจัยในอนาคต

7.1 การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรีเท่านั้น ควรศึกษาผู้ประกอบการกลุ่มอื่นเพิ่มเติม เช่น บริษัทจำกัดขนาดใหญ่ หรือบริษัทมหาชน เป็นต้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนของกิจการขนาดใหญ่ เพื่อจะได้ทราบเหตุจูงใจและปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในกิจการขนาดใหญ่ซึ่งอาจมีความแตกต่างกับกิจการขนาดเล็กได้

7.2 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนจากแบบสอบถามเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนโดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากฐานข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยหรือ I-SIMS (Integrated-SET Information Management Systems) เพื่อจะได้ทราบข้อมูลจากกลุ่มบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555). *จำนวนผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล.* สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2558, จาก http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/menu/est/1.html

กรมสรรพากร. (2557). *การจัดเก็บภาษีของสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 2.* สืบค้นเมื่อ 16 ธันวาคม 2558, จาก http://www.rd.go.th/publish/310.0.html.

เจริญจิตต์ ผจงวิริยาทร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานครของประชากรในกรุงเทพมหานคร.* การศึกษาค้นคว้าอิสระของบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2539). *สถิติพื้นฐาน.* โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา: ขอนแก่น.

ณัฐพร ศิริสานต์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในเขตอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.* แบบฝึกหัดการวิจัยปัญหาเศรษฐกิจปัจจุบันวิชา 751409 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บริษัท อินฟินิท เรียลเอสเตส จำกัด. (2558). *ข้อดี-ข้อเสียในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์.* สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.infinite.co.th/top-news/ข้อดี-ข้อเสีย-ในการลงทุนอสังหาริมทรัพย์.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.* สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร: กรุงเทพ.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมป์ (ปรับปรุง 2558). (2558). *มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 40 เรื่อง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน.* สืบค้นเมื่อ 6 กันยายน 2559, จาก http://www.fap.or.th/images/column_1450922956/TAS%2040%20-web.pdf

ยืนยง พุฒิชาติ. (2552). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในอสังหาริมทรัพย์ของเมืองพัทยา.* วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

เยาวภา ศิริพันธ์พิริยะ. (2553). *องค์การธุรกิจ SMEs.* สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2558, จาก http://km.tup.ac.th.

วรเดช พรเบญจภักดิ์กุล. (2552). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อทรัพย์สินรอการขายประเภทอสังหาริมทรัพย์ที่อยู่อาศัยของบริษัท บริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกรุงเทพมหานคร.* การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วารุณี ตันติวงศ์วาณิช และคณะ. (2546). *หลักการตลาด.* บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดช่า จำกัด: กรุงเทพ.

วีณา ถิระโสภณ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรัญญา สนามชัย. (2549). *การเปรียบเทียบพฤติกรรมของบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลในการลงทุนซื้ออสังหาริมทรัพย์มือสองที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศศิวิมล มีอำพล. (2555). *ทฤษฎีการบัญชี.* บริษัทอินโฟไมนิ่ง จำกัด : กรุงเทพ.

ศิริพงษ์ นารีวงษ์. (2560). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนคอนโดมิเนียม ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(1), 319-328.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์การตลาด.* บริษัท ธนธัชการพิมพ์ จำกัด : กรุงเทพ.

สุรเชษฐ ชูตระกูลทรัพย์. (2558). *ทัศนคติของนักลงทุนต่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโดในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

อิทธิพลของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม และปฏิสัมพันธ์ในทีมที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อผ่านความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด

The Influence of Team Spirit and Team Connectedness to Quality of Loan Service through Emotional Conflict and Task Conflict of Bangkok Bank's Credit Officers in the Central Region Areas

กมลชนก ปัญญาจิรวุฒิ* และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์[2]

Kamonchanok Panyajirawut* and Viroj Jadesadalug[2]

Received: March 10,2018, Revised: July 7,2018, Accepted : August 3,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม และปฏิสัมพันธ์ในทีมที่มีต่อ คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อผ่านความขัดแย้งด้านอารมณ์ และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัดเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชากรเป้าหมาย จำนวน 134 คน ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย

ผลการวิจัย พบว่า 1) มีความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับมาก มีปฏิสัมพันธ์ในทีมอยู่ในระดับมากที่สุด มีความขัดแย้งด้านอารมณ์อยู่ในระดับน้อย มีความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก และมีคุณภาพการบริการด้านสินเชื่ออยู่ในระดับมาก 2) ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ และมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ 3) ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ และมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ 4) ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ และ 5) ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการทำงานเป็นทีมในการให้บริการสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อที่มีคุณภาพและเป็นเลิศต่อไป

คำสำคัญ ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ปฏิสัมพันธ์ในทีม ความขัดแย้งด้านการทำงาน คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ

---

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

* Master Student, Master of Business Administration, Silpakorn University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ , คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The purpose of this research was to study the Influence of team spirit and team connectedness to quality of loan service through emotional conflict and task conflict of Bangkok Bank's credit officers in the central region areas. This research is a quantitative research. The data was collected by questionnaire from 134 credit officers of the Bangkok Bank in the provinces of the central region. All collected data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation and simple regression analysis.

The findings showed that: 1) the high level can be seen in team spirit, task conflict, and quality of loan service were at the high level, and team connectedness was at the highest level, whereas emotional conflict was at a low level; 2) team spirit has negative influence on emotional conflict and has positive influence on task conflict; 3) team connectedness has negative influence on the emotional conflict, and has positive influence on task conflict; 4) emotional conflict has negative influence on quality of loan services and 5) task conflict has positive influence on the quality of loan services. The results in this research can be used as guidelines in developing teamwork potential in order to provide credit or loan services more effectively and developing their quality services.

Keywords : Team Spirit, Team Connectedness, Task Conflict, Quality of Loan Service

1. บทนำ

ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจธนาคารมีการแข่งขันกันสูง ทั้งในส่วนของธุรกรรมเงินฝาก สินเชื่อและธุรกรรมอื่น ส่งผลให้ธนาคารต้องมีการพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะปรับปรุงการบริการด้านสินเชื่อของธนาคารให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า อันจะทำให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้มาใช้บริการด้านสินเชื่อ (ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์, 2560) ธนาคารกรุงเทพมีเป้าหมายในการบริหารจัดการด้านทรัพยากรให้มีความสามารถเพื่อรองรับกระบวนการทำงานขององค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์ถือว่าเป็นกุญแจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรและเป็นกำลังสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจกรรมการทำงานให้ดียิ่งขึ้น (ธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน), 2560)

ความขัดแย้งในการทำงานมีทั้งผลดีและผลเสียที่อาจจะทำให้องค์กรไม่สามารถดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายได้ เนื่องจากบุคคลมีความคิด ความต้องการ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้ขาดความร่วมมือในการประสานงาน หากความขัดแย้งไม่ได้รับการจัดการก็อาจจะเกิดผลเสียต่อการพัฒนาขององค์กรได้ ดังนั้น ความขัดแย้งจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับหน่วยงาน ถ้าสามารถควบคุมให้อยู่ในระดับที่ต่ำ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนา (Marquis & Huston, 1987) วิธีการจัดการความขัดแย้งให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันในรูปแบบของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ซึ่งสามารถลดปัญหาความขัดแย้งของบุคลิกภาพที่แตกต่างกันได้ (Mennon et al., 1996) รวมทั้งควรส่งเสริมให้องค์กรมีปฏิสัมพันธ์ในทีมที่ดีต่อกัน เพื่อลดระดับความขัดแย้งด้านอารมณ์ลง แต่ก็ควรควบคุมให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่ให้มีการพึ่งพิงที่มากเกินไปจนส่งผลต่อความขัดแย้งในงาน (Gaski, 1984)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องอิทธิพลของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม และปฏิสัมพันธ์ในทีมที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อผ่านความขัดแย้งด้านอารมณ์ และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญและส่งผลต่อประสิทธิภาพด้านการบริการด้านสินเชื่อทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการทำงานเป็นทีมในการให้บริการสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งผลไปยังการบริการที่มีคุณภาพและเป็นเลิศต่อการบริการด้านสินเชื่อต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ปฏิสัมพันธ์ในทีม ความขัดแย้งด้านอารมณ์ ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ และคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมที่มีต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ในทีมที่มีต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ

4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความขัดแย้งด้านอารมณ์ที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ

5. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม (Team Sprit)

ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม หมายถึง การร่วมกันทำงานของสมาชิกในองค์กรที่มีทักษะต่างๆ ที่ช่วยให้การทำงานของทีมมีความสมบูรณ์ขึ้น โดยมีข้อตกลง มีวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายในการทำงาน และมีแนวทางในการทำงานที่ทุกคนมีส่วนในการรับผิดชอบร่วมกัน โดยที่สมาชิกทุกคนนั้นจะต้องมีเป้าหมายเดียวกัน เมื่อทำสิ่งใดทุกคนต้องยอมรับร่วมกัน มีการวางแผนการทำงานร่วมกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Barclay (1991) ที่กล่าวว่าความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม จะส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่อบอุ่นและเชื่อถือได้ภายในองค์กร ลดปัญหาความขัดแย้งของบุคลิกภาพที่แตกต่างกันได้ ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ยังสร้างความรู้สึกของพนักงานและความภาคภูมิใจในองค์กรด้วย และยังช่วยเพิ่มความขัดแย้งด้านการทำงานและความร่วมมือระหว่างองค์กรเกี่ยวกับวิธีการที่ดีที่สุดในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์

1.1 ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์

1.2 ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์

3.2 **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ในทีม** (Team Connectedness)

ปฏิสัมพันธ์ในทีม หมายถึง ความสัมพันธ์ของบุคคลในองค์กรที่มีส่วนร่วมในองค์กร เป็นกระบวนการแสดงความคิดเห็นถึงความต้องการไปในทิศทางเดียวกัน มีการสื่อสารที่ดีเพื่อการประสานงานที่เกิดประสิทธิภาพ โดยมีการคิดดำเนินงานร่วมกันทั้งหัวหน้าและลูกน้อง โดยมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น สอดคล้องกับแนวคิดของ Menon et al. (1996) ที่กล่าวว่า ปฏิสัมพันธ์ในทีม ทำให้ระดับความขัดแย้งด้านอารมณ์ลดลงเพราะอยู่ในความสนใจร่วมกันของคู่กรณีที่ให้ความร่วมมือ แต่จะส่งผลให้ความขัดแย้งในการทำงานเพิ่มขึ้น อันเนื่องจากมีการพึ่งพิงกันมากเกินความจำเป็นในการประสานงาน

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์

2.1 ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์

2.2 ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์

3.3 **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งด้านอารมณ์** (Emotional Conflict)

ความขัดแย้งด้านอารมณ์ หมายถึง ความขัดแย้งที่เกิดจากความรู้สึกของบุคคล ทัศนคติ ความรู้สึก ค่านิยม ความสนใจ ความสัมพันธ์ เป็นต้น หรือเป็นความขัดแย้งซึ่งเกิดจากบุคลิกภาพของบุคคลที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานสูญเสียพลังงาน เกิดความกังวลใจ ส่งผลให้ความสำคัญของงานลดลง สอดคล้องกับแนวคิดของ Gregory and Shoham (2001) พบว่า ความคัดแย้งด้านอารมณ์จะส่งผลลบต่อคุณภาพของการทำงานของพนักงานในองค์กร

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ

3.4 **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์** (Task Conflict)

ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ความขัดแย้งที่เกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานและเป้าหมายของงาน รวมถึงความขัดแย้งที่เกิดจากวิธีการทำงานที่ต่างกัน หรือศักยภาพในการทำงานของแต่ละบุคคล หรือเป็นกลุ่มบุคคลแสดงออกไปในทางที่เป็นปฏิปักษ์ต่อกัน เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดผลต่อการทำงานในองค์กรเป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากผลประโยชน์เชิงบวกกับกลุ่มเรียกว่า เป็นความขัดแย้งในเชิงสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ (Task Conflict)

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัย จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

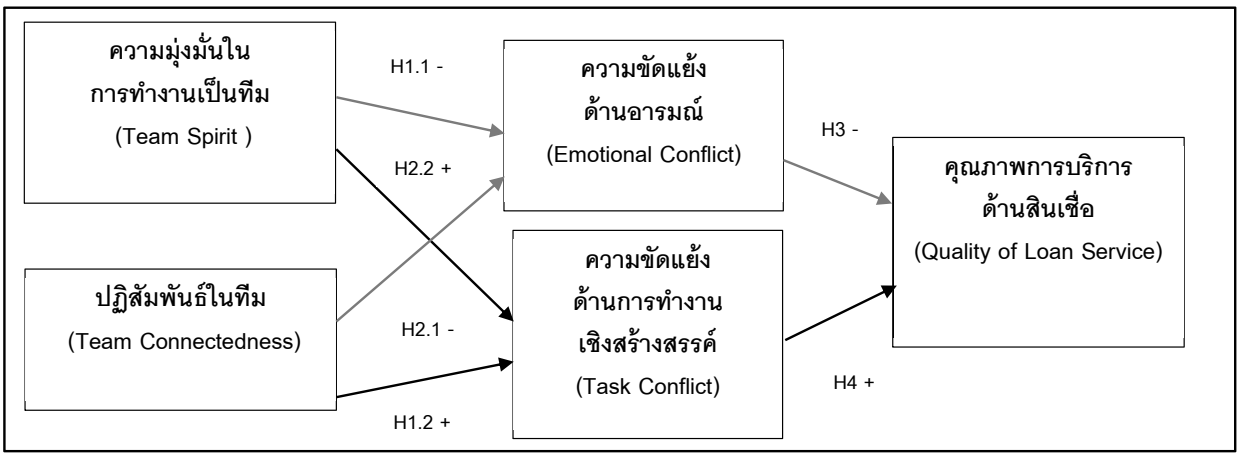
สมมติฐานที่ 4 : ความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ

3.5 **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ** (Quality of Loan Service)

คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจและผลสำเร็จในการบริการสินเชื่อให้แก่ลูกค้า โดยพนักงานธนาคารจะมีความพร้อมและศักยภาพที่จะมอบการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าธนาคาร ส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ อำนวยความสะดวกในด้านการบริการสินเชื่อเพื่อให้ได้ผลอนุมัติที่รวดเร็วทันเวลาและตามแผนที่กำหนด ซึ่งเป็นการตอบโจทย์วัตถุประสงค์ได้ตามความต้องการของลูกค้า การวิเคราะห์ทางด้านสินเชื่อจะต้องมีความถูกต้องไม่ผิดพลาดและไม่เกิดหนี้มีปัญหาภายหลัง และให้การช่วยเหลือได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

ด้านสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า การบริการเป็นการแสดงหรือสมรรถนะที่หน่วยงานหนึ่งๆ เสนอให้กับอีกหน่วยงาน อันเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณ์อย่างเป็นแก่นสาร และไม่มีผลลัพธ์ในสภาพความเป็นเจ้าของในสิ่งใดโดยที่การผลิตอาจจะไม่ถูกผูกมัดกับผลิตภัณฑ์กายภาพ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ปฏิสัมพันธ์ในทีม ความขัดแย้งด้านอารมณ์ ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงกำหนดแนวคิด ดังรูปภาพประกอบที่ 1



รูปภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ระดับปฏิบัติการ ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด ประกอบด้วยทั้งหมด 14 สำนักธุรกิจ มีจำนวน 134 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2560 – กรกฎาคม พ.ศ. 2561 และการเก็บแบบสอบถามดำเนินการเดือน เมษายน พ.ศ. 2561

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจาก กรอบแนวคิดเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของพนักงานสินเชื่อธนาคารกรุงเทพ ส่วนที่ 2 ด้านความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม ส่วนที่ 3 ด้านปฏิสัมพันธ์ในทีม ส่วนที่ 4 ด้านความขัดแย้งด้านอารมณ์ ส่วนที่ 5 ด้านความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ส่วนที่ 6 ด้านคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ และส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะทั่วไป

4.3 สถิติที่ใช้เพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำสถิติมาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธี การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ใช้สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

4.4 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.4.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้อง ความครอบคลุมของข้อคำถาม และนำผลที่ได้มาคำนวณหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 - 1.0 (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

4.4.2 วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการทดสอบความเชื่อมั่น (Pre -Test) กับประชากร จำนวน 30 ชุดแรก แล้วนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นควรอยู่ที่ระดับ 0.71 – 1.00 (Nunnally, 1967) แสดงข้อมูลดังตาราง 1

4.4.3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เป็นการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ซึ่งได้ค่า Factor Loading ที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.611 - 0.948 ซึ่งสอดคล้องกับค่าน้ำหนัก องค์ประกอบควรจะมีตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป (Nullally and Berstein 1994 อ้างถึงใน Jadesadalug, 2009) แสดงข้อมูลดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha)
1. ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม	0.758 – 0.831	0.854
2. ปฏิสัมพันธ์ในทีม	0.738 – 0.845	0.893
3. ความขัดแย้งด้านอารมณ์	0.901 – 0.931	0.714
4. ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์	0.922 – 0.948	0.963
5. คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ	0.611 – 0.835	0.868

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยสถิติค่าความถี่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน หลังจากนั้นวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ใช้สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

5. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด จำนวน 134 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน (ร้อยละ 53.0) มีอายุเฉลี่ยที่กลุ่มอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี และ 26 - 35 ปี จำนวน 43 คน เท่ากัน (ร้อยละ 43.3) การศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 84 คน (ร้อยละ 62.7) และมีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 15,000 – 30,000 บาท (ร้อยละ 65.7) ภาพรวมหากพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม

($\bar{x}$= 4.17, S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมาก ปฏิสัมพันธ์ในทีม ($\bar{x}$= 4.22, S.D. = 0.52) อยู่ในระดับมากที่สุด ความขัดแย้งด้านอารมณ์ ($\bar{x}$= 1.83, S.D. = 0.85) อยู่ในระดับน้อย ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{x}$= 3.98, S.D. = 0.83) อยู่ในระดับมาก และคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ($\bar{x}$= 4.15, S.D. = 0.55) อยู่ในระดับมาก

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	TS	TC	EC	TF	SQ
ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	4.17	4.22	1.83	3.98	4.15
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.58	0.52	0.85	0.83	0.55
ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม (TS)					
ปฏิสัมพันธ์ในทีม (TC)	.717**				
ความขัดแย้งด้านอารมณ์ (EC)	-.401**	-.330**			
ความขัดแย้งด้านการทำงาน เชิงสร้างสรรค์ (TF)	.437**	.396**	-.707**		
คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ (SQ)	.534**	.482**	-.253**	.435**	

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ทุกตัวมีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.253 – 0.717 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ดังนั้นสรุปได้ว่า ตัวแปรต้น มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย เพื่อแสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ผลการทดสอบสมมติฐานตามตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม					
	EC		TF		SQ	
ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีม (TS)	-0.401***		0.437***			
ปฏิสัมพันธ์ในทีม (TC)		-0.330***		0.396***		
ความขัดแย้งด้านอารมณ์ (EC)					-0.253**	
ความขัดแย้งด้านการทำงาน เชิงสร้างสรรค์ (TF)						0.435**
Adjusted R^2	0.155	0.109	0.185	0.151	0.057	0.183

*p<0.05, **p<0.01 ***p < 0.001

จากตาราง 3 พบว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ (β = -.401, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 มีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ (β = .437, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ (β = -.330, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 มีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ (β = .396, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ (β = -.253, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ (β = .435, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

5. การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องอิทธิพลของความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมและปฏิสัมพันธ์ในทีมที่มีต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ผ่านความขัดแย้งด้านอารมณ์และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัด สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

5.1 ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 โดยค่าความสามารถในการพยากรณ์ได้ (β = -.401, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัดมีพฤติกรรมและบุคลิกภาพที่หลากหลาย อาจเกิดจากการความขัดแย้งภายในจิตใจ ขัดแย้งด้วยพฤติกรรมหรือบุคลิกภาพที่ตนไม่พอใจ จึงทำให้มีผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมาก จะ ส่งผลให้ตัวเจ้าหน้าที่ขาดความมุ่งมั่นและร่วมมือกันใน การทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Barclay (1991) ที่พบว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมจะทำให้เกิดความสัมพันธ์อันอบอุ่น และความไว้วางใจกันภายในทีมซึ่งจะช่วยลดความขัดแย้งทางด้านบุคลิกภาพที่แตกต่างกันของเพื่อนร่วมทีมได้

5.2 ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมย่อมส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในการทำงานเชิงสร้างสรรค์เกิดขึ้นได้ อันเนื่องจากหน้าที่ในการทำงานภายในทีมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ความขัดแย้งด้านการทำงานเป็นความขัดแย้งเชิงบวก จะช่วยให้ภายในทีมเกิดการพัฒนาศักยภาพในการทำงานของเพื่อนร่วมทีมแตกต่าง โดยมองข้ามความขัดแย้งเพื่อมุ่งไปสู่การบรรลุ เป้าหมายของธนาคาร คือ การให้บริการที่มีคุณภาพร่วมกันได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gregory and Shoham (2001) พบว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมจะทำให้ความขัดแย้งในการทำงานสูงขึ้น

5.3 ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ ผลการทดสอบพบว่า ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ระหว่างการทำงานหรือการประสานงานภายในทีม หากเจ้าหน้าที่มีความขัดแย้งทางด้านอารมณ์ ที่เกิดขึ้นร่วมระหว่างทำงานจะทำให้ขาดความสามัคคีกันในการทำงาน ขาดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำงาน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นต่างฝ่ายต่างไม่พูดกันเก็บปัญหาไว้ ไม่ได้มีการถูกแก้ไขในทันที ส่งผลให้ไปลดการมีปฏิสัมพันธ์ในทีม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gregory and Shoham (2001) พบว่า ปฏิสัมพันธ์ในทีมจะช่วยลดความขัดแย้งทางด้านอารมณ์ของทีมงานในองค์กรได้ และ Gaski (1984) ที่พบว่า ปฏิสัมพันธ์ในทีมจะทำให้ความขัดแย้งด้านอารมณ์ลดลงเพราะจำเป็นต้องมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันเพื่อให้เกิดความร่วมมือกันในการทำงาน

5.4 ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างทำงานร่วมกันเป็นทีม มีการ ติดต่อสื่อสารและประสานงานกันได้ดี ส่งผลให้เกิดความช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นอย่างดีระหว่างการทำงาน เมื่อเกิดการ ระดมความคิด หรือต้องแก้ไขปัญหาในการทำงานจะทำให้งานมีความหลากหลายและพัฒนาไปในทางที่ดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gaski (1984) ที่พบว่า ปฏิสัมพันธ์ในทีมจะทำให้บุคคลมุ่งเน้นในการทำงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในงานขึ้นได้

5.5 ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่ออย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างระหว่างบุคลิกภาพ และพฤติกรรมส่วนบุคคลหรือค่านิยม ความเชื่อ รวมถึงการที่มีความสนใจในสิ่งต่างๆ ที่ไม่เหมือนกัน ความคิดเห็น ทัศนคติไม่ตรงกับเพื่อนร่วมงาน ของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ จึงส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ด้านการส่งมอบการบริการที่ดีให้กับลูกค้าสินเชื่อ และการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า รวมทั้งขาดการใส่ใจและมีการติดตามลูกค้าหลังจากได้รับอนุมัติสินเชื่อได้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gregory and Shoham (2001) พบว่า ความคัดแย้งด้านอารมณ์จะส่งผลลบต่อคุณภาพของยุทธศาสตร์การทำงานของพนักงานในองค์กร

5.6 ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ความแตกต่างทางด้านความคิด และการแข่งขันในการทำงานจะทำให้มีการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อที่มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์เป็นความขัดแย้งเชิงบวกที่ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการทำงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุจิรา บัวใหญ่ (2551) พบว่า มีความสอดคล้องกันระหว่างพฤติกรรมการทำงานส่งผลกับคุณภาพในการให้บริการ

ตาราง 4 สรุปผลการทดสอบตามสมมติฐาน

สมมติฐานของการศึกษา		ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1	ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์	ยอมรับสมมติฐาน (β = -.401, $p < 0.001$)
สมมติฐานที่ 1.2	ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์	ยอมรับสมมติฐาน (β = .437, $p < 0.001$)
สมมติฐานที่ 2.1	ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์	ยอมรับสมมติฐาน (β = -.330, $p < 0.001$)
สมมติฐานที่ 2.2	ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์	ยอมรับสมมติฐาน (β = .396, $p < 0.001$)
สมมติฐานที่ 3	ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ	ยอมรับสมมติฐาน (β = -.253, $p < 0.001$)
สมมติฐานที่ 4	ความขัดแย้งด้านการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ	ยอมรับสมมติฐาน (β = .435, $p < 0.001$)

6.ประโยชน์จากการวิจัย

6.1 ประโยชน์เชิงการจัดการ

6.1.1 ผู้บริหารธนาคารกรุงเทพใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานให้ความร่วมมือกันในการปฏิบัติงานในองค์การ เพื่อจะนำไปสู่พลังของกลุ่มในการบรรลุเป้าหมายการให้บริการของธนาคาร

6.1.2 หัวหน้างานและสมาชิกภายในทีมใช้เป็นแนวทางในการเฝ้าระวังความขัดแย้งในลักษณะดังกล่าวไม่ให้ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมได้ โดยอาจใช้รูปแบบเวทีการพูดคุยกันช่วงเช้าก่อนให้บริการลูกค้า เพื่อให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นที่แตกต่างกัน เพื่อยอมรับในความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

6.1.3 หัวหน้างานหรือระดับบังคับบัญชาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานในลักษณะให้เกิดการแข่งขันในการทำงาน และคอยระวังไม่ให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงกันจนนำไปสู่ความขัดแย้งที่รุนแรง

6.1.4 เจ้าหน้าที่บริหารระดับหัวหน้างานใช้เป็นแนวทางในการหาข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานร่วมกับเจ้าหน้าที่สายปฏิบัติ เพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร

6.2 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยพัฒนามาจากการทบทวนแนวคิด และทฤษฎีความมุ่งมั่นในการทำงาน ปฏิสัมพันธ์ในทีม และความขัดแย้ง ทำให้เกิดการบูรณาการทางทฤษฎีที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งข้อค้นพบนี้นำมาจากการศึกษาในลักษณะพิสูจน์ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัว ในเชิงทฤษฎีสามารถนำข้อค้นพบนี้ไปต่อยอดเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรดังกล่าวกับตัวอื่น ๆ ต่อไปได้ จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการทำงานเป็นทีม ทำให้เกิดอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารกรุงเทพ การศึกษาครั้งนี้ทำให้องค์กรสามารถมองเห็นแนวทางในการวางนโยบายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการลดหรือเพิ่มความขัดแย้งที่ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ อันจะนำไปสู่การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธนาคารในกระแสกระแสการเปลี่ยนแปลงทางด้านบริการด้านสินเชื่อได้อย่างเหมาะสม โดยมีข้อเสนอแนะ คือ ผู้บริหารของธนาคารกรุงเทพ (จำกัด) ควรกำหนดรูปแบบของทัศนคติและพฤติกรรมที่เหมาะสมขึ้นมาเพื่อใช้เป็นต้นแบบให้พนักงานนำไปเป็นแบบอย่างและปฏิบัติตามเพื่อลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้น และเป็นการนำความขัดแย้งบางประการมาเสริมพลังในการทำงานให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

7. ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

7.1 ควรมีการศึกษาทางด้านการพัฒนาให้มีการอนุมัติสินเชื่อได้รวดเร็วตามแผนงานที่กำหนด

7.2 ควรศึกษาความคาดหวังในการปฏิบัติงานด้านสินเชื่อที่ลูกค้ามีต่อการบริการของเจ้าหน้าที่สินเชื่อเพื่อนำไปปรับปรุงการทำงานและให้บริการสินเชื่อที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคต

7.3 ควรมีการศึกษาความสามารถในการวิเคราะห์สินเชื่อที่ถูกต้องตามมาตรฐานเพื่อเป็นการพัฒนาตัวบุคลากรทางด้านสินเชื่อ

8. สรุปผลการวิจัย

ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมอยู่ในระดับมาก ปฏิสัมพันธ์ในทีมอยู่ในระดับมากที่สุด ความขัดแย้งด้านอารมณ์อยู่ในระดับน้อย ความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก และคุณภาพการบริการด้านสินเชื่ออยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานเป็นทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ และมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ปฏิสัมพันธ์ในทีมมีอิทธิพลทางลบต่อความขัดแย้งด้านอารมณ์ และมีอิทธิพลทางบวกต่อความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ความขัดแย้งด้านอารมณ์มีอิทธิพลทางลบต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ และความขัดแย้งด้านการทำงานเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการทำงานเป็นทีมในการให้บริการสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนาการให้บริการด้านสินเชื่อที่มีคุณภาพและเป็นเลิศต่อไป

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่สินเชื่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตประกอบการภาคกลางต่างจังหวัดทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ข้อมูลประกอบการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2551). *พฤติกรรมองค์การ.* กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991) จำกัด.

ณัฐดนัย คลล้ำ. (2553). *คุณภาพการให้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาชัยนาท.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2561). *นโยบายกำกับดูแลกิจการ,จรรยาบรรณและจริยธรรมธุรกิจ,* ธนาคารกรุงเทพวันนี้, ค้นเมื่อ 18 มกราคม 2561, จาก http://www.bangkokbank.com/

_____ . (2561). *คุณภาพการบริการด้านสินเชื่อ*, ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2561, จาก http://www.bangkokbank.com/BangkokBankThai/

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุริยาสาสน์.

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยตลาด.* กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัญญาพล แข็งแอ. (2552). "*ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการทำงานเป็นทีมของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัท อุตสาหกรรมน้ำตาลอีสาน จำกัด.*" การศึกษาค้นคว้าอิสระ. ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์. (2017) . *เจาะลึกเศรษฐกิจไทยปี 2017.* ค้นเมื่อ 18 มกราคม 2561, จาก https://www.scbeic.com/th/detail/product/3173

สุจิรา บัวใหญ่. (2551). *การรับรู้ความสามารถของตนเอง การมอบอำนาจในงาน พฤติกรรมในการทำงาน และคุณภาพการให้บริการ:กรณีศึกษาธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน) เขตประชาชื่น.* วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย รามคำแหง.

Barclay, D. (1991). Interdepartmental conflict in organizational buying : the impact of organization context. *Journal of Marketing Research* (JMR). 26(2): 145-59.

Daft, R.L. (1997). *Management*. Orlando: Florida, the Dryden press.

Gaski, J.F. (1984). The theory of power and conflict in channels of distribution. *Journal of Marketing Research* (JMR). 48(3): 9-29.

Gaski. J.F. (1984). The theory of power and conflict in channel of distribution. *J Mark 1984*; 48(3): 9-29.

Gregory, M.R. and Aviv S. (2004). Interorganizational task and emotional conflict with international channels of distribution. *Journal of Business Research* . 57 (9): 942-950.

Kotler, P. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey : A simon & Schuster Company.

Marquis, B.L. & Huston, C.J. (1987). *Management Decision Making for Nurse: 101 Case Studies*. Philadelphia: J.B. Lippincott.

Menon A, Bharadwaj S.G., Howell R. (1996). The quality and effectiveness of marketing strategy : effects of functional and dysfunctional conflict in intra-organizational relationships. *J Acad Mark. Sci*. 24(4): 299-313.

Moorhead, G. & Griffin, R.W. (2001). *Organizational behavior : managing people and organizations*. 6th ed. Boston : Houghton Mifflin.

Nunnally, J.C. (1967). *Test and Measurement*. New York: McGraw-Hill.

บทบาทของตัวแปรแทรกความไว้วางใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ความรู้สึก ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ และคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม

The Influence of Perceived Empowerment to Service Quality: The moderating Role of Cognition - based trust and Affective - based trust of Krungthai Bank (Public company limited), branch office Nakhon Pathom Province

กัญญากาญจน์ เสาวชาคริต* และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์**

Kunyakan Saowachacrit* and Viroj Jadesadalug**

Received: March 10,2018, Revised: July 7,2018, Accepted : August 3,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของตัวแปรแทรกความไว้วางใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ความรู้สึก ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ และคุณภาพการบริการ โดยรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชากรเป้าหมายจำนวน 163 คน ซึ่งเป็นพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจอยู่ในระดับมากและคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกอยู่ในระดับมาก อิทธิพลของการมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ อิทธิพลของการให้ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกในอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิจัยนี้ผู้บริหารสามารถนำไปพัฒนาการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของพนักงานภายใต้ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและสามารถสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่ลูกค้าต่อไป

คำสำคัญ : การรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจ ความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึก คุณภาพการบริการ

---

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยศิลปากร

* Master Student, Master of Business Administration, Silpakorn University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] Assistant Professor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

This research aims to study The Influence of Perceived Empowerment to Service Quality: The moderating Role of Cognition - based trust and Affective - based trust. This research data were collected by questionnaire from 163 target population, employees of Krung Thai Bank Public Company Limited Nakhon Pathom province. Data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, correlation coefficient, simple regression analysis. The results suggest that: The perception empowerment was at the high level and the quality of service was at the highest level. The cognitive – based trust and affective – based trust were at a high level. The influence of decision making significantly effect on service quality. The moderating role of cognitive – based trust and affective – based trust significant effect on the relationship of perception, empowerment on decision making to service quality. Based on this research, executives can improve the perception of decision-making authority to enhance the quality of service provided by employees under the trust of their knowledge and emotions. To enhance the performance of our employees and create a good image for our customers.

Keywords: Perception Empowerment , Cognitive – Based Trust , Affective – Based Trust Service Quality

1. บทนำ

สภาพเศรษฐกิจของสังคมไทยในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้ที่ไม่ปรับตัวรับกับความเปลี่ยนแปลงนี้ก็อาจจะทำให้ไม่สามารถเติบโตขึ้นได้ (สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2560) ส่งผลให้สถาบันการเงินจะต้องมีความกระตือรือร้นพัฒนารูปแบบการประกอบกิจการเพื่อรักษาบทบาทในการเป็นตัวกลางทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการสร้างรายได้ที่มั่นคงในระยะยาวและเพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธนาคารพาณิชย์จะต้องมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและมีพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งอยู่เสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2560) เพื่อให้ลูกค้ามีความไว้วางใจทำให้สามารถรักษาฐานลูกค้า และเพิ่มฐานลูกค้ารายใหม่ ๆ มากขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งมีปัจจัยสำคัญหลายประการโดยปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการเพิ่มคุณภาพการบริการ ได้แก่ การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับความสามารถ มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อส่งเสริมการให้บริการ บุคคลากรที่จะดำรงตำแหน่งจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานของตน มีความสามารถหรือความถนัดในงานที่ได้รับผิดชอบ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานองค์กรควรมีการกระจายอำนาจหน้าที่ในการทำงาน (สุมาลี ทองดี, 2551) การเสริมสร้างความไว้วางใจก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถทำงานให้ออกมาได้ดียิ่งขึ้น การที่พนักงานมีความไว้วางใจในหัวหน้างานจะทำให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ พนักงานมีความเชื่อมั่นในตัวหัวหน้าหน่วยงาน พนักงานรับรู้ถึงความไว้วางใจในการที่หัวหน้างานมอบหมายงานให้รับผิดชอบทำให้พนักงานเกิดความมั่นใจในงานที่ทำและมีมุ่งมั่นในการทำงานมากขึ้น มีความเป็นกันเองกับพนักงานทำให้สามารถเปิดใจพนักงานเพื่อให้กล้าแสดงความคิดเห็นที่ดีเพื่อประโยชน์ในการทำงาน จะทำให้พนักงานมีพลังที่จะทำงานมีกำลังใจในการทำงานมากยิ่งขึ้นส่งผลให้บริการลูกค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาพบว่างานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่ส่งผล

ต่อคุณภาพการให้บริการค่อนข้างน้อย ซึ่งธนาคารกรุงไทยเป็นธนาคารรัฐวิสาหกิจทำให้อาจจะมีอิสระในขอบเขตผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นกรณีศึกษา ดังนั้นผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรในการพัฒนาโครงสร้างการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้องค์กรเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายต่อไป และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้วิจัยในอนาคตที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มคุณภาพการบริการในมิติอื่นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีต่อคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

2.2 เพื่อศึกษาความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจ และความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึกของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพของการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

2.4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรแทรกความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจที่และคุณภาพการบริการของพนักงานกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

2.5 เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรแทรกความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึกที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครปฐม

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

3.1 **แนวคิดเรื่องการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจ** (Perception Empowerment) หมายถึง การได้รับการสร้างเสริมศักยภาพหรือสมรรถนะให้บุคคลได้รับอิสระสามารถตัดสินใจในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ ทำให้บุคคลที่ได้รับอำนาจในการตัดสินใจเกิดความเชื่อมั่นในตนเองว่ามีความสามารถเพียงพอในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับนรีลักษณ์ สุวรรณโนบล (2559), (เนตรนภา ขุมทอง, 2550),(สุมาลี ทองดี, 2551) ที่ให้ความหมายไว้ว่าการมอบอำนาจในการตัดสินใจเป็นการเสริมสร้างพลังอำนาจ เพิ่มศักยภาพของบุคคล โดยผู้บังคับบัญชาถ่ายโอนอำนาจ ให้อิสระในการตัดสินใจด้วยตัวของเขาเองปราศจากการควบคุม บังคับ หรือสั่งการ และจัดหาทรัพยากรในการปฏิบัติงานให้ผู้ใต้บังคับบัญชารวมถึงการจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้บุคคลเกิดความสามารถในทำงานและแก้ปัญหาต่างๆ ได้บรรลุผลสำเร็จของตนเองและองค์กร

3.2 **แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการ** (Service Quality) หมายถึง การให้การบริการที่ดี การดูแลเอาใจใส่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมให้เป็นที่น่าพึงพอใจเป็นไปตามมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550) ได้เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เองเป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง ดังนั้นการบริการจึงเป็นหัวใจหลักขององค์กรที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่ผลประกอบการที่ดีโดยการยึดการตอบสนองความจำเป็นของลูกค้าเชิงรุก การบริการที่ครบวงจรและผู้ที่

ให้บริการมีความรู้ความสามารถ กระตือรือร้นในการให้บริการ สามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงใจผู้ที่เข้ามารับบริการ ก็จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อพนักงานและองค์กรส่งผลให้อยากเข้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ

จากการศึกษาการมอบอำนาจในการตัดสินใจ จะพบว่าหากพนักงานรับรู้ถึงการได้รับการมอบอำนาจในการตัดสินใจ จะทำให้พนักงานเกิดพลังอำนาจในการพัฒนาหรือเสริมสร้างความสามารถของตนเอง มีความเชื่อมั่นในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน และยังสามารถก่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติงานใหม่ๆ หรือแนวคิดริเริ่มแบบใหม่ๆ ที่จะแก้ไขปัญหาต่างและยังสามารถพัฒนาองค์กรของตนเองได้ ส่งผลให้การบริการที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เกิดความภาคภูมิในการปฏิบัติงาน มีความมั่นใจในตนเอง และสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดีในระดับหนึ่ง ก่อให้เกิดคุณภาพในการบริการที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริศา (2557) กล่าวว่าการรับรู้ความสามารถของตนเอง จะทำให้พนักงานมีกำลังใจ ตั้งใจพร้อมที่จะเรียนรู้ทำให้พฤติกรรมการทำงานดีขึ้น จึงนำมาสู่สมมติฐานงานวิจัยซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมติฐานที่ 1 : การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการ

3.3 **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความไว้วางใจ** (Base Trust) หมายถึง ความเชื่อหรือความคาดหวังในทางบวกของบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคลหนึ่งในทางบวกไม่ว่าจะเป็นคำพูดการกระทำการตัดสินใจรวมถึงความสามารถของบุคคลนั้นๆ ด้วยและพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงต่อความคาดหวังบางประการเพื่อให้ได้มากับสิทธิจะได้รับ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยแยกปัจจัยในการศึกษาตามแนวคิดของ McAllister (1996) โดยสรุปความหมายของบนพื้นฐานความไว้วางใจ ไว้ว่าความไว้ใจโดยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ (Cognition – based trust) หมายถึง การรับรู้ว่าหัวหน้าหน่วยงานมีสติปัญญาความรู้ความสามารถในการทำงาน สามารถแก้ไขปัญหาและสามารถช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชาได้ ทำให้เกิดความน่านับถือและเชื่อมั่นในการปฏิบัติงาน ซึ่งพิจารณาแล้วว่าเป็นเหตุผลที่ทำให้เกิดความไว้วางใจ ส่งผลให้ผู้ใต้บังคับบัญชามั่นใจในการปฏิบัติงานยิ่งขึ้น และความไว้วางใจโดยพื้นฐานอารมณ์ความรู้สึก (Affective – based trust) หมายถึง การรับรู้ทางความรู้สึก ความผูกพันทางอารมณ์ ความเชื่อว่าหัวหน้าหน่วยงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือในด้านต่างๆ อย่างแท้จริง การเอาใจใส่ผู้ใต้บังคับบัญชา มีความเป็นกันเองสามารถพูดคุยถึงปัญหาต่างๆในที่ทำงานได้ ส่งผลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดความไว้วางใจในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจ จะพบว่าหากพนักงานผู้ให้บริการมีการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ จะส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการในทางบวกและถ้าพนักงานได้ให้ความไว้วางใจต่อหัวหน้าหน่วยงานโดยการให้ความไว้วางใจบนด้านความรู้และความเข้าใจจะยิ่งทำให้คุณภาพการบริการสูงมากยิ่งขึ้น อันเนื่องจากพนักงานมีความเชื่อใจและมั่นใจในตัวหัวหน้าหน่วยงานในการปฏิบัติงาน ก่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคัชพล จั่นเพชร (2559) กล่าวว่าความไว้วางใจในตัวผู้นำมีผลต่อการปฏิบัติงานและทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

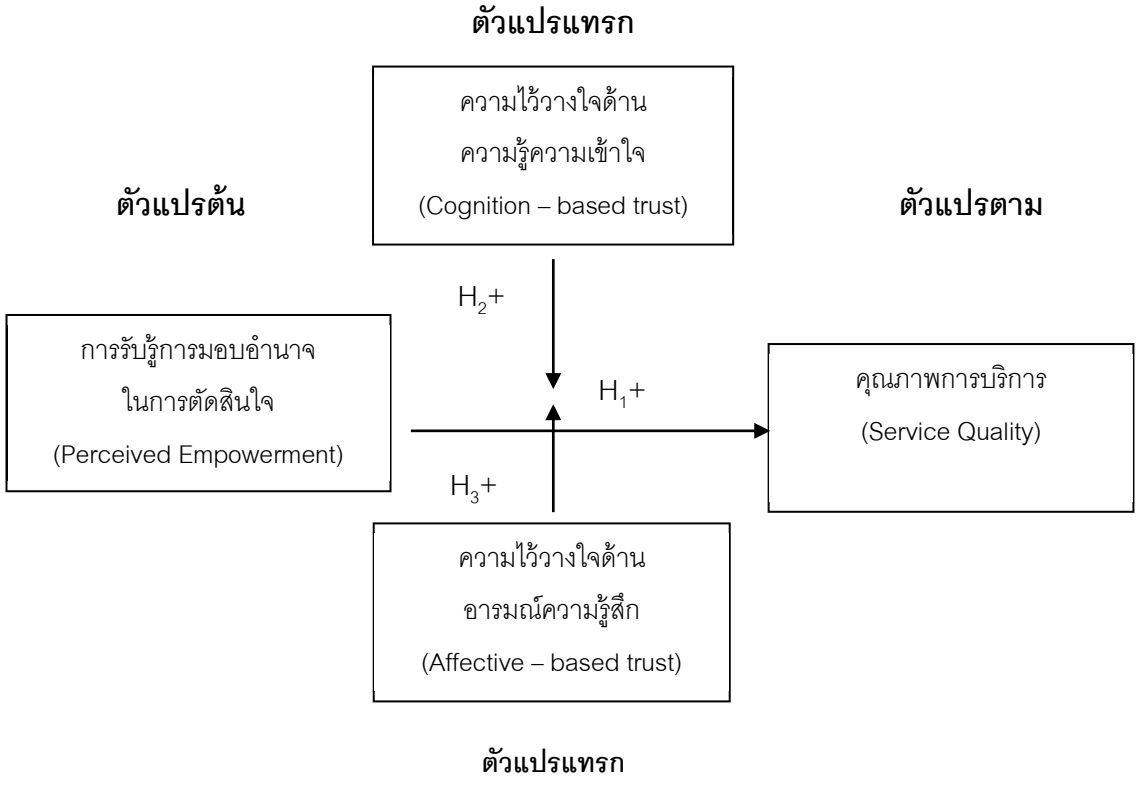
สมมติฐานที่ 2 : ความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ

จากการศึกษาการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจ จะพบว่าหากพนักงานผู้ให้บริการมีการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ จะส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการในทางบวกและถ้าพนักงานได้ให้ความไว้วางใจต่อหัวหน้าหน่วยงานโดยการให้ความไว้วางใจบนด้านอารมณ์ความรู้สึกจะทำให้คุณภาพการบริการสูงมากยิ่งขึ้น อันเนื่องจากพนักงานสายสัมพันธ์อันดีนำไปสู่ความสบายใจในการทำงาน การปฏิบัติงานที่มีความสุขจะสามารถส่งต่อความรู้สึกไปถึงลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัย

ของพิเชษฐ ผุงเพิ่มตระกูล (2554) กล่าวว่าความไว้วางใจ ความผูกพันในองค์กร จะส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : ความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการรับรู้การมอบอำนาจและคุณภาพการบริการ ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึก ผู้วิจัยจึงกำหนดแนวคิดดังรูปภาพประกอบที่ 1



รูปภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 กลุ่มประชากรในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนพนักงานกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีทั้งหมด 17 สาขา 181 คน สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยอยู่ทั้งสิ้น 163 คน คิดเป็นร้อยละ 90.06

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจ ส่วนที่ 3 ความไว้วางใจโดยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ ส่วนที่ 4 ความไว้วางใจโดยพื้นฐานอารมณ์ความรู้สึก ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

4.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

4.3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม สมบูรณ์ และนำมาพิจารณาประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม โดยการใช้วิธีทางสถิติสำหรับความเที่ยงตรง โดย การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ และ การหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ประเมินถ้าคำนวณแล้วได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าสอดคล้องในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากแบบสอบถามโดยได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 – 1.00 (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

4.3.2 การตรวจสอบความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) เป็นการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ค่าที่ได้จะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป ซึ่งค่าที่ได้มีค่าอยู่ระหว่าง 0.62 – 0.92 ดังนั้นแบบสอบถามจึงมีความเที่ยงตรงของโครงสร้าง สามารถนำไปใช้ทดสอบได้ (Nunnally and Bernstein,1994, อ้างถึงใน Jadesadalug and Ussahawanchaki, 2009: 47) ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 1

4.3.3 การวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งจะกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% (α = 0.05) ระดับความถูกต้อง (Validity) และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.5 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่ามากกว่าศูนย์แต่น้อยกว่าหนึ่ง โดยค่าความเชื่อมั่นของแต่ละข้อคำถามนั้น ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) โดยค่าที่ได้มีค่าอยู่ในช่วง 0.86 – 0.96 (รายละเอียดดังตารางที่ 1) ดังนั้นแบบสอบถามจึงสามารถจัดอยู่ในแบบสอบถามที่อยู่ในเกณฑ์ความเชื่อมั่นสูง และสามารถนำไปใช้ในการทดสอบได้ ดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 1

ตาราง 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักและองค์ประกอบ (Factor Loading)	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Cronbach's Alpha)
1. การรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ	0.62 – 0.84	0.88
2. คุณภาพการให้บริการ	0.78 – 0.82	0.86
3. ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจ	0.86 – 0.90	0.96
4. ความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึก	0.88 – 0.92	0.92

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณา ประกอบด้วยสถิติค่าร้อยละ แจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย โดยใช้เทคนิคการนำเข้า (Enter)

5. ผลลัพธ์และการอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม จำนวน 163 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.94 อายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.58 มีอายุการปฏิบัติงาน 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 72.39 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.96 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.99 ความคิดเห็นที่มีต่อการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจในภาพรวมเมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่าการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจ ($\bar{x}$= 3.76, S.D. = 0.56) อยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจโดยพื้นฐานความรู้ความเข้าใจ ($\bar{x}$= 4.14, S.D. = 0.63) อยู่ในระดับมาก ความไว้วางใจโดยพื้นฐานอารมณ์ความรู้สึก ($\bar{x}$= 4.02, S.D. = 0.71) อยู่ในระดับมาก และคุณภาพการให้บริการ ($\bar{x}$= 4.29, S.D. = 0.48) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	คุณภาพการบริการ			
	EM	CT	AT	SQ
ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	3.76	4.14	4.02	4.29
ส่วนเบี่ยนเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.56	0.63	0.71	0.48
การรับรู้การมอบอำนาจตัดสินใจ (EM)				
ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจ (CT)	0.521**			
ความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึก (AT)	0.500**	0.855**		
คุณภาพการบริการ (SQ)	0.277**	0.420**	0.405**	

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ และตัวแปรแทรกทุกตัวมีความสัมพันธ์กันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.277 – 0.855 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ดังนั้นสรุปได้ว่าตัวแปรต้น ตัวแปรแทรก มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย เพื่อแสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม ดังต่อไปนี้

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ถดถอยอย่างง่าย

ตัวแปร	สมมติฐานการวิจัย/ตัวแปรตาม		
	คุณภาพการบริการ		
การรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ(EM)	0.235***(0.001)		
การรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ (EM) × ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจ (CT)		0.407***(0.001)	
การรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ (EM) × ความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึก (AT)			0.410***(0.001)
Adjusted R^2	0.071	0.160	0.163

หมายเหตุ *** $p < 0.001$, (ตัวเลขในตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน)

จากตารางที่ 3 การทดสอบการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายโดยใช้เทคนิควิธีนำเข้า พบว่าการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการ (β = 0.235, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 การทดสอบความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการบริการ พบว่าความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลต่อการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจกับคุณภาพการให้บริการ (β = 0.407, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 การทดสอบความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการบริการ) พบว่าความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลต่อการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจกับคุณภาพการให้บริการ (β = 0.410 , $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องบทบาทของตัวแปรแทรกความไว้วางใจ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ความรู้สึก ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจ และคุณภาพการบริการของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่จังหวัดนครปฐมเป็น ในภาพรวม พบว่าพนักงานมีการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจ ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกต่อหัวหน้าหน่วยงาน อยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นในด้านคุณภาพการบริการมากที่สุด

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการ การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายของการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการ โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 7 แสดงให้เห็นว่าพนักงานรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจให้สามารถปฏิบัติงานได้ในขอบเขตที่ได้รับมอบหมายมีอิสระในการทำงานทำให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติหน้าที่ ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงานขึ้นได้เกิดการพัฒนาศักยภาพในตัวบุคคล พนักงานสามารถปรับเปลี่ยนการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ตามความเหมาะสมแก้ไขปัญหาได้ทันสถานการณ์

ภายใต้มาตรฐานของธนาคารได้ ส่งผลให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนภวรรณ คณานุรักษ์ (2552) เรื่องภาวะผู้นำเพื่อองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำเปรียบเสมือนกับการจัดการที่ดีเลิศไว้ว่า การให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรให้เกิดความรู้ความสามารถที่จะปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ และให้อิสระในการตัดสินใจในขณะปฏิบัติงาน ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ดีต่อไป

การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพในการให้บริการอย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 7 (β = 0.235, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจ สามารถปฏิบัติงานอย่างอิสระได้ในระดับขอบเขตที่เหมาะสมทำให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้เกิดคุณภาพในการให้บริการที่ดีขึ้นทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชชา สอนสวัสดิ์ (2554) เรื่องการเสริมสร้างพลังอำนาจโดยผ่านทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคคลากรวิทยาลัยชุมชน สังกัดสำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชนต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน กล่าวว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากบุคคลากรวิทยาลัยชุมชนได้ทราบขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของงาน และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้บริหารให้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการบริหารจัดการภายในวิทยาลัย ทำให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานที่ 2 ความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายของความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 16 แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจต่อหัวหน้าหน่วยงานอาจจะทำให้เกิดความมั่นใจในการทำงาน เกิดความเชื่อมั่นว่าหัวหน้าหน่วยงานจะสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นและนำพาให้สาขาบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ จึงส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ ผุงเพิ่มตระกูล (2554) พบว่า ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา การไว้วางใจในองค์กรส่งผลทางบวกและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการทำงาน

ความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความไว้วางใจในด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 16 (β = 0.407, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าถ้าพนักงานมีความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจในหัวหน้าหน่วยงานจะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือเมื่อพนักงานรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจและทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีแล้วพนักงานมีความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจในหัวหน้าหน่วยงาน มีความเชื่อถือว่าหัวหน้าหน่วยงานมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการบริหารจัดการ และสามารถนำพาให้สาขาบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้จะส่งผลให้คุณภาพการบริการดีขึ้นอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของอุชุมพร แก้วขุนทด (2550) พบว่าความไว้วางใจในผู้นำ ความไว้วางใจภายในองค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กร มีผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานและ ประสิทธิภาพใน

การทำงาน และผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะ คือ ผู้บริหารหรือผู้บังคับบัญชาควรแสดงความรู้ความสามารถในการบริหารงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความไว้วางใจ เมื่อพนักงานเกิดความไว้วางใจในผู้นำหรือผู้บริหารแล้วจะทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นว่าผู้นำจะสามารถทำให้บริษัทมีความเจริญเติบโตและสร้างความก้าวหน้าให้กับพนักงาน

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายของความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ โดยมีค่าความสามารถในการพยากรณ์คิดเป็นร้อยละ 16 แสดงให้เห็นว่าเมื่อพนักงานมีความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกต่อหัวหน้าหน่วยงาน อาจเนื่องมาจากพนักงานมีความรู้สึกว่าหัวหน้าหน่วยงานมีความเป็นกันเอง เต็มใจที่จะช่วยเหลืองานด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ มีความเห็นอกเห็นใจสภาพการทำงานของพนักงาน และมีความยุติธรรมต่อพนักงานทุกคน ซึ่งทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ดีจึงส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพิเชษฐ์ ผุงเพิ่มตระกูล (2554) กล่าวว่าความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรคงอยู่และประสบความสำเร็จ

ความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความไว้วางใจในด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลทางบวกในความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 16 ($\beta = 0.410$, $p < 0.001$) แสดงให้เห็นว่าถ้าพนักงานมีความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึกในหัวหน้าหน่วยงานจะมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการการรับรู้มอบอำนาจการตัดสินใจและคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือเมื่อพนักงานรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจและทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีแล้วพนักงานมีความไว้วางใจด้านอารมณ์ความรู้สึกในหัวหน้าหน่วยงาน มีความสัมพันธ์อันดีกับหัวหน้าหน่วยงานสามารถปรึกษางานต่าง ๆ กับหัวหน้าหน่วยงานได้เป็นอย่างดี มีความมั่นใจว่าหัวหน้าหน่วยงานเต็มใจที่จะช่วยเหลือเมื่อพนักงานประสบปัญหาส่งผลให้พนักงานมั่นใจและเต็มใจที่จะทำงานอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธนา สุนทรสถิตย์ (2556) กล่าวว่าการไว้วางใจในตัวผู้บังคับบัญชาจะส่งเสริมให้บุคลากรเกิดการพัฒนาและเรียนรู้ควบคู่ไปกับการทำงาน ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพของการทำงานและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอีกด้วย

6. ประโยชน์จากการวิจัย

6.1 ประโยชน์เชิงการจัดการธุรกิจ

จากการศึกษาพบว่าธนาคารจัดโครงสร้างของหน่วนงานที่สนับสนุนความเป็นอิสระในการทำงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นธนาคารควรส่งเสริมให้มีการจัดโครงสร้างที่ให้พนักงานมีอิสระทางความคิดเพิ่มมากขึ้น มีการประชุมเพื่อระดมความคิดในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมาย ควรมีการวางแผนโครงสร้างของการทำงานในแต่ละตำแหน่งและขอบเขตความรับผิดชอบให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทราบถึงขอบเขตการทำงานที่ถูกต้องและสามารถตัดสินใจในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง ด้านหัวหน้างานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายในสาขาได้มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ธนาคารควรจัดอบรมหัวหน้างานเพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ฝึกทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและควรมีแนวทางในการป้องกันการเกิดปัญหา เพื่อให้พนักงานเกิดความรู้สึกมั่นใจในการทำงานมากยิ่งขึ้นด้านความรู้สึกต่อหัวหน้า

หน่วยงานของมีความยุติธรรมต่อพนักงานทุกคนอยู่ในระดับต่ำที่สุด ดังนั้นหัวหน้าหน่วยงานควรมีการจัดการประชุมเพื่อเพิ่มการพูดคุยกันภายในสาขา มีการจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อเพิ่มความใกล้ชิดกับพนักงานทุกคน ควรมีการกระจายงานที่ได้รับมอบหมายให้ครบทุกคน เพื่อลดปัญหาความไม่ยุติธรรมที่เกิดขึ้น และควรจัดการให้คะแนนตามผลงานที่เกิดขึ้นให้เห็นเป็นรูปธรรมเพื่อลดข้อกังขาของพนักงาน และพนักงานจะได้เกิดความมั่นใจถึงความยุติธรรมที่เกิดขึ้นภายในสาขาด้านพนักงานให้ความสำคัญในด้านคุณภาพการให้บริการมากที่สุด ความคิดเห็นในด้านสามารถทำให้ลูกค้าบอกถึงการบริการที่ดีกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นอยู่ในระดับที่มาก ดังนั้นธนาคารควรส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์ถึงการบริการที่ดีของพนักงานธนาคารเพื่อให้บุคคลภายนอกได้รับทราบและถูกพูดถึง เพื่อขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ทำให้เพิ่มภาพลักษณ์การบริการที่ดี ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสถาบันการเงินที่สำคัญของประเทศไทย และมีการปรับปรุงโครงสร้างของธนาคารอย่างต่อเนื่องตามแนวทางเศรษฐกิจโลก ดังนั้นธนาคารจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า และเป็นการปรับพนักงานให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด และเพิ่มฐานลูกค้าต่อไป

6.2 ประโยชน์เชิงทฤษฎี

ผู้วิจัยพัฒนามาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ มีการบูรณาการทางทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ บทบาทความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึก จากงานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับรู้มอบอำนาจในการตัดสินใจที่ส่งผลทำให้คุณภาพของการบริการที่ดี และหากพนักงานมีความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกจะส่งผลให้การให้บริการที่ดีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นงานวิจัยนี้จะทำให้องค์กรมองเห็นถึงความสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางโครงสร้างหน้าที่ขององค์กร และความสัมพันธ์อันดีระหว่างหัวหน้างานและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้

7. ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

7.1 ควรจะมีการศึกษาพนักงานในเขตอื่น ๆ ด้วย เพื่อเปรียบเทียบในความเหมือนหรือแตกต่างกันของแต่ละเขตพื้นที่ อันนำไปสู่การวางแผนงานให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่ใกล้เคียงกันมากยิ่งขึ้นต่อไป

7.2 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งอาจจะได้ข้อมูลที่จำกัด ดังนั้นควรมีการศึกษาเชิงลึกหรืองานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้น เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงไทย (จำกัด) มหาชน ให้มีคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าธนาคาร และสามารถแข่งขันกับธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

7.3 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่เพิ่มคุณภาพการบริการในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อทำให้องค์กรทราบถึงข้อมูลสำคัญที่มีส่วนช่วยให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีให้กับลูกค้า องค์กรจะได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่ และเพิ่มลูกค้ารายใหม่ให้แก่ธนาคารได้

7.4 การศึกษาการรับรู้มอบอำนาจในการตัดสินใจยังมีผู้ที่ศึกษาในด้านนี้จำนวนไม่มาก ควรมีการศึกษาในด้านนี้อย่างละเอียดเพื่อต่อยอดระดับการมอบอำนาจ เพื่อเป็นการกระจายอำนาจอย่างทั่วถึง และส่งเสริมให้พนักงานมีอิสระทางความคิด เกิดความคิดสร้างสรรค์ นำมาซึ่งแนวคิดที่จะเกิดประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อพัฒนาให้ประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

8. สรุปผลการวิจัย

พนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่นครปฐม พบว่า การรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจอยู่ในระดับมากและคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกอยู่ในระดับมาก อิทธิพลของการมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ อิทธิพลตัวแปรแทรกของการให้ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึกมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การมอบอำนาจในการตัดสินใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการวิจัยนี้ผู้บริหารสามารถนำไปพัฒนาการรับรู้การมอบอำนาจการตัดสินใจเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของพนักงาน ภายใต้ความไว้วางใจด้านความรู้ความเข้าใจและด้านอารมณ์ความรู้สึก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและสามารถสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่ลูกค้าต่อไป

กิตติกรรมประกาศ ขอขอบพระคุณพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในเขตพื้นที่นครปฐมทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ข้อมูลประกอบการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2560). *ไทยพาณิชย์ปรับทัพครั้งใหญ่สร้างความแข็งแกร่ง เพื่อก้าวสู่จุดมุ่งหมายการเป็น "ธนาคารที่น่าชื่นชมที่สุด" (The Most Admired Bank).* Retrieved 10 มกราคม 2561 http://www.scb.co.th/th/news/2017-04-04/nws-most-admired

นภวรรณ คณานุรักษ์. (2552). *กลยุทธ์การตลาด.* กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.

นรีลักษณ์ สุวรรณโนบล. (2559). *เอกสารประกอบการสอบ Empowerment.* มหาวิยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

นันท์ธนาดา สวามิวัสสุกิจ (2558). *หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และแรงจูงใจในงานที่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการธำรงรักษาคนเก่งของพนักงานระดับปฏิบัติการในองค์กร.* (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เนตรนภา ขุมทอง. (2550). *Empowerment.* เอกสารประกอบการประชุมสำนักงานศูนย์(คณะแพทย์ศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี).

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). *การวิจัยการตลาด (Vol. 444).* กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท้อป จำกัด.

พิเชษฐ ผุงเพิ่มตระกูล. (2554). *ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา การไว้วางใจในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน และความผูกพันในองค์กรของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.* (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). *เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ.* กรุงเทพมหานคร: ยูบีซี แอลบุคส์.

สมาคมจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2560). ศูนย์เพื่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน

สิริศา จักรบุญมา. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานฝ่ายบำรุงรักษาในรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง.* วรสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

สุกฤตา จินดารัตน์. (2559). *บทบาทของการให้ความสำคัญต่อลูกค้าในอิทธิพลของความสามารถในการสร้างคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการปฏิบัติงานด้านบริการของพนักงานธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน) เขตพื้นที่ สำนักงานเครือข่ายสาขา (นครปฐม).* (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุทนา สุนทรสถิตย์. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำวัฒนธรรมองค์กร ความไว้วางใจในผู้บังคับบัญชา และความไว้วางใจในองค์การของบุคลากรเทศบาลนครนครปฐม.* (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุพิชชา สอนสวัสดิ์. (2554). *การเสริมสร้างพลังอำนาจโดยผ่านทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบุคลากรวิทยาลัยชุมชนสังกัดสำนักงานวิทยาลัยชุมชนต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน.* (ปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สุมาลี ทองดี. (2551). *การมอบอำนาจ (Empowerment).* ค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2560 จาก www.op.mahidol.ac.th/orga/file/EMPOWERMENT1.pdf

อุทุมพร แก้วขุนทด. (2550). *ความไว้วางใจในผู้นำองค์กร ความไว้วางใจภายในองค์กร และความจงรักภักดีต่อองค์กร ที่มีผลต่อพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เนตบีเคเค จำกัด* (ปริญญาบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Nunnally, Jumm C. (1997). *Test and Measurement : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jensey :A simon & Schuster Company

Jadesadalug, Viroj and Phapruk Ussahawanichakit. (2009). “building innovative creaton efficiency of furniture business in Thailand and empirical research of its antecedents and consequences.” *International journal of strategic management* 9(3) : 36 – 58

Mc.Allister,D.J. (1996). Affect and cognition based – trust as foundation for interpersonal cooperation in organizations. Academy of Management Journa 38(1),24 – 59

ผลกระทบของความชำนาญในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Effects of expertise on work efficiency of employees Crc thaiwatsadu co., ltd in northeastern region

สุมิตา สุขสุวรรณ* วีรยา ภัทรอาชาชัย[2] และ มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งไธสง[3]

Sumita Suksuwan*, Veeraya Pataraarchacchai[2] and Manissara Sananuamengthaisong[3]

Received: February 12,2018, Revised: July 2,2018, Accepted : July 27,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของความชำนาญในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 686 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณผลการวิจัยพบว่าความชำนาญในการทำงาน ด้านความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา ด้านประสบการณ์ทำงาน ด้านความสามารถในการสื่อสาร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม ดังนั้น ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการศึกษาพัฒนาความรู้ความชำนาญในการทำงานได้อย่างต่อเนื่องและควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพในการทำงานโดยสร้างความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : ความชำนาญในการทำงาน ประสิทธิภาพในการทำงาน ไทวัสดุในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this research is to study the effect of expertise on work efficiency of employees In CRC Thaiwatsadu Co., Ltd in the northeastern region. The questionnaire was used to collect data from 686 employees of CRC Thaiwatsadu Co., Ltd. Statistics used in data analysis include multivariate analysis and multiple regression analysis. The research found that the expertise in the work in the dimensions of ability to diagnose problems, work experience, communication skills positively related to / impacted on work efficiency. Therefore, these research results can be used to the study of the continued development of work expertise and executives should focus on efficiency in the workplace by speeding up the operation in order to achieve established objectives or goals of the firms.

Keywords: Expertise on Work, Efficiency, CRC Thaiwatsadu Co., Ltd

1. บทนำ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่มีพัฒนาการได้ดี ประเทศหนึ่งในแถบเอเชียไม่ว่าจะในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม ผลของการพัฒนานี้ แม้จะก่อให้เกิดผลดี ต่อประเทศหลายประการ เช่น ในด้านอัตราการเติบโตทางด้านแรงงาน โดยเน้นไปที่การส่งเสริม และปรับตัวต้อนรับอาเซียนที่กำลังจะเกิดขึ้น ส่งผลกระทบไปทุกภาคส่วน ในการปรับตัวทั้งทางด้านประสิทธิภาพการทำงานการปรับปรุงกลไกให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคลหรือองค์กร จะต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพเหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งสิ่งสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน คือความชำนาญของตัวบุคคลและเป็นหนึ่งในกลไกที่สำคัญที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบเศรษฐกิจ คือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2553 : 3) ซึ่งเป็นที่ตระหนักและยอมรับโดยทั่วไปแล้วว่าทรัพยากรมนุษย์นับเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด เพราะมนุษย์สามารถเรียนรู้การทำงานต่างๆ ได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารว่าจะเห็นความสำคัญในการฝึกพนักงานเหล่านี้ ให้มีความชำนาญในการทำงานหรือไม่ ผู้บริหารต้องมีหน้าที่ที่จะให้ความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวใจพนักงานให้ทำงานได้อย่างร่วมแรงร่วมใจเต็มความสามารถในการเรียนรู้เพื่อให้พันธกิจขององค์กรลุล่วงไปด้วยดี บุคคลจะต้องมีประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน เพื่อตัดสินใจต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงให้สามารถก้าวผ่านไปได้ด้วยดี ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะส่งผลให้บุคคลมีประสิทธิภาพในการทำงาน

ความชำนาญในการทำงาน เกิดจากความคุ้นเคยในการทำสิ่งที่คล้ายคลึงกันบ่อยๆ จนกลาย เป็นทักษะในการแก้ไขปัญหารูปแบบที่เคยทำหรือเคยใช้แก้ปัญหานั้นๆ มาก่อน และนำไปใช้กับงานที่ต้องอาศัยประสบการณ์ที่ยาวนานในการแก้ปัญหา (มนตรี ประเสริฐรุ่งเรือง, 2559 : เว็บไซต์) โดยสามารถ แบ่งได้เป็นภูมิความรู้ความชำนาญทั่วๆ ไปซึ่งได้แก่ความสามารถในวิเคราะห์ปัญหา ประสบการณ์ในทำงาน และความสามารถในการสื่อสาร (สมยศ แย้มเผื่อน, 2551 : 36) ความชำนาญในการทำงานจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับความอยู่รอดขององค์กรในสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขันที่มีความรุนแรง อีกทั้งเป็นปัจจัยที่สามารถครอบคลุมสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการแข่งขันทางธุรกิจ อันส่งผลให้กิจการได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป

ประสิทธิภาพในการทำงาน คือความสามารถในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์การโดยคำนึงถึงความประหยัดทรัพยากรในทุกๆ ด้านแต่ก่อให้เกิดผลผลิตสูงสุด ประหยัดทั้งเวลา แรงงาน วัสดุสิ่งของและอื่นๆ (วรัท พฤกษากุลนันท์, 2550 : 1) ในการทำงานของบุคคลที่เป็นตัววัดผลว่างานที่ทำสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของ

องค์กรที่วางไว้หรือไม่ จะต้องวัดจากกระบวนการด้านการทำงานที่เชื่อถือได้ (Reliable Work) งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness Work success) ผลงานมีมาตรฐาน (Standardize Work) (เฉลิมเกียรติ แก้วหอม, 2555 : เว็บไซต์) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยในทุกสถานการณ์ และประสิทธิภาพในการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญ ในการทำงานให้เกิดความสำเร็จโดยองค์กรจะมีประสิทธิภาพมากน้อยขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของพนักงานที่มีความชำนาญแตกต่างกันไป ซึ่งการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานนั้นจะต้องมีการปรับเปลี่ยน ส่งเสริม และพัฒนาทักษะกระบวนการทำงาน

บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด เป็นหนึ่งในธุรกิจค้าปลีกในเครือเซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่นที่มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นแหล่งรวมสินค้าและวัสดุอุปกรณ์เพื่อการก่อสร้างหรือตกแต่งซ่อมแซมที่อยู่อาศัย อย่างครบวงจร ร้าน "ไทวัสดุ" ก่อตั้งขึ้นครั้งแรกในปี 2553 ที่เขตบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี และในปัจจุบันไทวัสดุได้เปิดให้บริการแล้วกว่า 42 สาขาทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้เปิดให้บริการแล้วกว่า 10 สาขา มีลักษณะเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) จำหน่ายวัสดุก่อสร้างและสินค้าตกแต่งบ้าน นับเป็นศูนย์รวมวัสดุก่อสร้างครบวงจรของคนไทยขนาดใหญ่รูปแบบใหม่ล่าสุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มผู้รับเหมา เจ้าของโครงการบ้านและที่อยู่อาศัย ร้านค้าปลีกย่อย และเจ้าของบ้านที่ต้องการหาแหล่งวัสดุอุปกรณ์ในการก่อสร้างที่ครบครันในราคาถูก มีสินค้าหลากหลาย สินค้ามีความพอเพียงกับความต้องการของลูกค้า สามารถใช้บริการได้สะดวกและรวดเร็ว พร้อมทั้งให้บริการทางการเงิน ด้านบัตรเครดิตและสินเชื่อต่างๆ อีกด้วย “ไทวัสดุ” เน้นความครบครันด้วยสินค้าคุณภาพหลากหลาย อาทิ กลุ่มงานโครงสร้าง เครื่องมือช่าง และฮาร์ดแวร์ทุกประเภท กลุ่มงานตกแต่งทางด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มงานระบบไฟฟ้า กลุ่มงานระบบประปา - สุขาภิบาล รวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องมือการเกษตร เป็นต้น ซึ่งสินค้าทั้งหมดนี้ได้ถูกนำมารวมกัน ภายใต้จุดขาย “ครบ ถูก ดี ที่ไทวัสดุ” ซึ่งเป็นกลยุทธ์การดำเนินงานที่ธุรกิจกำหนดขึ้นอย่างชัดเจน ถ้าหากธุรกิจสามารถวางแนวทาง ในการใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญในความสามารถหลักของธุรกิจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ส่งผลให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการซื้อสินค้าและใช้บริการที่ “ไทวัสดุ” โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการค้าและการลงทุนเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งกลยุทธ์การดำเนินงานดังกล่าวจะเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งด้านการครองส่วนแบ่งตลาด มีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง ธุรกิจมีความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง และสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน (บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด, 2558 : เว็บไซต์) บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด จึงจำเป็นที่จะต้องมีบุคลากรที่มีความชำนาญในการทำงานที่จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน และจะช่วยทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ที่ได้วางเอาไว้ ซึ่งจะส่งผลดีโดยรวมให้กับองค์กรรวมถึงบุคลากรในองค์กรด้วยเป็นการสร้างความแข็งแกร่งและเข้มแข็ง โดยผลสำเร็จเหล่านั้นจะตอบแทนกลับมาให้กับบุคลากรได้ในหลายทาง เช่น ตำแหน่งงานที่สูงขึ้น รายได้ที่สูงขึ้น มาตรฐานการทำงานที่สูงขึ้น พบเจอกับสังคมใหม่ ๆ มากขึ้นและกว้างขวางขึ้น อีกทั้งยังพาองค์กรทยานสู่ความเป็นเลิศมากขึ้น หลักการทำงานให้มีประสิทธิภาพนั้นอาศัยเทคนิคหลายอย่างเป็นตัวนำไปสู่เป้าหมาย ได้แก่ การทำงานที่เชื่อถือได้ งานสำเร็จทันเวลา และผลงานมีมาตรฐาน (เฉลิมเกียรติ แก้วหอม, 2555 : เว็บไซต์)

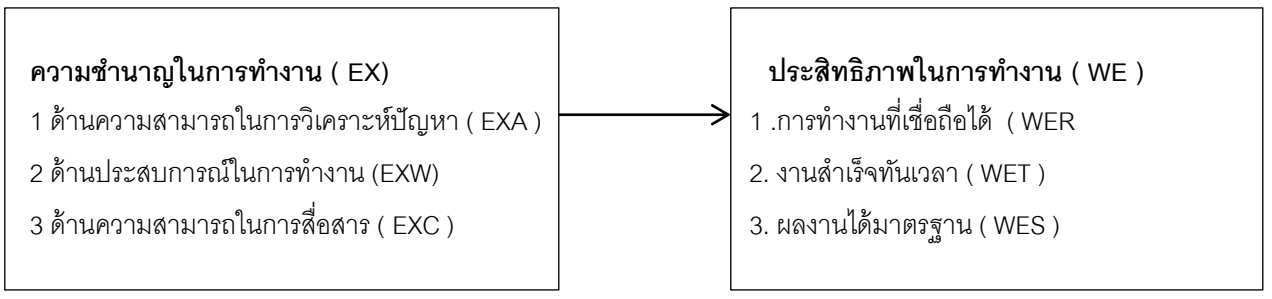
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยความชำนาญในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะทดสอบว่าความชำนาญในการทำงานมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถที่จะนำไปใช้เป็นเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคคลกรให้มีทักษะความชำนาญ การปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขต

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากรเพื่อก่อให้เกิดทักษะความรู้ความสามารถ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มความชำนาญให้แก่พนักงานเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานให้ยิ่งๆ ขึ้นไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ผลกระทบของความชำนาญในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดของความชำนาญในการทำงานและประสิทธิภาพในการทำงาน



2.1 ความชำนาญในการทำงาน (Expertise)

ความชำนาญในการทำงาน (Expertise) หมายถึง บุคลากรผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้ที่มีความรอบรู้และความชำนาญในเรื่องนั้นๆ อย่างถูกต้อง และชัดแจ้ง มีการทำงานโดยใช้ความรู้ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ทักษะและประสบการณ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีความรับผิดชอบและตรงเวลาในการทำงาน ไม่ปล่อยให้เกิดความล่าช้าจนก่อความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่น (สมยศ แย้มเผื่อน, 2551 : 35) ได้กำหนดองค์ประกอบของความชำนาญในการทำงาน ประกอบด้วย 1. ด้านความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา (Analytical Skill) หมายถึง การที่บุคคลพิจารณาถึงกระบวนการของการพิจารณาปัญหาเพื่อแก้ไขให้ได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ 2. ด้านประสบการณ์ในการทำงาน (Work Experience) หมายถึง การที่บุคคล มีความสามารถในการทำงานโดยพิจารณาจากงานที่เคยทำหรือระยะเวลาที่เคยทำมาก่อน 3. ด้านความสามารถในการสื่อสาร (Communication Skill) หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในเชิงการพูดเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ อย่างยิ่ง

2.2 ประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Efficiency)

ประสิทธิภาพในการทำงาน (Work Efficiency) หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่มีความสามารถและความพร้อม พยายามทุ่มเทอย่างเต็มใจในการปฏิบัติงานของตน อย่างคล่องแคล่ว ด้วยความมีระเบียบ มีกฎเกณฑ์ปฏิบัติงานให้เสร็จทันเวลา รวดเร็ว ถูกต้อง มีคุณภาพและมาตรฐาน การทำงานโดยใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วมีคุณภาพใช้เวลาในการปฏิบัติงานน้อย และพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถและทักษะ ในการทำงานของตนเองให้ดีขึ้น ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ (เฉลิมเกียรติ แก้วหอม, 2555 : เว็บไซต์) ดำกำหนดองค์ประกอบของประสิทธิภาพในการทำงานประกอบด้วย 1. การทำงานเชื่อถือได้

(Rliable Work) คือ การปฏิบัติงานต้องมีการบันทึกข้อมูลที่เชื่อถือได้ การนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว พอเพียงและถาวร (Reliable, Immediate, Adequate and Permanence Records) การบันทึกต่างๆ ควรจะครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ที่กิจการมีและเป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วยและการนำเสนอข้อมูลที่มีความเชื่อถือได้คือการนำเสนอข้อมูลที่ไม่มีความผิดพลาดที่มีนัยสำคัญ รวมทั้งไม่มีความลำเอียงในการนำเสนอข้อมูลที่ทำให้ไม่ตรงกับความเป็นจริงที่เป็นอยู่ 2. งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness) คือ การพนักงานสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่ตั้งไว้ 3. ผลงานได้มาตรฐาน (Standardized) คือ คุณภาพของงานที่ทำสำเร็จ มีความถูกต้องเรียบร้อยและสมบูรณ์ครบถ้วนตามกำหนด หรืออาจเกิดจากการควบคุมงานเพื่อกำกับให้ผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติได้ตามมาตรฐานงาน ครบถ้วนทั้งเชิงปริมาณงานในหน้าที่รับผิดชอบ หรือปฏิบัติงานไม่ผิดพลาดบกพร่อง ได้เผลตามเป้าหมาย ทันเวลา ไม่เกิดการสูญเปล่า

สมมุติฐานงานวิจัย 1 : ความชำนาญในการทำงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมุติฐานงานวิจัย 2 : ความชำนาญในการทำงานมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ พนักงานประจำ บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 785 คน (ข้อมูลจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด เดือนกุมภาพันธ์ 2560) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 785 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 42-43)และใช้วิธีการแบ่งตัวอย่างแบบสุ่มชั้นภูมิ (Stratified sampling) ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 785 ชุด ปรากฏว่าเมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามกลับทั้งสิ้น 686 ชุด เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ อัตราผลตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 88.40 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker , Kumar และ Day (2001) กล่าวว่า อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความชำนาญในการทำงาน เป็นตัวแปรอิสระ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 11 ข้อโดยครอบคลุมความชำนาญในการทำงานทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วยด้าน 1)ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการและวิธีการในการแก้ปัญหา มุ่งเน้นให้เข้าใจและสามารถวิเคราะห์ปัญหาได้อย่างชัดเจน จำนวน 4 ข้อ 2.) ด้านประสบการณ์ในการทำงาน จำนวน 3 ข้อปัญหา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวความรู้ที่เคยมีมาเพื่อการพัฒนาให้เกิดผลงาน 3.)ด้านความสามารถในการสื่อสาร จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการในการสื่อสารอย่างชัดเจนให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

ประสิทธิภาพในการทำงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 13 ข้อ โดยครอบคลุมประสิทธิภาพในการทำงานทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย การทำงานที่เชื่อถือได้ โดยครอบคลุมกระบวนการทำงาน ข้อมูลที่นำเสนอ รายงานอย่างครบถ้วนและถูกต้องจำนวน 4 ข้อ งานสำเร็จทันเวลา โดยครอบคลุมไปถึงระยะเวลาในการทำงานและการบริหารเวลาจำนวน 5 ข้อ และผลงานได้มาตรฐาน ข้อโดยครอบคลุมไปถึงการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและมีคุณภาพจำนวน 4 ข้อ

3.3. **คุณภาพเครื่องมือวัด**

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งผลกระทบของความชำนาญในการทำงาน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า อยู่ระหว่าง 0.889 – 0.943 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernsteim (1994) ได้นำเสนอว่าการทดสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับการหาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งผลกระทบของความชำนาญในการทำงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.778 – 0.924 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การทดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความชำนาญในการทำงานกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $WE = \beta_0 + \beta_1 EXA + \beta_2 EXW + \beta_3 EXC$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบกลับ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชาย อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรี ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 และประสบการณ์ของการทำงาน 3 – 4 ปีขึ้นไป

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความชำนาญในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	WE	EXA	EXW	EXC	VIF
$\bar{X}$	3.87	3.92	3.91	3.90	-
S.D.	0.35	0.39	0.45	0.38	-
WE		0.688*	0.627*	0.725*	-
EXA			0.512*	0.599*	1.698
EXW				0.530*	1.516
EXC					1.742

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นMulticollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ ความชำนาญในการทำงานของพนักงาน มีค่าตั้งแต่ 1.516 – 1.742 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา (Black. 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพในการทำงาน โดยรวม ของพนักงาน บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความชำนาญในการทำงาน	ประสิทธิภาพในการทำงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.510	0.091	5.590*	<0.0001
ด้านความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา	0.291	0.026	11.108*	<0.0001
ด้านประสบการณ์ในการทำงาน	0.197	0.021	9.240*	<0.0001
ด้านความสามารถในการสื่อสาร	0.373	0.027	13.722*	<0.0001
F = 455.980 p = 0.000 Adj R^2 = 0.666				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความชำนาญในการทำงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงาน เนื่องจากความชำนาญในการทำงาน เป็นกระบวนการและวิธีการปฏิบัติงานที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขัน ยืนหยัด ปรับตัวอยู่ได้ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ และนำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมยศ แย้มเผื่อน (2551 : 35) กล่าวว่า ความชำนาญในการทำงาน หมายถึง บุคลากรผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้ที่มีความรอบรู้และความชำนาญในเรื่องนั้นๆ อย่างถูกต้อง และชัดแจ้ง มีการทำงานโดยใช้ความรู้ ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญ ทักษะ และประสบการณ์ที่ถูกต้องและเหมาะสม มีความรับผิดชอบและตรงเวลาในการทำงาน ไม่ปล่อยให้เกิดความล่าช้า จนก่อความเสียหายต่อตนเองและผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ ลีออน และเคมบริดจ์ (Leon และ Cambridge, 2006 : 645) ที่ให้ความสำคัญของความชำนาญในองค์กร และกิจการ มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับความอยู่รอดขององค์กรในสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและการแข่งขัน ที่มีความรุนแรง ประการสำคัญ ความชำนาญในองค์กร เป็นปัจจัยที่สามารถครอบคลุมสภาพแวดล้อมด้านต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการแข่งขันทางธุรกิจ อันส่งผลให้กิจการได้เปรียบการแข่งขัน และสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านการหมุนเวียนงาน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ที่มีผลต่อการพัฒนาความชำนาญในการของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำและพัฒนากลยุทธ์ ในดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดประโยชน์สูงสุดหรือความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นสากลมากขึ้นหรือมีขนาดใหญ่ขึ้น เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และมีผลการวิจัย ที่นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาผู้นำองค์กรต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญได้อย่างมีประสิทธิภาพ การมุ่งเน้นการพัฒนาที่ตรงจุดสำคัญอันจะส่งผลให้องค์กรมีคุณภาพ เกิดความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือเพื่อธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

6. สรุปผลการวิจัย

ความชำนาญในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น ผู้บริหารควรมุ่งเน้นความให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลกรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้องค์กรประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

เฉลิมเกียรติ แก้วหอม. (2555). *แนวความคิด ทฤษฎีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน.* ปี 2555 ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2558. <http://sukanrat.blogspot.com /2012/09/blog-post_804.html>

บริษัท ซีอาร์ซี ไทวัสดุ จำกัด. *ไทวัสดุ ศูนย์รวมสินค้าบ้านของคนไทย.* (2556). ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2558. จาก <http://www.thaiwatsadu.com/aboutus.html>

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอรปอเรชั่น จำกัด. *ข่าวบริษัท.* (2556). ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2558 จาก <http://www.crc.co.th/about_th.html>

มนตรี ประเสริฐรุ่งเรือง. (2559) *การสร้างทางเลือกในการพึ่งพาตนเองอย่างมีคุณค่าของผู้สูงอายุรุ่นใหม่.* ปี 2559. ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559.. <http://gsmis.gs.kku.ac.th/publish/details/19678>

วรัท พฤกษากุลนันท์. (2550) *ประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency & Effectiveness).* ปี 2550 , ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2550. จาก <http://peenet.blogspot.com/2008/07/efficiency-effectivenessadministrator.html>

สมยศ แย้มเผื่อน. (2551) *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท เอเชียมารีน เซอรว์ส จำกัด (มหาชน).* สารนิพนธ์ บธ.ม.กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.

Leon, David A., & Jim McCambridge.Z. (2006) *"New Professionalism in the 21 Century,"* Correspondence. 36(7) : 52 - 56, 2006.

Nunnally, J. C. (1978*). Psychometric Theory*. New York : McGraw Hill.

ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

Effects of Materials Management Strategy on Operational Efficiency of Higher Education Institutions in Thailand

วิลาวัลย์ เทียมเลิศ* วีรยา ภัทรอาชาชัย[2] และมณิสรา สนั่นเอื้อเม็งไธสง[3]

Wilawan Tiamlerd* Veeraya Pataraarchachai[2] and Manisara Sananuamengthaisong[3]

Received: March 15,2018, Revised: June 23,2018, Accepted : July 27,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 96 คนและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารงานพัสดุควรตระหนักและให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารพัสดุ ปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การบริหารพัสดุให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เพื่อการบริหารพัสดุที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา

คำสำคัญ : กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

---

* นิสิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Students, Master of Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakam University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasaraknam Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecture, Mahasaraknam Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of the study was to test the effects of materials management strategy on operational efficiency of higher education institutes in Thailand. The data were collected from 96 procurement officials of higher education institutes in Thailand by using a questionnaire form as a research tool. The statistics used in data analysis consisted of multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The results of the study showed that the materials management strategy regarding procurement materials and disposal materials had the relation and positive effects on the overall operational performance. Therefore, the procurement officials should realize the important of the materials management strategy, then improve, and develop the strategy to be always up-to-date. As a result, the materials management will be the effective management which will render the operational efficiency to the higher education institutes via placing the importance on the procurement materials and the disposal materials the most : the procurement materials step is the first step in obtaining materials and the disposal materials step is the last step in the materials management. It will benefit the officials. Confidence will be gained. Consequently, the materials management will meet with the standards in the future.

.

Keywords : Materials Management Strategy, Operational Efficiency, Higher Education

.

1. บทนำ

ประเทศไทยมีกระบวนการบริหารพัสดุภาครัฐที่จัดทำเป็นระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติสำหรับกระทรวง ทบวง กรม และจังหวัด โดยอาศัยกฎหมายแม่บทในการบริหารราชการแผ่นดินคือ กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และออกเป็นระเบียบคณะรัฐมนตรีหรือระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ ซึ่งมีการกำหนดมาแล้วตั้งแต่หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 เป็นต้นมา และมีการแก้ไขปรับปรุงหรือยกร่างเป็นฉบับใหม่ มาตามลำดับ จนถึงระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุฉบับปัจจุบัน ซึ่งใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 และมีการแก้ไขเพิ่มเติมบางเรื่องให้รัดกุมและทันสมัยมากขึ้น และต่อมาในปี พ.ศ.2560 ได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ขึ้นมาและได้ส่งผลให้ยกเลิกบทบัญญัติเกี่ยวกับพัสดุ การจัดซื้อจัดจ้าง หรือการบริหารพัสดุ ในกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ ข้อบัญญัติ และข้อกำหนดใดๆ ที่ใช้อยู่และให้บังคับ และประกาศใช้เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2560 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบันก็ สำหรับการบริหารพัสดุเอกชน จะไม่มีหลักเกณฑ์และกระบวนการยุ่งยากมากนัก เนื่องจากองค์การภาคเอกชนมักจะมีขนาดเล็กและใช้กับคนจำนวนน้อย ในขณะที่ภาครัฐ ซึ่งเป็นองค์การขนาดใหญ่ ใช้กับคนจำนวนมาก อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการดูแลทรัพย์สินที่ได้มาจากภาษีอากรของประชาชน ดังนั้นภาครัฐจึงต้องมีหลักเกณฑ์และวิธีการในการบริหารพัสดุค่อนข้างมาก (สมาคมนักบริหารพัสดุแห่งประเทศไทย, 2560 : เว็ปไซต์)

กลยุทธ์การบริหารพัสดุ (Materials Management Strategy) หมายถึง วิธีการหรือแผนงานที่คิดขึ้นเพื่อบริหารพัสดุให้ดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามระเบียบการบริหารพัสดุ ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอน มีความยืดหยุ่น พลิกแพลงได้ตามสถานการณ์ เพื่อให้ได้พัสดุที่ต้องการสำหรับการดำเนินงานในองค์การต่างๆ นั้นจะต้องครอบคลุมขั้นตอน ตามขอบเขตของการบริหารพัสดุ สิ่งแรกที่ผู้บริหารองค์การนั้นจะต้องเริ่มต้นคือ

ต้องมีการวางแผนหรือโครงการขององค์การนั้นกำหนดไว้อย่างชัดเจน เพื่อจะได้พิจารณาว่ามี ความต้องการพัสดุเพื่อใช้ในการบริหารงานตามแผน และโครงการขององค์การอย่างไร ทั้งปริมาณและประเภทของความต้องการ (แววมยุรา เนียมสา, 2555 : 19 - 20) กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุจำเป็นต้องมีการวางแผนให้เป็นระบบให้ครอบคลุมทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการสำรวจความต้องการใช้พัสดุ (Requirement Determination Materials) ด้านการจัดหาพัสดุ (Procurement Materials) ด้านการใช้พัสดุและการจัดเก็บพัสดุ (Use and Storage Materials) ด้านการควบคุมพัสดุ (Control Materials) ด้านการจำหน่ายพัสดุ (Disposal Materials) (อธิวัฒน์ โยอาศรี, 2550)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด องค์กรมีการบริหารงานเพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุดหรือเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จากการทำงาน แต่ผลการดำเนินงานยังมีคุณภาพสูงสุดโดยการนำเวลาเข้ามาพิจารณาด้วย ซึ่งประสิทธิภาพการดำเนินงานจะพิจารณาจากการดำเนินงานภายในองค์กรเป็นการจัดระบบการบริหารงานให้มีหลักการปฏิบัติงานที่ดี ถูกต้อง รวดเร็ว โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าที่สุด มีลักษณะของการดำเนินงาน ไปสู่การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้อย่างดี (ประชุม รอดประเสริฐ, 2545 : 332-333) การนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จและก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้นั้น ปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจก็คือการวางแผนเพื่อกำหนดเป้าหมาย และหาแนวทาง หรือเครื่องมือมาช่วยให้การบริหารจัดการบรรลุเป้าหมายและเหนือคู่แข่งขัน ด้วยการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้คุ้มค่าที่สุด มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด องค์ประกอบของประสิทธิภาพการเนินงาน ด้านผลการดำเนินงาน (Performance) ด้านต้นทุนในการดำเนินงาน (Operational Cost) และด้านการดำเนินงานสำเร็จทันเวลา (Timeliness Work Success) (วัฒนา วงเกียรติรัตน์, 2547 : 1 - 3)

สถาบันอุดมศึกษา (Higher Education Institutions) เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีทั้งของรัฐ และเอกชนสังกัดของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการที่ปัจจุบันการบริหารจัดการของสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ได้มีการปรับกลยุทธ์ในการบริหารงานทุกด้าน มีความคล่องตัวและมีเสรีภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการบริหารพัสดุได้มีการพัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์การบริหารพัสดุอยู่ตลอดเวลา เพื่อทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามแผนที่วางไว้ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2558 : เว็ปไซต์) สถาบันอุดมศึกษามีหน่วยงานภายในที่สนับสนุนในด้านการจัดซื้อจัดหาพัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุ ได้แก่ วัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งปลูกสร้างตลอดจนการบริการต่างๆ ที่สถาบันอุดมศึกษาต้องดำเนินการจัดซื้อและจัดจ้าง เพื่อสนับสนุนพันธกิจหลักของทางสถาบันอุดมศึกษาทั้ง 4 ด้าน อันได้แก่ การจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและศาสนาเพื่อให้คณะและหน่วยงานภายในสามารถดำเนินการตามวัตถุประสงค์ตามที่สถาบันอุดมศึกษาได้กำหนดไว้ในการจัดการพัสดุ มีระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ พ.ศ. 2660 เป็นคู่มือปฏิบัติและข้อบังคับเกี่ยวกับการจัดตั้งงบประมาณ การจัดหาพัสดุ การจำหน่ายพัสดุ (สมาคมนักบริหารพัสดุแห่งประเทศไทย. 2560 : เว็ปไซต์) แต่บ่อยครั้งมักประสบกับปัญหา ในการปฏิบัติ ได้แก่ ความล่าช้าในการจัดหาพัสดุ การจัดหาไม่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้ ขาดการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งไม่มีการบริหารจัดการการแจกจ่ายและควบคุม บำรุงรักษาได้ทั่วถึงทันเวลา และไม่เกิดความคุ้มค่า (กรณัฐ แก้วโบราณ และหควณ ชูเพ็ญ, 2558 : 2 – 3)

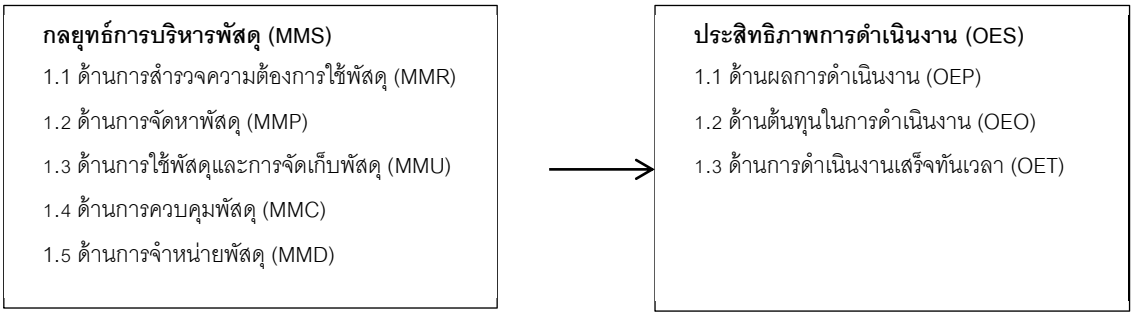
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบว่า กลยุทธ์การบริหารพัสดุมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารงานพัสดุ ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทาง

ในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารพัสดุ การกำหนดนโยบาย และการวางแผนการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษา หน่วยงานภาครัฐและองค์กรธุรกิจต่างๆ ในอนาคตให้มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายขององค์กร ที่ตั้งไว้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
กรอบแนวคิดของกลยุทธ์การบริหารพัสดุ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน



2.1 กลยุทธ์การบริหารพัสดุ (Materials Management Strategy) หมายถึง แนวทางหรือวิธีการทำงานที่นำมาใช้ในการบริหารพัสดุเพื่อสนับสนุนและสนองความต้องการในการปฏิบัติงานของหน่วยงานหรือองค์กรเพื่อจัดการพัสดุให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด บรรลุเป้าวัตถุประสงค์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ขององค์กรที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการสำรวจความต้องการใช้พัสดุ (Requirement Determination Materials) หมายถึง การวางแผนเกี่ยวกับการใช้พัสดุ โดยต้องมีการประมาณหรือกำหนดจำนวนความต้องการของพัสดุแต่ละรายการ ประมาณความต้องการปริมาณพัสดุ ซึ่งควรจะใกล้เคียงกับที่จะใช้จริงมากที่สุด โดยพิจารณาตามแผนงานต่างๆ ว่าต้องใช้พัสดุชนิดใด พัสดุอะไร จำนวนเท่าไร จึงจะเพียงพอและประหยัด เพื่อนำมาพิจารณาจัดตั้งงบประมาณ บางครั้งความลำบากในการกำหนดปริมาณคามต้องการเพราะความต้องการใช้พัสดุของแผนงาน/โครงการอาจเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2.1.2 ด้านการจัดหาพัสดุ (Procurement Materials) หมายถึง การวางแผนหรือกำหนดวิธีการปฏิบัติที่จะให้ได้มาซึ่งพัสดุตามที่หน่วยงานต้องการภายในเวลาที่กำหนด โดยจะต้องดำเนินตามกฎ และคำสั่งฯ ที่ กำหนดไว้ โดยปกติแล้วการจัดหาพัสดุอาจกระทำได้ 2 วิธี ได้แก่ จัดหาเมื่อเกิดความต้องการพัสดุ และจัดหาพัสดุเตรียมไว้หรือสะสมก่อนล่วงหน้าในจำนวนที่พอเหมาะหรือจะเรียกอีก อย่างหนึ่ง คือ การได้รับอนุมัติงบประมาณรายจ่ายเป็นการจัดหาพัสดุ โดยการเปลี่ยนแปลงเงินมาเป็นพัสดุ วิธีการจัดหาที่ปฏิบัติ ได้แก่ การจัดซื้อ การจ้าง ดั้งนั้นจึงมีหลักการกำหนดระเบียบข้อบังคับของทางราชการ

2.1.3 ด้านการใช้พัสดุและการจัดเก็บพัสดุ (Use and Storage Materials) หมายถึง ด้านการใช้พัสดุและการจัดเก็บพัสดุ คือ การรับ – การจ่ายพัสดุ เป็นปัจจุบัน มีการตรวจสอบพัสดุที่รับเข้าอย่างถูกต้องตรงกับบัญชีพัสดุ

กำหนดหมายเลขทะเบียนครุภัณฑ์ครบถ้วน พร้อมมีสถานที่เก็บพัสดุเป็นสัดส่วนเหมาะสม มีหลักฐานการเบิกจ่ายพัสดุทุกครั้งและมีการจัดทำรายงานผลการตรวจสอบการรับ / จ่ายพัสดุคงเหลือประจำปี

2.1.4 ด้านการควบคุมพัสดุ (Control Materials) หมายถึง การควบคุมพัสดุที่จัดหามาได้ให้มีตัวพัสดุตรงตามบัญชีจัดทำเอกสารหลักฐานทางบัญชีที่ถูกต้องของพัสดุในความรับผิดชอบ การบริหารพัสดุที่สมบูรณ์จะต้องมีระบบการควบคุม เก็บรักษาพัสดุที่ดีและสามารถแจกจ่ายได้ทันเวลาและในปริมาณที่ต้องการ การควบคุมพัสดุมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันไม่ให้พัสดุคงคลังมากเกินไป และเพื่อเป็นแนวทางในการประมาณการปริมาณการใช้ในอนาคต การควบคุมพัสดุ เริ่มตั้งแต่เมื่อสั่งพัสดุเก็บไว้ในคลังเพื่อรอการแจกจ่ายและเมื่อแจกจ่ายไปแล้วก็จะสั่งพัสดุเข้ามาแทนที่ เพื่อมิให้พัสดุขาดแคลน ดังนั้น การควบคุมพัสดุจึงต้องคำนึงถึงการสะสมพัสดุ และการควบคุมพัสดุ

2.1.5 ด้านการจำหน่ายพัสดุ (Disposal Materials) หมายถึง การตัดยอดพัสดุออกจากบัญชีและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ ได้แก่ การขาย การแลกเปลี่ยน การโอน การแปรสภาพหรือทำลาย การจำหน่ายเป็นสูญและการลงจำหน่ายออกจากบัญชีหรือทะเบียนในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 257 ได้ดำเนินวิธีการจำหน่ายพัสดุไว้ว่า หลังการตรวจสอบพัสดุแล้วพัสดุในหมวดความจำเป็น หากใช้ต่อไปจะสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมาก ให้เจ้าหน้าที่พัสดุเสนอรายงานต่อหัวหน้า ส่วนราชการ เพื่อพิจารณาอนุมัติให้ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อไปนี้

2.2. ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรต่างๆ อย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเปล่าน้อยที่สุด องค์กรมีการบริหารงานเพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุดหรือเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จากการทำงาน แต่ผลการดำเนินงานยังมีคุณภาพสูงสุดโดยการนำเวลาเข้ามาพิจารณาด้วย ซึ่งประสิทธิภาพการดำเนินงานจะพิจารณาจากการดำเนินงานภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 ด้านผลการดำเนินงาน (Outcome) หมายถึง ปริมาณผลงานที่สำเร็จตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีคุณภาพ ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ พร้อมทั้งสามารถ สร้างความพึงพอใจในผลสำเร็จขององค์กรให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เช่น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ทีมบริหารขององค์กร

2.2.2 ด้านต้นทุนในการดำเนินงาน (Operational Cost) การดำเนินงานจะต้องประหยัดทั้งเวลาต้นทุนค่าใช้จ่าย ทรัพยากร และกำลังคน มีระบบการบริหารจัดการที่เอื้อต่อการผลิตและการบริการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ทุกขั้นตอน

2.2.3 ด้านการดำเนินงานสำเร็จทันเวลา (Timeliness Work Success) หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพโดยใช้เวลาได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสม ทันเหตุการณ์กับสถานการณ์ที่ต้องการให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การและผลการดำเนินงานจะต้องได้รับ ทันเวลาต่อความต้องการของผู้ใช้ด้วย

สมมุติฐานการวิจัย : กลยุทธ์การบริหารพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการวิจัยและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับวิจัยครั้งนี้ ประชากร (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 124 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา,

2560 : เว็ปไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 124 ชุด ได้รับการตอบกลับ จำนวน 96 ชุด ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 77.42 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumer และ Day (2001) ได้นำเสนอว่า การใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลควรมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงยอมรับได้ และเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การบริหารพัสดุ เป็นตัวแปรอิสระลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 23 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสำรวจความต้องการใช้พัสดุ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดแผนงานหรือโครงการ ที่จะสำรวจความต้องการใช้พัสดุ เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนและหลักสูตร การนำข้อมูลในอดีตมาใช้เพื่อการสำรวจความต้องการ 2) ด้านการจัดหาพัสดุ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ ระยะเวลาการดำเนินการจัดหาพัสดุให้เหมาะสมต่อความต้องการใช้พัสดุและตรงตามมาตรฐานที่กำหนด มีการประเมินผลการติดตามกระบวนการจัดหาพัสดุ และการพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการปฏิบัติงาน 3) ด้านการใช้พัสดุและการจัดเก็บพัสดุ จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดขั้นตอนสำหรับการเบิกจ่าย การจัดเก็ดพัสดุที่ปลอดภัยและเหมาะสม การบันทึกบัญชีและการการจัดทำทะเบียนคุมพัสดุ 4) ด้านการควบคุมพัสดุ จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการตรวจนับพัสดุ การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อการปรับปรุงวิธีการควบคุมพัสดุ การติดตามการนำพัสดุไปใช้ การวิเคราะห์ปัญหาเพื่อการปรับปรุงวิธีการควบคุมพัสดุ ด้านและ 5) ด้านการจำหน่ายพัสดุ จำนวน 5 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการจำหน่ายพัสดุ การสำรวจราคาพัสดุก่อนการจำหน่าย มีการตั้งกรรมการพิจารณาการจำหน่ายพัสดุ และการบันทึกบัญชีการจำหน่ายพัสดุ

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นตัวแปรตามลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านผลการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด 2) ด้านต้นทุนในการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารจัดสรรงบประมาณ ค่าใช้จ่ายและทรัพยากรต่างๆ ทีใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และ 3) ด้านการดำเนินงานสำเร็จทันเวลา จำนวน 4 ข้อ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการวางแผนการทำงานที่เหมาะสม มีผลการดำเนินงานสำเร็จทันเวลาตามความต้องการผู้ใช้

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การบริหารพัสดุมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.4648 – 0.8187 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.4086 – 0.8359 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของแต่ละด้าน ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การบริหารพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7051 – 0.8249 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7041 – 0.9452 สอดคล้องกับ Nunnally และ Berstein (1994) ได้เสนอว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพเพียงพอในการนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคุณเพื่อทดสอบผลกระทบกลยุทธ์การบริหารพัสดุ ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้บริหารพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ } OES = \beta_0 + \beta_1 MMR + \beta_2 MMP + \beta_3 MMU + \beta_4 MMC + \beta_5 MMD + \varepsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การบริหารพัสดุและประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	OES	MMR	MMP	MMU	MMC	MMD	VIF
$\bar{X}$	3.95	4.11	4.17	4.02	3.94	3.90	
S.D.	0.53	0.55	0.61	0.63	0.67	0.67	
OES		0.531*	0.653*	0.561*	0.646*	0.701*	
MMR			0.641*	0.387*	0.455*	0.425*	1.715
MMP				0.545*	0.622*	0.622*	2.399
MMU					0.685*	0.687*	2.185
MMC						0.757*	2.849

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การบริหารพัสดุมีค่าตั้งแต่ 1.715 - 2.849 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของกลยุทธ์การบริหารพัสดุกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

กลยุทธ์การบริหารพัสดุ	ประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.833	0.306	2.719*	0.008
ด้านการสำรวจความต้องการใช้พัสดุ	0.155	0.086	1.805	0.074
ด้านการจัดหาพัสดุ	0.191	0.091	2.091*	0.039
ด้านการใช้พัสดุและการจัดเก็บพัสดุ	0.027	0.084	0.321	0.749
ด้านการควบคุมพัสดุ	0.106	0.091	1.171	0.245
ด้านการจำหน่ายพัสดุ	0.298	0.090	3.304*	0.001
$F = 26.239$ $p = 0.000$ Adj $R^2 = 0.571$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากกลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ เป็นกระบวนการสำคัญที่สถาบันอุดมศึกษาจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการจัดหาพัสดุต้องคำถึงความเหมาะสมของพัสดุต่อการปฏิบัติงาน ตรงตามความต้องการ ดำเนินงานให้แล้วเสร็จทันเวลา ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีผลการดำเนินงานเป็นที่พึงพอใจต่อบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุเทพ สระจันทร์, (2552 : 14) พบว่า การจัดหาพัสดุ ตามวิธีการจัดหาพัสดุตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม สามารถจัดหาพัสดุได้ตรงกับระยะเวลาในแผนการจัดซื้อ/จัดจ้าง และทันกับความต้องการใช้ ทำการเปรียบเทียบราคาซื้อพัสดุหรือราคากลางจากผู้ขายหลายแหล่ง ตลอดจนกำหนดผู้ตรวจรับพัสดุตามความชำนาญเฉพาะด้านพร้อมทั้งให้ความสำคัญต่อการตรวจสอบ ติดตามและประเมนผลการจัดหาพัสดุขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา ศรีทับทิม (2555 : บทคัดย่อ) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ด้านการจัดหาพัสดุให้มีประสิทธิภาพต้องกำหนดคุณสมบัติพัสดุให้สอดคล้องกับงบประมาณ และการควบคุมพัสดุของมหาวิทยาลัยมีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน ซึ่งเจ้าหน้าที่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อบังคับ กฎระเบียบต่างๆ เรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารพัสดุ เพื่อให้การบริหารพัสดุของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ตรวจสอบได้

กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากการจำหน่ายพัสดุเป็นขั้นตอนในการดำเนินการเพื่อจำหน่ายพัสดุที่หมดอายุการใช้งานหรือประสิทธิภาพในการใช้งานลดน้อยลง ซึ่งหลังจากจำหน่ายพัสดุจะต้องมีการดำเนินการเพื่อให้ได้พัสดุใหม่มาทดแทนทันเวลาต่อการใช้งานและไม่ให้เกิดความเสียหายหรือเกิด การขาดช่วงในการดำเนินงาน ส่งผลให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามนโนบายขององค์กร ต้นทุนในการดำเนินงานก็เกิดความสมดุลต่อผลการดำเนินงาน และใช้เวลาในการดำเนินงานที่เหมาะสมและทันต่อการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์ (2547 : 24) พบว่า การปฏิบัติตามขั้นตอนการจำหน่ายพัสดุ จัดทำรายงานการจำหน่ายพัสดุออกจากบัญชีทุกสิ้นปีงบประมาณ หากพัสดุครุภัณฑ์เสื่อมสภาพมีการแจ้งจำหน่ายพัสดุ หากมีการจำหน่ายพัสดุครุภัณฑ์ต้องมีการตั้งคณะกรรมการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อนจำหน่ายตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่ม ตลอดจนรายงานการตรวจสอบพัสดุประจำปีให้ผู้บริหาร และส่งให้สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น หน่วยงานต่างๆ ของรัฐหรือเอกชน

5.1.2 ควรมีการศึกษาวิจัยตัวแปรแทรกอื่นที่สนับสนุนให้เกิดผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อให้ได้ผลที่ถูกต้องมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป

5.1.3 ควรมีการศึกษาวิจัยสภาพปัญหาหรืออุปสรรคของกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานขององค์กรต่อไป

5.1.4 ควรมีการนำรูปแบบกลยุทธ์การบริหารพัสดุไปทดลองใช้ และทำการประเมินรูปแบบในการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.1.5 ควรมีการศึกษาวิจับกลยุทธ์การบริหารพัสดุในแต่ละด้านเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาในแต่ละด้านได้ตรงตามประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผู้บริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษา ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ โดยเริ่มตั้งแต่การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีการประเมินผลและติดตามกระบวนการบริหารพัสดุ เพื่อนำผลจากการประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการบริหารพัสดุให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดหน่ายงาน และควรมีคู่มือ ระเบียบเกี่ยวกับการการบริหารพัสดุที่ชัดเจนและปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ และถ่ายทอดความรู้และนโยบายต่างๆ สู่การปฏิบัติงานเพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริหารพัสดุ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การบริหารพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ และด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญและนำข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและปฏิบัติงานด้านการบริหารพัสดุของสถาบันอุดมศึกษา และใช้เป็นแนวงานในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารพัสดุ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรณัฐ แก้วโบราณ และหควณ ชูเพ็ญ. (2558). การพัฒนาการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษา วิเคราะห์การบริหารห่วงโซ่อุปวงค์ ห่วงโซ่อุปทาน ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *วารสารการบริหารท้องถิ่น.* 8(2) : 1 - 9.

ประชุม รอดประเสริฐ. (2545). *นโยบายและการวางแผน : หลักการและทฤษฎี.* กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

วรรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์. (2547). *การบริหารงานพัสดุ.* กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. (2547). *การวางแผนกลยุทธ์* : ศิลปะการกำหนดแผนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพมหานคร : สถาบันส่งเสริมผลงานวิจัยแห่งชาติ.

แววมยุรา เนียมสา. (2555). *ผลกระทบของการบริหารพัสดุเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถาบันศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.* วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมาคมนักบริหารงานพัสดุแห่งประเทศไทย. (2560). ประมวลกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการพัสดุ. ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2560. จาก http://www.cmatthai.net.

สุกัญญา ศรีทับทิม. (2555). *กลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารพัสดุ.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สุเทพ สระจันทร์. (2552). *การพัฒนาการดำเนินงานพัสดุ วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีร้อยเอ็ด อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด*. การศึกษาค้นคว้าอิสระ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อธิวัฒน์ โยอาศรี. (2550). *คู่มือปฏิบัติงาน ประมวลกฎหมาย และระเบียบเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ (ฉบับใหม่ล่าสุด)*. กรุงเทพมหานคร : กรมชนประทาน.

Aaker, D. A., V. Kumer and S. Day. (2001). *Marketing Research*. New York : Wiley and Sons.

Nunnally, J, C. (1978). *Psychometric theory*. 2ed. New York : NY : McGraw-Hill.

Nunnally, J, C. & I, H, Bernstein. (1994). *Psychometric theory*. New York : NY : McGraw-Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

The Relationship between Organizational Loyalty and Performance of Private Hospitals in Thailand

วัชรพงศ์ สีดาน้อย* ;วีระยา ภัทรอาชาชัย[2] และมณิสรา สนั่นเอื้อเม็งไธสง[3]

Watcharapong Sidanoi* Veeraya Pataraarchachai[2] and Manisara Sananuamengthaisong[3]

Received: March 18,2018, Revised: July 5,2018, Accepted : July 27,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคลโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 123 แห่ง และสถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมและความจงรักภักดีต่อองค์กรด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคล ควรให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากรในโรงพยาบาลเอกชน เพื่อให้องค์กรเดินหน้าไปสู่เป้าหมายและความสำเร็จได้อย่างมั่นคงและถาวร

คำสำคัญ : ความจงรักภักดีต่อองค์กร ผลการดำเนินงาน โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Managemet, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to study the relationship between organizational loyalty and performance of private hospitals in Thailand. Data were collected from 123 executives in the human resources department of each hospital by questionnaire. The statistics used for data collection were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The research found that loyalty to the organization in the aspect of faith in the organization positively related and impacted on overall performance. Also, loyalty to the organization in dimension of desire to stay with the organization positively related and effected on the overall performance. Hence, the human resources executives in private hospitals have to emphasize on the loyalty to the organization of employees for the success and sustainable growth of hospitals.

Keywords: Organizational Loyalty, Performance, Private Hospitals in Thailand

1. บทนำ

การบริหารองค์กรในยุคปัจจุบันต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ กลยุทธ์และวิธีการต่างๆ ที่องค์กรได้นำมาใช้เพื่อความอยู่รอด การปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรให้ความสำคัญและถูกนำเข้ามาใช้ในการพัฒนาองค์กร แต่ปัจจัยเหล่านี้ใช้แล้ว ย่อมหมดไปตามสภาพการใช้งานไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และปัจจัยหลักที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์กรต้องอาศัยทรัพยากรที่สำคัญ ได้แก่ 6 Ms คือ คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) เครื่องจักร(Machine) การบริหาร (Management) และขวัญกำลังใจ (Morale) โดยที่ Man หรือ คน คือผู้ที่เกี่ยวข้องกับระบบงานซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด (ชัยวัฒน์ อภินันท์วิริยกุล, 2552 : 1) เพราะคนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาคน พัฒนาองค์กร ตลอดจนถึงการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง องค์กรทุกองค์กรล้วนแต่มุ่งแสวงหามาตรการในการนำทรัพยากรมนุษย์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร โดยกล่าวได้ว่าความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าขององค์กร มีผลมาจากการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถและมีคุณค่า หน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารคือ การสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อชักจูงให้บุคคลเหล่านั้นทำงานอย่างกระตือรือร้น ทุ่มเทกำลังกาย กำลังใจอย่างเต็มที่และเต็มความสามารถในการทำงาน อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลแก่องค์กร ซึ่งจะเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุง และรักษาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งมีความรู้และความสามารถที่มีอยู่ให้อยู่กับองค์กรได้นานที่สุด และสามารถปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด กล่าวได้ว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรนั้นไม่ว่าหน่วยงานประเภทใด หากงานบริหารบุคคลบกพร่องหน่วยงานนั้นก็จะเจอปัญหาและอุปสรรคอยู่ตลอดเวลา เพราะบุคคลเป็นผู้ปฏิบัติงาน ผลงานจะดีหรือเสียจึงขึ้นอยู่กับผู้ที่ปฏิบัติงานนั้นๆ ถ้าบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานไม่มีขวัญและกำลังใจที่ดี ผลงานที่ออกมาก็จะบกพร่องไม่มีประสิทธิภาพ แต่ถ้าการบริหารงานบุคคลที่ดีมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนที่เหมาะสมผลงานที่ออกมาก็จะเต็มไปด้วยประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากทุกฝ่ายที่ร่วมมือกัน

ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Organizational Loyalty) เป็นความรู้สึกส่วนตัวของบุคคลที่รู้สึกจงรักภักดีต่อองค์กรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อสถานที่ที่ตนได้ปฏิบัติงานอยู่รวมถึงการทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กร มีความพึงพอใจในการทำงาน วัฒนธรรมองค์กรและสังคมแวดล้อมตลอดจนรู้สึกรักอบอุ่นและผูกพันต่อองค์กร พร้อมที่จะปฏิบัติงาน

อยู่ในองค์กรต่อไปด้วยความเต็มใจ (รัชนี ตรีสุทธิวงษา, 2552 : 2) การพัฒนาหรือสร้างความจงรักภักดีต่อองค์กรนี้เป็นลักษณะของการนำเอาเทคนิคการพัฒนาองค์กร มาเพื่อเปลี่ยนสภาพองค์กรโครงสร้างทรัพยากรมนุษย์หรือวัฒนธรรมการทำงานต่างๆ ให้สมดุลกับการเปลี่ยนแปลงภายนอกองค์กรที่มีแรงผลักดันมาจาก การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลาและส่วนใหญ่แล้วจะดำเนินการในรูปแบบแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) ที่ฝ่ายบริหารและสมาชิกจะมีกิจกรรมร่วมกันผลักดันให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ตามเป้าหมายที่กำหนด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานะปัจจุบัน กำหนดกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงองค์กรได้ (พรเพ็ญ เกยานนท์, 2555 : 81) ศึกษาอย่างละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) และพฤติกรรมองค์การ (Organizational Behavior) เพราะเป็นศาสตร์พื้นฐานในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับบุคคล และการสร้างแรงขับให้กับบุคคลเพื่อให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ที่ต้องการ ตลอดถึงการพัฒนาภาวะผู้นำที่ดีของผู้บริหาร และการจัดการองค์กรที่เอื้อต่อการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ก่อให้เกิดความจงรักภักดีของบุคลากร ซึ่งสามารถปรับไปใช้ได้ทั้งองค์กรด้านการศึกษา องค์กรทางด้านธุรกิจ หรือองค์กรอื่นๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน การลาออกจากองค์กรของบุคลากรจึงถือเป็นเป็นภาระต้นทุนขององค์กร เนื่องจากองค์กรได้ลงทุนในการพัฒนาบุคลากรนั้นขึ้นมาและทำงานมาระยะหนึ่งแล้ว การลาออกจะก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายมากกว่าจะได้รับผลงานเป็นการตอบแทนจากบุคคลนั้น อัตราการลาออกของพนักงานเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสภาวะความสูญเปล่าในการลงทุน ในอีกแง่มุมหนึ่งก็เป็นการสูญเสียภาพพจน์ขององค์กร การลาออกของพนักงานก่อให้เกิดผลที่ตามมา คือ แรงงานด้อยประสิทธิภาพ เพราะมีการย้ายงานบ่อย จนทำให้ขาดความชำนาญ แต่เนื่องจากภาวะแรงงานขาดแคลนจึงทำให้องค์กรต่างๆ ไม่มีโอกาสเลือกพนักงาน จึงจำเป็นต้องรับแรงงานเหล่านี้เข้ามาทำงานในองค์กร นอกจากนี้การลาออกของพนักงานยังส่งผลกระทบต่อบริษัทในด้านอื่นๆ อีก เช่น การสูญเสียค่าใช้จ่ายในการสรรหา การลาออกของพนักงานเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ องค์การจะแก้ไขปัญหานี้ได้นั้นจะต้องทราบสาเหตุที่แท้จริงที่ทำให้พนักงานลาออกจากงานเสียก่อนจึงจะสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธาณัชตรา สมัครจิตร, 2555 : 42)

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์หรือค่าความสำเร็จจากการดำเนินงาน หรือการกระทำกิจกรรมต่างๆ ภายในองค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานสอดคล้องกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่หัวหน้างาน ผู้บังคับบัญชา องค์กรได้ตกลงกันไว้ก่อนเริ่มดำเนินการ ในการดำเนินการตามแผนปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลเพียงใด เมื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบกับค่าความสำเร็จที่ตั้งไว้ (นภดล ร่มโพธิ์, 2554 : 24) องค์กรที่มีการวัดผลการดำเนินงานและประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอนั้น จะทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงานอยู่เป็นระยะและสามารถปรับปรุงหรือวางแผนได้อย่างทันท่วงที การวัดผลการดำเนินงานมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี แต่วิธีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นมาตรฐานและนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายคือ เครื่องมือวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านการปฏิบัติงานภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (พสุ เดชะรินทร์, 2544 : 6 – 8) นับว่าเป็นการวัดผลการดำเนินงานที่มีความสมดุลระหว่างภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ระหว่างการเพิ่มรายได้และการควบคุมต้นทุน และระหว่างการบริหารจัดการในระยะสั้นและระยะยาว สำหรับการบริหารจัดการในระยะสั้นนั้นคือ การให้ความสำคัญด้านการเงินเป็นหลัก และสำหรับการบริหารจัดการในระยะยาวนั้นคือ มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้มีความยั่งยืน เช่น การให้ความสำคัญด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี การเรียนรู้และการพัฒนาองค์กร ด้วยเหตุผลนี้จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือหลักที่ผู้บริหารหรือองค์กรต่างๆ นำมาใช้ปรับปรุงพัฒนาบริหารองค์กรของตนให้อยู่รอดและสามารถแข่งขันกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้ได้ (ธนวิน สาตสิน, 2559 : 2)

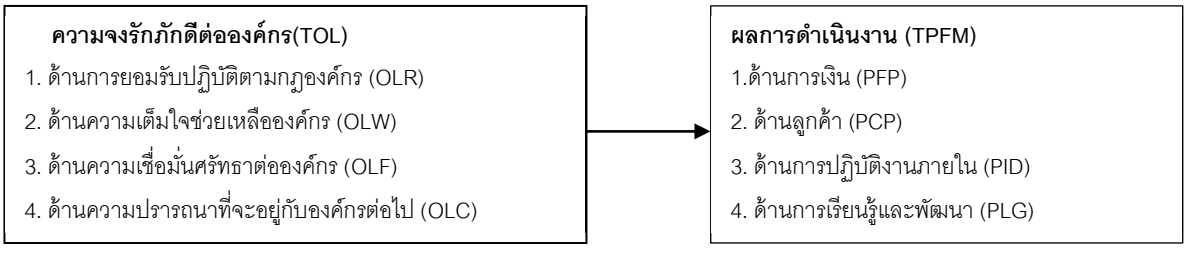
โรงพยาบาลเอกชน เป็นสถานบริการทางการแพทย์ที่ช่วยแบ่งเบาภาระจากโรงพยาบาลของรัฐซึ่งนับวันจะไม่เพียงพอต่อการให้บริการและเป็นอีกหนึ่งทางเลือก สำหรับผู้ที่ต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็วและมีความสามารถในการจ่ายค่าบริการได้ ซึ่งในปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนโดยทั่วไปมีอุปกรณ์ เครื่องมือ และความสามารถตลอดถึงแพทย์และบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถที่สูง และมีขีดความสามารถในการให้การรักษาโรคเฉพาะทางเช่นเดียวกับโรงพยาบาลของรัฐโดยทั่วไป แต่การปฏิบัติงานที่หนักการรองรับคนไข้ภายใต้สภาวะที่กดดัน ทีมแพทย์และพยาบาลตลอดจนถึงบุคลากรต่างๆต้องมีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เนื่องจากงานที่รับผิดชอบนั้นเกี่ยวข้องกับความเจ็บปวด ความทุกข์ทรมาน ความเป็นความตายของผู้ป่วยและความวิตกจริตของผู้ป่วยและญาติของผู้ป่วยเอง แพทย์และพยาบาลต้องปฏิบัติงานให้ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์รวมทั้งยังต้องประสานงานกับบุคลากรวิชาชีพอื่นๆ อีกหลายระดับ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีความแตกต่างกันทั้งทางด้านการเลี้ยงดูและพัฒนาการทางด้านอารมณ์ โรงพยาบาลจึงต้องสร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อกันในการทำงาน เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (กาญจนาภรณ์ วันเพ็ญ, 2553 : 3)เนื่องด้วยภาระและหน้าที่ ที่ต้องดูแลและคลุกคลีอยู่กับผู้ป่วยตลอดจึงทำให้กิจวัตรต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์ อาจจะทำไม่เหมือนกับอาชีพอื่นโดยทั่วไป เช่น เวลารับประทานอาหาร เวลาพักหรือเวลานอนที่ไม่เป็นเวลาเหมือนคนโดยทั่วไป เพราะฉะนั้นความเหนื่อยล้า แรงกดดันจากการทำงานอาจเกิดขึ้นได้ทุกขณะ เพราะฉะนั้นบุคลากรในสายวิชาชีพนี้จึงมีภาระงานที่หนักในแต่ละวันส่งผลต่อความเครียดและส่งผลให้มีการลาออกจากหน่วยงานค่อนข้างสูง ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงพยาบาลเอกชนหรือองค์กรต่างๆ ควรปลูกฝังหรือสร้างความจงรักภักดีให้เกิดขึ้นแก่บุคลากรในองค์กรเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อองค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะทดสอบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคลโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ จะนำไปใช้เป็นแนวทางสร้างความจงรักภักดีในองค์กรและทราบถึงผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลอันจะส่งผลต่อการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลอันสูงสุด

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความจงรักภักดีต่อองค์กร ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ
โมเดลของความจงรักภักดีต่อองค์กรและผลการดำเนินงาน



2.1 ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Organizational Loyalty)

ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Organizational Loyalty) หมายถึง ความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีทัศนะคติที่ดีต่อองค์กร มีความเต็มใจปฏิบัติงานพร้อมอุทิศตนเพื่อองค์กร มีความผูกพันและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรที่พร้อมจะพัฒนาตนในทุกๆ ด้านของการเปลี่ยนแปลงในองค์กรทั้ง การพัฒนาองค์ความรู้ วิสัยทัศน์ การทำงานเป็นทีมโดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาประมวลเพื่อวิเคราะห์คาดเดาเหตุการณ์และตัดสินใจได้อย่างถูกต้องถึงปัญหา แนวโน้มและอุปสรรคในขอบข่ายงานที่ตนมีอำนาจในการตัดสินใจเพื่อผลประโยชน์และความเป็นเลิศขององค์กรเป็นที่ตั้ง รัชนี ตรีสุทธิวงษา (2552 : 5) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการยอมรับปฏิบัติตามกฎขององค์กร (Organization Rules) หมายถึง ความสามารถของบุคลากรขององค์กรในการยอมรับและปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และวิธีการที่องค์กรได้กำหนดไว้โดยเคร่งครัดและยึดมั่นเป็นหลักในการปฏิบัติงาน

2.1.2 ด้านความเต็มใจช่วยเหลือองค์กร (Organization Willingness) หมายถึง การที่บุคลากรขององค์กรให้ความร่วมมือเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยองค์กรในทุกด้านตามที่องค์กรได้ร้องขอหรือเสนอตัวด้วยความเต็มใจ

2.1.3 ด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร (Organization Faith) หมายถึง การที่บุคลากรขององค์กรมีความรัก ซื่อสัตย์และเลื่อมใสกับองค์กรที่ตนได้ปฏิบัติงานอยู่

2.1.4 ด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป (Organization Commitment) หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรที่พึงปรารถนาจะอยู่กับองค์กรและไม่คิดที่จะโยกย้ายงานหรือลาออกจากองค์กร

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลลัพธ์หรือผลผลิตที่เกิดขึ้นจากปัจจัยหรือกระบวนการภายในองค์กร เป็นไปตามที่องค์กรได้คาดหวังหรือตั้งเป้าหมายไว้ ปรับปรุงประสิทธิภาพและกระบวนการภายในเมื่อมีการวัดผลการดำเนินงานซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา พสุ เดชะรินทร์ (2544 : 6-8) ประกอบไปด้วย

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถขององค์กร ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จที่มีต่อการบรรลุเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น ความสามารถในการทำกำไร การเจริญเติบโตและมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น การลดลงของต้นทุนและค่าใช้จ่ายด้านต่างๆ

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจสูงสุดเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและแสวงหาฐานลูกค้ารายใหม่โดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ บริการที่รวดเร็ว สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า การเพิ่มศักยภาพให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า

2.2.3 ด้านการปฏิบัติงานภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์หรือค่าความสำเร็จจากความสามารถขององค์กร ในการวางแผนปฏิบัติงานดำเนินการควบคุมประเมินผล และปรับปรุงพัฒนาให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้พนักงานและองค์กรดำเนินงานได้ถูกต้องตามแนวทางที่กำหนดไว้

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถในการพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ การปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีปฏิบัติงานเพื่อจำกัดปัญหาอุปสรรคต่างๆ รวมถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยใน

กระบวนการทำงาน โดยส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ มุ่งพัฒนาสู่ความเป็นเลิศทั้งด้านความคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติงานในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน เนื่องจากความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นความรู้สึกส่วนหนึ่งที่บุคลากร รู้สึกรัก ผูกพันและภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันศิริ สุขวิพัฒน์ (2558 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีในการทำงานสมัยใหม่กับความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยนครพนม พบว่า ความจงรักภักดีในการทำงานสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความกระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยนครพนมจึงควรส่งเสริมให้พนักงานมหาวิทยาลัยนครพนมมีความจงรักภักดีในการทำงาน และเสริมสร้างทักษะการทำงานสร้างความผูกพันและสร้างคุณค่าให้พนักงานเกิดการพัฒนาตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การมีความกระตือรือร้น อดทน ตั้งใจมุ่งมั่นต่อการทำงานที่ได้รับมอบหมาย อันจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายของมหาวิทยาลัยในอนาคตต่อไปและสอดคล้องกับงานวิจัยของนงเยาว์ ป้านพูล (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา การเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีปัจจัยส่วนบุคคล จิตลักษณะและบุคลิกภาพต่างกัน : กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง พบว่า พนักงานระดับปฏิบัติการมีความจงรักภักดีต่อองค์การอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่าพนักงานมีความรู้สึกจงรักภักดีและต้องการคงไว้ซึ่งสมาชิกภาพขององค์การอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานระดับปฏิบัติการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาปฏิบัติงาน และตำแหน่งงานต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์การไม่ต่างกัน พนักงานระดับปฏิบัติการที่มีจิตลักษณะ 3 ด้าน ได้แก่ เจตคติต่องาน ลักษณะมุ่งอนาคตการควบคุมตนเอง และสุขภาพจิตต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่าผู้มีเจตคติต่องานดี มีลักษณะมุ่งอนาคต การควบคุมตนเองสูงและมีสุขภาพจิตดีมีความจงรักภักดีต่อองค์การสูงกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีเจตคติต่องานไม่ดี มีลักษณะมุ่งอนาคตการควบคุมตนเองต่ำและมีสุขภาพจิตไม่ดี พนักงานระดับปฏิบัติการที่มีบุคลิกภาพต่างกันมีความจงรักภักดีต่อองค์การต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานที่มีบุคลิกภาพแบบมีมโนสำนึกในหน้าที่การงานมีความจงรักภักดีต่อองค์การสูงกว่าพนักงานที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวทางอารมณ์

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความจงรักภักดีต่อองค์กรมีผลต่อผลการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : ความจงรักภักดีต่อองค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคลโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 345 แห่ง (สำนักสถานพยาบาลและประกอบโรคศิลปะ, 2559 : เว็ปไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 234 ฉบับ ตรวจสอบพบว่า มีแบบสอบถามที่ตอบกลับมาถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมดจำนวน 123 ฉบับ และเนื้อความไม่สมบูรณ์จำนวน 7 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับเป็นจำนวนร้อยละ 35.65 ของกลุ่มจำนวนประชากร โดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นั้นต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 ของจำนวนประชากร จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Aaker,Kumar & Day : 2005)

3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

ความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการยอมรับปฏิบัติตามกฎองค์กร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการปฏิบัติตามกฎของโรงพยาบาลที่มีอยู่แล้วอย่างเคร่งครัดไปจนถึงความพร้อมที่จะปฏิบัติและปรับตัวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกฎ ระเบียบและข้อบังคับต่างๆ ของโรงพยาบาล 2) ด้านความเต็มใจช่วยเหลือองค์กร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมความพร้อมและยินดีที่จะเข้ามาปฏิบัติงานเมื่อมีความจำเป็นเร่งด่วนแม้จะไม่ใช่เวลางาน ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากบุคลากรเมื่อมีกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงานหรือความร่วมมือต่างๆ ที่บุคลากรมีให้โรงพยาบาลตลอดถึงมักได้รับความร่วมมืออยู่เป็นประจำจากบุคลากรในการมาทำงานก่อนเวลาหรืออยู่ทำงานต่อหลังเวลาเลิกงานโดยไม่ได้รับค่าตอบแทนในการทำงานล่วงเวลา 3) ความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม ความภาคภูมิใจและพร้อมจะบอกกับบุคคลภายนอกว่าท่านได้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลแห่งนี้เป็นองค์กรที่บุคคลในวิชาชีพด้านสุขภาพปรารถนาจะเข้ามาปฏิบัติงานด้วย เมื่อมีบุคคลกล่าวให้ร้ายกับโรงพยาบาลของท่าน ท่านและบุคลากรในโรงพยาบาลของท่านพร้อมที่จะอธิบายและชี้แจงให้ทราบถึงสาเหตุนั้นๆ ท่านมีความเชื่อมั่นและภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงานในโรงพยาบาลแห่งนี้ ท่านพร้อมที่จะเสียสละประโยชน์ส่วนตนและอุทิศตนเพื่อความสำเร็จขององค์กร 4) ความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการดำรงอยู่เพื่อเป็นสมาชิกองค์กรต่อ ความผูกพันกับโรงพยาบาลและปรารถนาที่จะอยู่กับโรงพยาบาลจนกว่าจะเกษียณงาน แม้โรงพยาบาลอื่นจะเสนอตำแหน่งงานและผลตอบแทนที่สูงกว่าให้กับบุคลากรของท่านแต่บุคลากรของท่านก็จะปฏิบัติงานในโรงพยาบาลนี้ต่อไปและการลาออกจากงานของบุคลากรในโรงพยาบาลของท่านต่ำกว่าโรงพยาบาลอื่น

ผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม เกี่ยวกับผลกำไรขาดทุน การสร้างผลประกอบการตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การใช้สินทรัพย์และการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดถึงสามารถพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพให้ต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลงอย่างต่อเนื่อง 2) ด้านลูกค้า ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม การรักษาลูกค้าเดิมและแสวงหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มมากขึ้น การสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าเพื่อให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ 3) ด้านการปฏิบัติงานภายใน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การวางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้ทันสมัยลดกระบวนการการทำงานเพื่อความรวดเร็วปรับปรุงโครงสร้างการบริหารให้มีความคล่องตัว รวมถึงการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตและบริการ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ความสามารถการให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็น ปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อเพิ่มทักษะและความชำนาญ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งความจงรักภักดีต่อองค์กรมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.466 - 0.845 และผลการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.688 – 0.840 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยรวมและเป็นรายด้านโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความจงรักภักดีต่อองค์กรมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง

0.656 – 0.899 และผลการดำเนินงานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.880 – 0.913 สอดคล้องกับ Lovett (2002) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.50 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $TPFM = \beta_1 OLR + \beta_2 OLW + \beta_3 OLF + \beta_4 OLC$

เมื่อ TPFM แทน ผลการดำเนินงานโดยรวม

OLR แทน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านการยอมรับปฏิบัติตามกฎขององค์กร

OLW แทน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านความเต็มใจช่วยเหลือองค์กร

OLF แทน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร

OLC แทน ความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

4.ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงานโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตัวแปร	TPFM	OLR	OLW	OLF	OLC	VIF_s
$\bar{X}$	3.83	3.72	3.86	4.04	3.58	-
S.D.	0.62	0.55	0.65	0.58	0.64	-
TPFM	1.000	0.593*	0.683*	0.732*	0.667*	-
OLR		1.000	0.646*	0.618*	0.481*	1.885
OLW			1.000	0.713*	0.681*	2.704
OLF				1.000	0.705*	2.720
OLC					1.000	2.286

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF_s ปรากฏว่าค่า VIF_s ของตัวแปรอิสระความจงรักภักดีต่อองค์กร มีค่าตั้งแต่ 1.885 – 2.720 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับผลการดำเนินงานโดยรวมของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ความจงรักภักดีต่อองค์กร	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	P-Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.217	0.273	0.793	0.429
ด้านการยอมรับปฏิบัติตามกฎขององค์กร (OLR)	0.171	0.089	1.932	0.056
ด้านความเต็มใจช่วยเหลือองค์กร (OLW)	0.177	0.09	1.975	0.051
ด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร (OLF)	0.375	0.1	3.747*	<0.001
ด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป OLC)	0.216	0.083	0.083*	0.011

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กร ด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กรและด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจที่เปิดทำงานตลอด 24 ชั่วโมง บางครั้งอาจทำให้เกิดความเหนื่อยล้าจากการปฏิบัติหน้าที่ เพราะฉะนั้นความรักและศรัทธา ความยึดมั่นในองค์กรจึงมีส่วนสำคัญในการดำรงรักษาสภาพการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ซึ่งมีส่วนสำคัญในการส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Morick (2004 : 349) กล่าวว่า การเสริมสร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ โดยเป็น การเพิ่มโอกาสให้เกิดการตระหนักในการทำงาน ปรับปรุงการทำงานของพนักงานแต่ละบุคคลให้มีระดับคุณภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของวิทยา ด่านดำรงกุล และพิภพ อุดร (2547 : 15-17) พบว่า ประโยชน์ที่ได้จากการรักษาลูกค้า คือ การรักษาลูกค้าทำให้เกิดการที่ลูกค้าบอกต่อเป็นสิ่งที่มีอานุภาพอย่างยิ่งในแง่การตลาดถือเป็นโฆษณาและความน่าเชื่อถือแก่องค์กร และสอดคล้องกับผลวิจัยของ นรีกานต์ อรรคอุดม (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันต่อองค์การ โดยมีการมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบให้มีความเหมาะสมโดยพิจารณาถึงความรู้ความสามารถของพนักงานให้ได้ปฏิบัติงานที่ตนเองมีและสร้างขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน ดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่ของพนักงานให้ความช่วยเหลือให้โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เพื่อให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีกับองค์กร การรับรู้ความสัมพันธ์ในองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพันด้านจิตใจต่อองค์กรเมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ความสัมพันธ์ในองค์กรแบบความสัมพันธ์ตามโครงสร้างมีอิทธิพลทางบวกต่อความผูกพัน ด้านจิตใจต่อองค์กร เนื่องจากพนักงานเกิดการรับรู้ความสัมพันธ์ตามโครงสร้างของ องค์กรที่ถูกต้อง จึงส่งผลให้การปฏิบัติงานมีผลออกมามีประสิทธิภาพ ไม่มีจุดบกพร่องเมื่องานมี ประสิทธิภาพพนักงานก็รู้สึกเกิดความภูมิใจเสมือนตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดผลงานที่ดีมีคุณภาพและทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการพิจารณา การใช้วิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบอื่น เช่นการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในเชิงลึกถึง (Indepth – Interview) เรื่องความจงรักภักดีต่อองค์กรของบุคลากร เป็นต้น เพื่อเป็นข้อมูลและเป็นประโยชน์ในการพัฒนาปรับปรุง ในการศึกษาวิจัยถึงความจงรักภักดีต่อองค์กร ต่อไป

5.1.2 ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร เช่น ความขัดแย้งในองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน ความเครียดหรือปัญหาและอุปสรรคส่วนตัว ตลอดจนแรงจูงใจ เพื่อหาปัญหาที่แท้จริง ที่อาจส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดีต่อองค์กร

5..1.3 ควรศึกษาปัจจัยความมุ่งหวังในการเข้ารับบริการทางการแพทย์ของประชาชน ที่มีต่อความพึงพอใจในการเข้ารับบริการโรงพยาบาลเอกชน เพื่อพัฒนาการบริการที่ก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

5..1.4 ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบหรือผลักดันทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรที่มีผลต่อการดำเนินงาน ที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายหรือบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ควรให้ควรสำคัญกับความจงรักภักดีต่อองค์กร เพื่อเป็นการรักษาทรัพยากรที่มีคุณค่ามากที่สุดนั่นคือ ทรัพยากรมนุษย์เพราะเป็นทรัพยากรที่ใช้แล้วไม่มีวันหมดไปหรือเสื่อมสลายตามการใช้งานในทางตรงกันข้ามนั้น กลับเป็นทรัพยากรที่เพิ่มพูนความรู้ เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์กรนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้

5.2.2 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อองค์กรด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป โรงพยาบาลควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสามารถของตัวบุคลากรที่มีต่อโรงพยาบาลว่างานที่ตนทำอยู่นั้นมีความสำคัญอย่างไรกับโรงพยาบาล สร้างแรงจูงใจและแรงกระตุ้นให้บุคลากรปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรไม่คิดที่จะโยกย้ายงานหรือลาออกจากโรงพยาบาล

5.2.3 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่มั่นคงและยั่งยืน เพราะในปัจจุบันนี้ผู้คนได้ให้ความสำคัญและตระหนักถึงกระแสการรักสุขภาพและดูแลใส่ใจในร่างกายตัวเองมากขึ้น โรงพยาบาลควรสร้างโอกาสและพัฒนาการให้บริการในเชิงรุกมากกว่าการตั้งรับจากผู้มาใช้บริการเพียงอย่างเดียว การพัฒนาการให้บริการที่มีคุณภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการตลอดจนถึงการติดตามและย้ำเตือนเพื่อให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำของผู้มารับบริการ

5.2.4 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ควรนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางหรือทางเลือกในการบริหารโรงพยาบาลเพราะไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรนั้นส่งผลต่อผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลโดยตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

6.สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีต่อองค์กรกับผลการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า ความจงรักภักดีต่อองค์กรด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กรและด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงคุณค่าของความจงรักภักดีต่อองค์กร ส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร สร้างคุณค่าให้บุคลากรได้รับรู้ว่ามีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรเพื่อให้บุคลากรได้เกิดแรงบันดาลใจในการทุ่มเทกำลังกายและกำลังใจเพื่อองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความอดทน ความมั่งมั่นความตั้งใจ อันจะนำไปสู่เป้าหมายและความสำเร็จได้อย่างมั่นคงและถาวรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กาญจนาภรณ์ วันเพ็ญ. (2553). *กลยุทธ์ทางการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนจังหวัดอุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี,

นรีกานต์ อรรคอุดม. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการองค์การ ความผูกพันต่อองค์การและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ : กรณีองค์การมหาวิทยาลัยเอกชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ปทุมธานี : มหาวิทยาลยศรีปทุม.

ชัยวัฒน์ อภินันท์วิริยกุล. (2552). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานและความจงรักภักดีต่อองค์กรในบริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. พิษณุโลก

ธาณัชตรา สมัครจิตร.(2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลาออกของพนักงานระดับปฏิบัติการของโรงงานผลิตภัณฑ์อาหารแห่งหนึ่งในเครือ สหพัฒน์พิบูล อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. *วารสารวิทยาลัยพาณิชย์ศาสตร์* บูรพาปริทัศน์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 5(2) : 35-44

ธนวิน สาตสิน. (2559). *ผลกระทบของการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมัยใหม่เชิงกลยุทธ์ที่มีผลการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รัชนี ตรีสุทธิวงษา. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน ความจงรักภักดีต่อองค์กร และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.* วิทยานิพนธ์ กจ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พสุ เดชะรินทร์. (2544). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicators*. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พรเพ็ญ เกยานนท์. (2555). *การพัฒนาหน่วยงานภาครัฐให้เป็นองค์กรสมัยใหม่.* วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 5(1) : 80-85 ,

วันศิริ สุขวิพัฒน์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างความจงรักภักดีในการทำงานสมัยใหม่กับความกระตือรือร้นในการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยนครพนม.* วิทยานิพนธ์ บธ.ม.มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

วิทยา ด่านดารงกุล และพิภพ อุดร. (2547). *CRM - CEM หยินหยางการตลาด.* กรุงเทพฯ : ไทยยูเนี่ยนกราฟฟิกส์

นงเยาว์ ป้านพูล. (2551). *การเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อองค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลจิตลักษณะและบุคิกภาพต่างกัน : กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง.*วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นภดล ร่มโพธิ์. (2554). *การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร.* กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักสถานพยาบาลและประกอบโรคศิลปะ. (2559). *รายชื่อสถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยไว้ค้างคืน.* ค้นเมื่อ 29 เมษายน 2560. จาก<https://www.google.co.th/?gws_rd=cr&ei=j9MOWdvtlsb_vASm5KKgAQ>

Aaker. D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons Inc.

Black, K. *(2006). Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.

Morick, H. (2004). *Job Enlargement and Job Enrichment*. Woflgang Luck : France,

Nunnaiiy, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York : McGraw Hill

Lovett, H.T. (2002). "The Effect of Violating the Assumption of Equal Item Means in Estimation the Livingstone Coefficiant," *Education nad Psychological Measurement*. 38(1978) : 239 – 251,

ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Effect of Accounting Capability and Accounting Professional Ethics on Financial Reporting Quality of Limited Company in the Northeast Region.

อมร โททำ*

Amorn Thotham*

Received: January 30,2018, Revised: July 7,2018, Accepted : December 26,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 193 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณค่าทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน และ 2) จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความโปร่งใส ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน ดังนั้น ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ นักบัญชีควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีทั้งในด้านมาตรฐาน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี ฝึกทักษะอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ จะต้องปฏิบัติงานด้วยการยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีตามข้อกำหนดของสภาวิชาชีพบัญชีฉบับที่ 19 เพื่อให้การรายงานข้อมูลทางการเงินมีคุณภาพและเกิดความเชื่อถือได้ของผู้ใช้ข้อมูลของบริษัทจำกัดอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี คุณภาพรายงานทางการเงิน บริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

---

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

* Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Rajabhat Maha Sarakham University

Abstract

The purpose of this study was to the effect of accounting capability and accounting professional ethics on financial reporting quality of limited company in the Northeastern by using questionnaire as an instrument for collecting data from 193 accounting executives of limited companies in the Northeast, selected by a stratified random sampling technique. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The result showed that 1) the accounting capability in the aspects of knowledge, skills, and professional values had positive relationships with and effects on financial reporting quality; 2) the accounting professional ethics in the aspects of integrity, professional competence, and professional behavior had positive relationships with and effects on financial reporting quality. Therefore, the accounting capability and accounting professional ethics had positive relationships with and effects on financial reporting quality of limited company in the Northeastern. As a result of this research, therefore, accountants should pay attention to the development of accounting proficiency knowledge in standard and laws which related to accounting profession and to the skills training continually. Furthermore, the accountants must perform their work by adhering to the accounting professional ethics in accordance with the requirements of the Federation of Accounting Professions No. 19 in order to ensure the quality of financial reporting and the reliability of users.

Keywords : Accounting Capability, Accounting Professional Ethics, Financial Reporting Quality, Limited Company in the Northeast

1. บทนำ

ในยุคที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูงการแข่งขันยิ่งรุนแรงมากขึ้น ผู้บริหารจึงต้องมีความสามารถในการบริหารงานสูง โดยต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อองค์กรทุกประเภทไม่เพียงแต่องค์กรธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรทั้งที่เป็นกิจการพาณิชยกรรม กิจการอุตสาหกรรม และกิจการให้บริการเท่านั้น ยังรวมถึงองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไรด้วย ข้อมูลทางการบัญชีมีบทบาทต่อผู้ใช้ภายนอกองค์กรทุกประเภททุกระดับตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป องค์กรที่สามารถใช้ข้อมูลทางการบัญชีให้เป็นประโยชน์ในการบริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันตามภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป (จรรยา อุทารสวัสดิ์, 2556 : เว็บไซต์) ประกอบกับประเทศไทยได้ปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบัญชีไทยเทียบเท่ากับมาตรฐานการบัญชีสากล บริษัทต่างๆ จึงต้องทำความเข้าใจทั้งในมาตรฐานการบัญชีที่มีผลบังคับใช้แล้วในปัจจุบันและที่มีผลบังคับใช้ในอนาคต เพื่อให้ผลการดำเนินงานมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และทำให้ผู้ที่ใช้งบการเงิน เกิดความเชื่อมั่นในการรายงานทางการเงินที่สะท้อนความเป็นจริงมากขึ้น

รายงานทางการเงินที่บริษัทเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำขึ้น ต้องจัดทำตามมาตรฐานรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้องและรับรองทั่วไป เพื่อให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจและเป็นไปตามมาตรฐานสากล ข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชีฯ ฉบับที่ 19 เรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 ได้เปลี่ยนแนวคิดลักษณะเชิงคุณภาพจากเดิมที่กำหนดเป็นลักษณะเชิงคุณภาพของรายงานทางการเงิน มาเป็นลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูล

ที่เป็นประโยชน์ที่สุดต่อผู้ลงทุน ผู้ให้กู้ยืม หรือเจ้าหนี้อื่นในปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย 1) ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) 2) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) 3) ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) 4) ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) 5) ความทันเวลา (Timeliness) และ 6) ความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. 2562 : เว็บไซต์) ดังนั้น หากองค์กรที่จะรายงานข้อมูลทางการเงินในปัจจุบันจะต้องดำเนินการตามกรอบแนวคิดสำหรับรายงานทางการเงินที่กำหนดให้ครบประเด็นเพื่อให้เกิดคุณภาพและความเชื่อมั่นในรายงานทางการเงินที่เผยแพร่ต่อสาธารณะ

ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่จำเป็นประการแรกของการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กร นักบัญชีจะต้องปฏิบัติด้วยความรู้ตามมาตรฐานวิชาชีพ มีความมุ่งมั่นขยันหมั่นเพียรและศึกษาหาความรู้และความชำนาญเพื่อเติมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นนักบัญชีจะต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานโดยการประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2553: 72) ดังนั้น บริษัทจะต้องพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี (Accounting Capability) ให้กับนักบัญชีอย่างต่อเนื่อง โดยนักบัญชีจะต้องมี ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีเท่าเทียมสากลประกอบด้วย 1) ความรู้ทางวิชาชีพ (Professional Accountants) 2) ทักษะวิชาชีพ (Professional Skills) และ 3) คุณค่าทางวิชาชีพ (Professional Values) (สภาวิชาชีพบัญชีในพระราชูปถัมภ์, 2562 : เว็บไซต์)

นอกจากนี้ การจัดทำรายงานทางการเงินให้เกิดคุณภาพนั้น นักบัญชีจะต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพที่ปฏิบัติงานเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ ซึ่งสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้กำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีขึ้นตามข้อกำหนดและข้อปฏิบัติ ประกอบด้วย 1) ความโปร่งใส ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity and Objectivity) 2) ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (Professional Competence and Due Care) 3) การรักษาความลับ (Confidentiality) 4) ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ (Accountability) 5) ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ (Professional Behavior) และ 6) ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป (Professional Behavior) ทั้งนี้ เพื่อใช้ในการควบคุมจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีถ้าไม่ปฏิบัติตามก็จะถูกลงโทษตั้งแต่การตักเตือน ภาคทัณฑ์ พักใช้ใบอนุญาต และการเพิกถอนใบอนุญาต (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. 2560 : เว็บไซต์) นอกจากจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพจะมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรแล้วยังส่งผลถึงความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติโดยรวมด้วยในการทำงานให้ประสบความสำเร็จเป็นที่พอใจจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาองค์กรและบุคลากรเพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งองค์กรจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของตนและองค์กรที่จะต้องดำเนินไปพร้อมๆ กัน (สมใจ ลักษณะ, 2546 : 235)

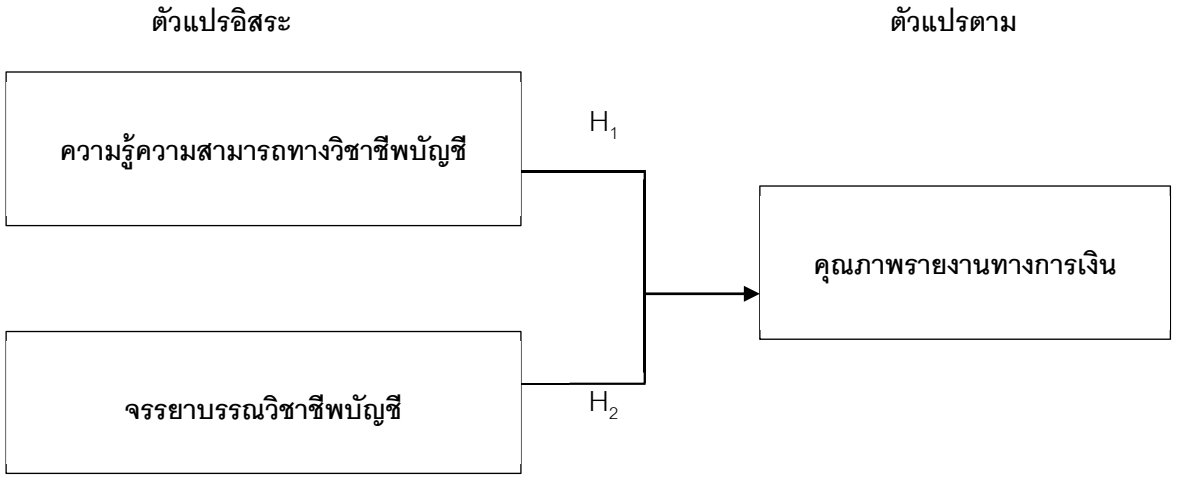
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับองค์กรให้รายงานทางการเงินมีคุณภาพโดยการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานบัญชี การปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ เพื่อให้เกิดคุณภาพต่องบการเงินที่เผยแพร่ และทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



2.1 **ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี** (Accounting Capability)

ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี หมายถึง ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ในสาขาทางด้านวิชาชีพบัญชี โดยสามารถตอบสนองวิชาการใหม่ๆ ในด้านการรายงานและให้ข้อสนเทศต่างๆ รวมถึงทักษะด้านการเรียนรู้อย่างชาญฉลาดเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพสอบบัญชี เพื่อพัฒนาให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ด้านดังนี้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระราชูปถัมภ์, 2553 : เว็บไซต์)

2.1.1 ความรู้ทางวิชาชีพ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ในด้านวิชาชีพบัญชี รวมถึงการบัญชีการเงิน รายงานการเงิน การบัญชีบริหาร การสอบบัญชี กฎหมายธุรกิจภาษีอากร การควบคุมและการตรวจสอบภายใน การเงินธุรกิจและการจัดการทางการเงิน จรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อสามารถตรวจสอบงบการเงินและรายงานผลการสอบทานงบการเงินของกิจการได้อย่างถูกต้องตามหลักมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป และนอกจากนี้ยังต้องมีความรู้ทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจและการจัดการทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

2.1.2 ทักษะทางวิชาชีพ (Skills) หมายถึง ความชำนาญในการปฏิบัติงานที่มีต่อวิชาชีพการสอบบัญชี ได้แก่ ทักษะในการใช้เหตุผล ทักษะในการปฏิสัมพันธ์ และทักษะในการสื่อสาร รวมทั้งความเชื่อมั่นศรัทธาและจริงใจต่อกิจการต่อกิจการและเพื่อร่วมงานทุกคนมีความสัมพันธ์ที่ดี การวางตัวเป็นกลาง การรู้จักกาลเทศะและการมีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงาน

2.1.3 คุณค่าทางวิชาชีพ (Professional Values) หมายถึง ความตั้งใจในการปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรม ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตว์สุจริต ความเป็นอิสระตามมาตรฐานของวิชาชีพ มารยาทของวิชาชีพ ความสำนึกต่อความรับผิดชอบทางสังคม ความสังวรเกี่ยวกับประโยชน์ของสาธารณะชน ความตั้งใจที่จะเรียนรู้

อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น การให้การศึกษาและความชำนาญต้องทำให้นักวิชาชีพบัญชีตระหนักถึงคุณค่าแห่งวิชาชีพ และปฏิบัติตนอย่างมีคุณธรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมและวิชาชีพ

ดังนั้น ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินงานวิชาชีพบัญชี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการควบคุมและการดำเนินงานของนักบัญชีให้ถูกต้องตามจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพที่ต้องมีความสามารถเพียงพอ การประกอบวิชาชีพด้วยความมุ่งมั่นและขยันหมั่นเพียรและการศึกษาหาความรู้และความชำนาญเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นนักบัญชีจะต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน โดยการประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ การที่นักบัญชีมีความรู้ความสามารถและมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานก่อให้เกิดการรายงานข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพ ซึ่งมีสมมุติฐานการวิจัยดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย 1 : ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

2.2 **จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี** (Accounting professional ethics)

จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี หมายถึง ข้อกำหนด การประมวลความประพฤติหรือวิธีปฏิบัติงานที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทุกคนต้องยึดถือ เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นมืออาชีพ และเสริมสร้างเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพบัญชี ซึ่งมีกรอบความประพฤติที่สอดคล้องกับศีลธรรมและหลักการครองชีพบัญชีให้เป็นประจักษ์แก่ลูกค้าและสาธารณชนที่จะเชื่อถือและไว้วางใจในผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพ ประกอบด้วย (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560 : เว็บไซต์)

2.2.1 ความโปร่งใส ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity and Objectivity) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติงานตามกฎระเบียบต่างๆ มาตรฐาน วิชาชีพที่กำหนดไว้ ไม่ปกปิดข้อเท็จจริงหรือบิดเบือนความจริงอันเป็นสาระสำคัญซึ่งสามารถ ติดตามตรวจสอบได้ ปฏิบัติหน้าที่โดยปราศจากอิทธิพลของบุคคลอื่นที่ทำให้เกิดความสงสัยในความเป็นกลางหรือความเที่ยงธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ความเป็นอิสระจะต้องเป็นที่ประจักษ์ เพื่อให้ผลงานของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเป็นที่เชื่อถือได้ใช้ดุลยพินิจเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีโดยปราศจาก ความลำเอียง อคติ ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ และอิทธิพลของบุคคลอื่น และการประพฤติอย่างตรงไปตรงมาจริงใจซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกงไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานบนพื้นฐานที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ ไม่จ้างหรือยินยอมให้บุคคลอื่นอ้างว่าได้ ปฏิบัติงานถ้าไม่ได้ปฏิบัติงานจริง

2.2.2 ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน (Professional Competence and Due Care) หมายถึง การใช้ความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการปฏิบัติวิชาชีพบัญชีด้วย ความเอาใจใส่อย่างเต็มความสามารถ ความเพียรพยายาม ความระมัดระวัง รอบคอบเพื่อที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มั่นใจได้ว่ามี ผลงานทางวิชาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของกฎเกณฑ์มาตรฐานในการปฏิบัติงาน เช่น มาตรฐานการบัญชี มาตรฐานการสอบบัญชี และมาตรฐานวิชาการอื่นๆที่เกี่ยวข้องเช่น มาตรฐานการ ควบคุมภายใน หลักเกณฑ์ข้อบังคับทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.2.3 การรักษาความลับ (Confidentiality) หมายถึง การไม่นำข้อมูลใดๆ ที่โดยปกติองค์กรไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณะไปเปิดเผย หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือบุคคลอื่นเว้นแต่ในกรณีที่เป็นการเปิดเผยตามสิทธิหรือหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย หรือในฐานะผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

2.2.4 ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ (Accountability) หมายถึง ความรับผิดชอบของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต่อผู้รับบริการโดยการแสดงออก ในทางพฤติกรรมทางวิชาชีพในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ที่ต้องมีมาตรฐานการให้บริการและการสร้างความน่าเชื่อถือ

2.2.5 ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนบุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ (Professional Behavior) หมายถึง หลักการที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานในแนวทางที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อนายจ้าง/องค์กรที่ตนสังกัด

2.2.6 ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป (Professional Behavior) หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ต้องรับผิดชอบในการปฏิบัติตนเพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมวิชาชีพ ตลอดจนหลักเรื่องการปฏิบัติใดๆ ที่ทำให้เกิดความเสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ

ดังนั้น จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชีเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจจะต้องยึดถือและนำไปสู่การจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่องบการเงินของผู้ใช้งบการเงินที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ

สมมุติฐานการวิจัย 2 : จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีมีผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

2.3 **คุณภาพรายงานทางการเงิน** (Financial Reporting Quality)

คุณภาพรายงานทางการเงิน หมายถึง รายงานทางการเงินมีเนื้อหาที่จำเป็น เพียงพอต่อการตัดสินใจ ข้อมูลครบถ้วนทันเวลา เป็นปัจจุบันต่อ การตัดสินใจเข้าใจง่ายถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ประกอบด้วย (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. 2557 : เว็บไซต์)

2.3.1 ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) หมายถึง ข้อมูลที่นำเสนอในงบการเงินต้องเกี่ยงข้องกับความต้องการใช้ในการตัดสินใจของผู้งบการเงิน ข้อมูลจะถือว่าเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้ก็ต่อเมื่อข้อมูลนั้นช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินเหตุการณ์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต รวมทั้งยืนยันหรือชี้ข้อผิดพลาดของผลการประเมินที่ผ่านมาของผู้ใช้งบการเงินได้

2.3.2 ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) หมายถึง ข้อมูลทางการเงินต้องแสดงเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจแทนที่จะเป็นรูปแบบทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว ในบางกรณีข้อมูลทางการเงินที่แสดงตามเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจอาจแตกต่างไปจากข้อมูลทางการเงินที่แสดงตามรูปแบบทางกฎหมาย ทั้งนี้ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมต้องมีความครบถ้วน ความเป็นกลางและปราศจากข้อผิดพลาด

2.3.3 ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) หมายถึง ข้อมูลในงบการเงินต้องสามารถเปรียบเทียบกันในระยะเวลาที่ต่างกันได้ ไม่ว่าจะเป็นการเปรียบเทียบข้อมูลในงบการเงินของกิจการเดียวกันในรอบระยะเวลาบัญชีที่ต่างกัน หรือเปรียบเทียบกับข้อมูลในงบการเงินของกิจการอื่นในรอบระยะเวลาบัญชีเดียวกันเพื่อหาสาเหตุความแตกต่าง หรือความคล้ายคลึงกันของข้อมูล

2.3.4 ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) หมายถึง ข้อมูลในงบการเงินมีการประยุกต์ใช้มาตรฐานรายงานทางการเงินซึ่งเป็นไปตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป ซึ่งข้อมูลในงบการเงินนั้นต้องสามารถตรวจสอบได้ตามข้อกำหนดของมาตรฐานรายงานทางการเงิน โดยมีการจัดประเภทรายการและนำเสนอข้อมูลในงบการเงินไว้อย่างเหมาะสมและชัดเจน

2.3.5 ความทันเวลา (Timeliness) หมายถึง การมีข้อมูลพร้อมให้ผู้ตัดสินใจทันเวลาที่ข้อมูลสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ โดยทั่วไปข้อมูลยิ่งย้อนอดีตนานขึ้น ข้อมูลยิ่งมีประโยชน์น้อยลงแต่ข้อมูลบ้างอย่างอาจยังถือว่าทันเวลาไปเป็นระยะเวลานานหลังสิ้นรอบระยะเวลารายงาน ด้วยเหตุผล เช่น ผู้ใช้บ้างรายอาจจำเป็นต้องระบุและประเมินแนวโน้มต่างๆ

2.3.6 ความเข้าใจได้ (Understandability) หมายถึง การจัดประเภท การกำหนดลักษณะ และการนำเสนอข้อมูลอย่างชัดเจนและการกระชับทำให้ข้อมูลนั้นสามารถเข้าใจได้ ปรากฏการณ์บางอย่างโดยลักษณะแล้วมีความซับซ้อน และไม่สามารถทำให้ง่ายต่อความเข้าใจ การไม่รวมข้อมูลเกี่ยวกับปรากฏการณ์นั้นในรายงานทางการเงินอาจทำให้ข้อมูลรายงานทางการเงินง่ายต่อการเข้าใจ แต่รายงานทางการเงินนั้นจะไม่สมบูรณ์อาจเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ ดังนั้น รายงานทางการเงินจัดทำเพื่อผู้ใช้ที่มีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจและกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจอย่างมีเหตุผลที่จะทบทวนและวิเคราะห์ข้อมูลนั้นด้วยความหมั่นเพียร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการใจลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 21,028 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2556 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งจำแนกผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามประเภทธุรกิจ และกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามทั้งสิ้น 193 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วน จำนวน 193 ชุด มีอัตราผลตอบกลับร้อยละ 48.25 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลวิจัยในระหว่างวันที่ 22 มกราคม – 22 เมษายน 2561 รวมระยะเวลา 91 วัน

2. การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 7 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสนใจเกี่ยวกับสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและการปกครองทั้งในอดีต ปัจจุบัน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การใช้ภาษาพูดและเขียนในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจในการติดต่อกับผู้อื่นได้ ปรับปรุงกระบวนการทำงานและวิธีการในการจัดทำบัญชีอย่างต่อเนื่องทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 2) ด้านทักษะทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 8 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวางแผนงานอย่างเป็นระบบเพื่อเป้าหมายของงาน พัฒนาทักษะด้านความสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้เป็นอย่างดี สามารถปฏิบัติงานด้านบัญชีให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพบัญชีเพื่อตอบสนองความต้องการของอาเซียน และ 3) ด้านคุณค่าทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 6 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้หลักจริยธรรมมาเป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในการทำงานมีเหตุผลรู้จักใช้สติปัญญาในการแก้ไขปัญหา

ความสำนึกในหน้าที่มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยต่อตนเอง ต่อสังคม และต่อหน้าที่การงาน การตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของงานที่ทำเสร็จเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาด และปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส เป็นอิสระเที่ยงธรรมและซื่อสัตย์สุจริต

จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความโปร่งใส ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ทันที มีความน่าเชื่อถือของข้อมูล ตามหลักการบัญชีรับรองโดยทั่วไป การเปิดเผยข้อมูลทุกด้านอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจนเพื่อให้ข้อมูลมีความ น่าเชื่อถือ 2) ด้านความเป็นอิสระ ประกอบด้วย 4คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่มีอิสระ ไม่มีข้อจำกัด ยึดมั่นภายใต้ขอบเขตที่จะมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลและเสรีในการปฏิบัติงาน 3) ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่ตรงไปตรงมาตามมาตรฐานวิชาชีพ กฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับที่กำหนดไว้ ยึดมั่นถึงความถูกต้อง เกียรติแห่งวิชาชีพบัญชี 4) ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้ความรู้ความสามารถตามมาตรฐานวิชาชีพอย่างเชี่ยวชาญ เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานด้วยความเพียรพยายาม ความเอาใจใส่ และเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง 5) ด้านการรักษาความลับ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมุ่งมั่นในการรักษาความลับขององค์กร เปิดเผยข้อมูลโดยที่จะต้องได้รับอนุญาตจากองค์กร 6) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการรายงานทางการเงินอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ให้เป็นที่น่าเชื่อถือและไม่บิดเบือนความจริง 7) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการป้องกันผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียด้วยความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ซ้ความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่ทุกๆ ด้าน และ 8) ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับตระหนักกับตนเองว่าเป็นนักบัญชีมืออาชีพดำรงรักษาไว้ซึ่งความสามารถทางวิชาชีพบัญชี

คุณภาพรายงานทางการเงิน ตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดเตรียมข้อมูลผลลัพธ์เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจของผู้บริหาร สามารถคาดคะเนและยืนยันเหตุการณ์และผลที่เกิดขึ้นในอนาคตได้ นำเสนอรายงานและเหตุการณ์ทางบัญชีที่สำคัญช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินรับทราบอย่างครบถ้วน 2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง การกำหนดมาตรฐานและข้อปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางให้บุคลากรถือปฏิบัติตรงกัน 3) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลในรายงานทางการเงินเป็นลักษณะเดียวกันทุกงวดบัญชี สามารถประเมินฐานะการเงินและผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบหรือนำข้อมูลมาใช้ในการแผนการบริหารงานได้ 4) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอรายงานทางการเงินตามเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ รับรู้รายการด้วยมูลค่าที่แน่นอนและสามารถตรวจสอบได้ 5) ด้านความทันเวลา ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอรายงานทางการเงินทันต่อเวลาเพื่อให้ผู้ใช้งบกาเงินนำไปใช้ในการตัดสินใจได้ทันกาล และ 6) ด้านความเข้าใจได้ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดทำรายงานทางการเงินโดยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถเข้าใจในการนำเสนอและตัดสินใจได้ และแสดงรายละเอียดประกอบแต่ละรายการในรายงานทางการเงินเพื่อให้ผู้ใช้รายงานเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นสาระสำคัญ

3. **ค่าความเชื่อมั่นและเที่ยงตรง**

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) ใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง0.563 – 0.877 จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี มีค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.539 – 0.921 และ คุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.604 – 0.942 และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.897 - 0.906 จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.834 - 0.933 และคุณภาพรายงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.910 – 0.955

4. **การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย**

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Correlation Coefficient ในการแสดงความสัมพันธระหว่างความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และวิเคราะห์ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$CAA = \beta_{01} + \beta_1 AA + \beta_2 AB + \beta_3 AC + \varepsilon$$

$$CAA = \beta_{01} + \beta_1 BA + \beta_2 BB + \beta_3 BC + \beta_4 BD + \beta_5 BE + \beta_6 BF + \beta_7 BG + \beta_8 BH + \varepsilon$$

เมื่อ

β_{01} แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

β_1 β_2 ... β_8 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของแต่ละตัวแปรอิสระแต่ละตัว

CAA แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

AA แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ

AB แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ

AC แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านคุณค่าทางวิชาชีพ

BA แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความโปร่งใส

BB แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความเป็นอิสระ

BC แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความซื่อสัตย์สุจริต

BD แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ

BE แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านการรักษาความลับ

BF แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ

BG แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนบุคคลหรือนิติบุคคล ที่ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้

BH แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	CAA	AA	AB	AC	VIFs
$\overline{X}$	4.37	4.19	4.17	4.45	
S.D.	0.48	0.53	0.52	0.47	
CAA		0.599*	0.641*	0.663*	
AA			0.760*	0.550*	2.440
AB				0.609*	2.704
AC					1.636

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็นMulticollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี มีค่าตั้งแต่ 1.636-2.704 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี	คุณภาพรายงานทางการเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.853	0.238	3.583	0.000*
ด้านความรู้ทางวิชาชีพ (AA)	0.163	0.069	2.349	0.020*
ด้านทักษะทางวิชาชีพ (AB)	0.236	0.075	3.164	0.002*
ด้านคุณค่าทางวิชาชีพ (AC)	0.416	0.064	6.476	0.000*
F = 74.697 p = 0.000 AdjR^2= 0.535				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณค่าทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชีกับคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	CAA	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	VIFs
$\overline{X}$	4.37	4.49	4.31	4.54	4.35	4.46	4.55	4.51	4.40	
S.D.	0.48	0.51	0.55	0.50	0.56	0.56	0.56	0.53	0.54	
CAA		0.620*	0.624*	0.564*	0.681*	0.537*	0.500*	0.654*	0.570*	
BA			0.672*	0.633*	0.601*	0.527*	0.579*	0.649*	0.519*	2.538
BB				0.480*	0.726*	0.510*	0.538*	0.622*	0.430*	2.761
BC					0.618*	0.594*	0.591*	0.720*	0.490*	2.546
BD						0.638*	0.640*	0.676*	0.499*	3.098
BE							0.660*	0.648*	0.387*	2.227
BF								0.719*	0.443*	2.541
BG									0.660*	4.120
BH										1.884

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็นMulticollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี มีค่าตั้งแต่ 1.884 – 3.098 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง จึงทำให้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับคุณภาพรายงานทางการเงินของผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี	**คุณภาพรายงานทางการเงิน**		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	0.748	0.244	3.069	0.002*
ด้านความโปร่งใส (BA)	0.151	0.070	2.150	0.033*
ด้านความเป็นอิสระ (BB)	0.115	0.068	1.704	0.090
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (BC)	0.039	0.071	0.545	0.586
ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ (BD)	0.252	0.071	3.541	0.001*
ด้านการรักษาความลับ (BE)	0.073	0.059	1.231	0.220
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ (BF)	-0.103	0.064	-1.621	0.107
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วนบุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ (BG)	0.133	0.086	1.547	0.124
ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป (BH)	0.164	0.057	2.874	0.005*
F = 37.907 p = 0.000 AdjR^2= 0.366				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความโปร่งใส ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน

5. อภิปรายผล

ในงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1) ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณค่าทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน เนื่องจาก ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินงานวิชาชีพบัญชี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการควบคุมและการดำเนินงานของนักบัญชีให้ถูกต้อง การประกอบวิชาชีพด้วยความมุ่งมั่นและขยันหมั่นเพียรและการศึกษาหาความรู้และความชำนาญเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ฝึกปฏิบัติจนเกิดทักษะทางวิชาชีพ นอกจากนั้นนักบัญชีจะต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงาน โดยการประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ การที่นักบัญชีมีความรู้ความสามารถและมีมาตรฐาน

ในการปฏิบัติงานก่อให้เกิดการรายงานข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพ โดยบริษัทเชื่อมั่นว่าการนำเสนอรายการและเหตุการณ์ทางบัญชีที่สำคัญช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินรับทราบข้อมูลอย่างครบถ้วน สามารถเกิดความเชื่อมั่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น เมื่อนักบัญชีที่มีความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีแล้วย่อมแสดงรายงานทางการเงินครบถ้วน ถูกต้อง เชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ฐิติรัตน์ มีมาก และคณะ (2559 : เว็บไซต์) พบว่า ความรู้ความสามารถของนักบัญชี ในด้านการประกอบวิชาชีพด้วยความมุ่งมั่นและขยันหมั่นเพียร ด้านการใช้ความรู้ตามมาตรฐานวิชาชีพ และด้านการประกอบวิชาชีพโดยมีความสามารถเพียงพอ ส่งผลต่อคุณภาพรายงานงบการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพร เที่ยงตระกูล (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า ในสภาพปัจจุบันของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม คุณค่าทางวิชาชีพมีผลกระทบทางตรงในเชิงบวก และความรู้ทางวิชาชีพมีผลกระทบทางอ้อมในเชิงบวกมากที่สุดต่อการดำเนินงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัพวิชญ์ คำภิรมย์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และนิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ (2554 : 28-39) พบว่า ความรู้ความสามารถทางการบัญชี ด้านทักษะวิชาชีพบัญชี ด้านความรู้ในวิชาชีพ และด้านเจตคติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงานโดยรวม

2) จรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ด้านความโปร่งใส ด้านความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงิน เนื่องจาก นักบัญชียึดมั่นในการประพฤติปฏิบัติตนในทางที่ถูกที่ควรสำนึกในหน้าที่ และเกียรติศักดิ์แก่วิชาชีพบัญชี รักษาความลับของข้อมูลให้เป็นที่น่าเชื่อถือ และไม่บิดเบือนความจริง และใช้ความรอบคอบระมัดระวังในการปฏิบัติหน้าที่ในทุกๆ ด้าน ด้วยความโปร่งใส และรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพบัญชีด้วยกัน ด้วยการตั้งใจทำงานและช่วยเหลือการปฏิบัติงานด้านบัญชี ซึ่งสิ่งเหล่านี้เรียกว่าการปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี ทำให้รายงานทางการเงินหรือข้อมูลทางตัวเลขของบริษัทสามารถรายงานได้อย่างมีถูกต้อง ครบถ้วน เกิดคุณภาพต่อผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ (2553) กล่าวไว้ในข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชีฯ ฉบับที่ 19 เรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 ที่กำหนดว่าผู้ประกอบวิชาชีพต้องมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานมีการประกอบอาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติด้วยความระมัดระวังรอบคอบ จะทำให้การจัดทำรายงานงบการเงินมีคุณภาพ ทำให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถเชื่อได้ว่าข้อมูลนั้นเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติรัตน์ มีมาก และคณะ (2559 : 150-164) พบว่า จรรยาบรรณของนักบัญชี ด้านความโปร่งใส ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถ และด้านการรักษาความลับ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี

6. บทสรุป

ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชี และจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินของบริษัทจำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้ นักบัญชีควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถทางวิชาชีพบัญชีทั้งในด้านมาตรฐาน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพบัญชี ฝึกทักษะอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ จะต้องปฏิบัติงานด้วยการยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีตามข้อกำหนดของสภาวิชาชีพบัญชีฉบับที่ 19 เพื่อให้การรายงานข้อมูลทางการเงินมีคุณภาพและเกิดความเชื่อถือได้ของผู้ใช้ข้อมูลของบริษัทจำกัดอย่างต่อเนื่อง

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

7.1.1 ควรศึกษาผลกระทบของความรู้ความสามารถทางวิชาชีพและจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เพื่อศึกษาว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เช่น บริษัทจำกัดในเขตภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ เป็นต้น

7.1.2 ควรศึกษาผลกระทบของความรู้ความสามารถที่มีผลต่อปัจจัยอื่นๆ เช่น ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ผลการดำเนินงาน เป็นต้น

7.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

7.2.1 นักบัญชีควรให้ความสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และฝึกฝนประสบการณ์การทำงานด้านบัญชี เพื่อก่อให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพอย่างแท้จริง เพื่อที่จะสามารถจัดทำรายงานทางการเงินมีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

7.2.2 ผู้บริหารบริษัทจำกัด ควรสร้างจิตสำนึกด้านจรรยาบรรณวิชาชีพเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินให้เกิดคุณภาพของรายงานทางการเงิน

7.2.3 ผู้บริหารบริษัทจำกัด ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้นักบัญชีบริษัทให้มีการพัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง เพื่อสามารถทำให้รายงานทางการเงินเกิดความโปร่งใส ถูกต้องและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

7.2.4 นักบัญชี ควรมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานในวิชาชีพบัญชีด้วยการยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้วยการจัดทำข้อมูลด้วยความถูกต้อง โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และต้องมีความรู้ความสามารถ เพื่อให้ข้อมูลทางการบัญชีเกิดความครบถ้วน สมบูรณ์ เข้าใจได้ ทันต่อเวลา สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานได้

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *การจดทะเบียนบริษัทจำกัด.* ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2560. จาก http://www.dbd.go.th/dbdweb56/ewt_news.php?nid=369.

จรรยา อุทารสวัสดิ์. (2556). *การบัญชี.* [ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2560] จาก https://sites.google.com/site/kroocherry/hone/kar-baychi.

ชัพวิชญ์ คำภิรมย์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และนิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์. (2554). “ผลกระทบของความรู้ความสามารถทางการบัญชี และประสบการณ์ด้านการสอบบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย,” *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.* 3(3) : 28-39.

ฐิติรัตน์ มีมาก และคณะ. (2559). “ผลกระทบของจรรยาบรรณของนักบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักบัญชีในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา,” *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ.* ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2561. จาก www.spu.ac.th/account/files/2014/07.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระราชบรมราชูปถัมภ์. (2553). *ข้อบังคับของสภาวิชาชีพบัญชีฯ ฉบับที่ 19 เรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553.* ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2562. จาก http://www.fap.or.th/.

————. (2562). *มาตรฐานรายงานทางการเงิน* . ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2562. จาก http://www.fap.or.th/.

————. (2560). *ความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพทางบัญชี.* ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2560. จาก http://www.fap.or.th/.

————. (2560). *จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพทางบัญชี.* ค้นเมื่อ 17 พฤศจิกายน 2560. จาก http://www.fap.or.th/

สมใจ ลักษณะ . (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจในเขตอุสาหกรรม.* คณะวิทยาการจัดการ. สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

อัมพร เที่ยงตระกูล. (2557). *ความรู้ทางวิชาชีพ ทักษะทางวิชาชีพและคุณค่าทางวิชาชีพของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตภายใต้มาตรฐานสากลที่มีต่อการดำเนินงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตของผู้ใช้บริการกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมและกลุ่มเทคโนโลยีในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.* ธุรกิจบัณฑิตย์ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research.* New York : John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making.* 4th ed. USA : John Wiley & Son.

การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

Branding and Packaging Design for Community Business Group in Mae Sariang District, Mae Hong Son Province

นัทธ์หทัย เถาตระกูล*

Nuthathai Thaotrakool

Received: June 9,2018, Revised: September 8,2018, Accepted : October 1,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ 2) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 400 คน และธุรกิจชุมชน จำนวน 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐาน การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมดมากที่สุด ส่วนตราสินค้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์มากที่สุด และจากการสร้างตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่ ในด้านบรรจุภัณฑ์ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด มากที่สุด รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด ส่วนตราสินค้านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านตราสินค้ามีเอกลักษณ์ ตราสินค้ามีความสวยงามทันสมัย และ ตราสินค้ามีความโดดเด่นและจดจำง่าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจในด้านตราสินค้าและความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์สามารถร่วมกันอธิบายความผันแปรของความพึงพอใจรวมได้มากกว่าร้อยละ 50 และความพึงพอใจด้านตราสินค้าและความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าในอนาคตและพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก

คำสำคัญ: ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ กลุ่มธุรกิจชุมชน แม่สะเรียง ความพึงพอใจของลูกค้า พฤติกรรมการซื้อ

* อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

* Lecturer, Faculty of Management Sciences, Chiangmai Rajabhat University.

Abstract

The objectives of this research were to (1) develop branding and packaging of community business in Mae Sariang, Mae Hong Son and (2) study the level of satisfaction of tourists towards branding and packaging of community business in Mae Sariang, Mae Hong Son by using semi-structured interview and questionnaires as research instruments from 400 tourists and two community business groups in Mae Sariang District, Mae Hong Son Province. The data was analyzed using descriptive statistics including percentage, mean and standard deviation. Also, inferential statistics have been used to analyze data such as hypothesis test and multiple regression analysis. The findings showed that packaging that is easy to open and close, and well covered for protection when a single piece of product is still left after eating is the most importance factor for packaging design as well as a unique branding is the most importance factor for branding design. After implementing new branding and packaging design, tourists are very satisfied with packaging that is easy to open and close, and well covered for protection when a single piece of product is still left after eating. Also, tourists are very satisfied with gorgeous and modern branding with a unique that reflects the local culture and easy to remember. When examining the hypothesis, satisfaction in the dimensions of branding and packaging could explain more than 50% of the variance of overall of customer satisfaction. As well, satisfaction in the dimensions of branding and packaging positively relate and impact on future purchasing behavior and recommending products to others.

Keywords: Branding, Packaging, Community Business, Mae Sariang, Customer Satisfaction, Buying Behavior

1. บทนำ

การพัฒนาภายในประเทศตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มุ่งให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเชื่อว่า หากเศรษฐกิจมีอัตราเติบโตสูงขึ้น จะส่งผลให้ระดับรายได้และมาตรฐานการดำรงชีพของประชากรสูงขึ้นตามด้วย ซึ่งการขยายตัวทางเศรษฐกิจดังกล่าว ก่อให้เกิดปัญหาหลายประการ เช่น ปัญหาการกระจายรายได้ที่มีความเหลื่อมล้ำระหว่างภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม และระหว่างกลุ่มชนชั้นต่างๆ ในสังคม เป็นต้น รัฐบาลได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และรับรู้ว่าประชาชนบางส่วนของประเทศไทยยังมีรายได้ไม่เพียงพอ จึงได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเป็นหลัก มีการร่างแผนการพัฒนาต่าง ๆ เพื่อดูแลประชาชนในระดับฐานราก ให้มีรายได้ที่มากขึ้น โดยเฉพาะภาคเกษตร ผู้ประกอบอาชีพอิสระ และผู้ที่มีรายได้น้อย (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2560) ยกตัวอย่างเช่น ให้การให้ผู้ประกอบการรายย่อย มีช่องทางในการจำหน่ายสินค้ามากขึ้น พยายามเชื่อมโยงตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน และการบริการท่องเที่ยว

เป็นที่รู้จักในประเทศไทยว่าอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ถือเป็นอำเภอที่มีความสำคัญของจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยดั้งเดิมนั้นอำเภอแม่สะเรียง ใช้เป็นเส้นทางในการเดินทางขนส่งและติดต่อค้าขายมาแต่โบราณ เนื่องจากเป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างเมืองเชียงใหม่ และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ โดยปัจจุบันอำเภอแม่สะเรียงได้เปิดจุดผ่อนปรนทางการค้าในบริเวณบ้านเสาหิน ที่สามารถเชื่อมผ่านไปสู่สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ไปสู่

เมืองหลวงเนปิดอร์ ได้ง่าย และสามารถกระจายไปสู่ภาคกลางรวมถึงภาคเหนือของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ได้ง่ายและสะดวกที่สุด ในขณะเดียวกัน สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์สนับสนุนและผลักดันให้พื้นที่บริเวณที่ติดต่อกับจุดผ่อนปรนเป็นจุดเชื่อมกับไทย เป็นการเชื่อมโยงทั้งการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว รวมถึงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันระหว่างอำเภอแม่สะเรียง กับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์

การสนับสนุนจากรัฐบาลถือเป็นช่องทางและโอกาสของอำเภอแม่สะเรียง ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนทำการค้าขายเพื่อเพิ่มรายได้และสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน หากแต่ลักษณะเศรษฐกิจชุมชนของอำเภอแม่สะเรียงไม่ได้แข็งแกร่งดังที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงสาเหตุ พบว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง คือ ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนนำเสนอสู่ตลาดเพื่อเพิ่มรายได้นั้นไม่มีความโดดเด่น ขาดการสื่อสารการตลาดที่เชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นหรือของฝากจากอำเภอแม่สะเรียง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักแวะพักที่อำเภอแม่สะเรียง เพื่อรับประทานอาหารหรือค้างคืน แล้วจึงออกเดินทางต่อ เนื่องจากอำเภอแม่สะเรียง ตั้งอยู่กึ่งกลางระหว่าง จังหวัดเชียงใหม่และ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ระยะทางในการเดินทางจากตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ประมาณ 190 กิโลเมตร หรือ ประมาณ 3-4 ชั่วโมง (เทศบาลตำบลแม่สะเรียง, 2559) สังเกตได้ว่า ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของอำเภอแม่สะเรียงถือเป็นจุดพักระหว่างการเดินทางที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นช่องทางการตลาดที่ดีในการผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ตลาด นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มผู้ผลิตขาดความรู้ทางการตลาดในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชนสู่ตลาด เช่น การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และขาดการบูรณาการองค์ความรู้กับภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นในการสร้างตราสินค้าและเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และสร้างการจดจำตราสินค้าให้กับผู้บริโภค เมื่อผลิตภัณฑ์หรือปัจจัยนำเข้าของท้องถิ่นไม่มีเอกลักษณ์หรือไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ย่อมส่งผลกระทบต่อการค้าขายและเศรษฐกิจชุมชน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและสะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนสู่นักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการวางรากฐานทางการตลาดให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน ตั้งแต่การสร้างตราสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่าง ๆ ที่ทำให้ธุรกิจสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน และสามารถพัฒนาไปสู่วิสาหกิจชุมชนที่แข็งแกร่งต่อไปในอนาคต อันนำไปสู่การผลักดันให้เศรษฐกิจชุมชนแข็งแรงขึ้น โดยสอดรับกับยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสวงหาความรู้ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย จึงได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญ ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน (Community Business Group)

กลุ่มธุรกิจชุมชน คือ กิจการที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การค้า การบริการและการบริหารจัดการโดยประสานความร่วมมือกับองค์กรต่างๆ เพื่อการเรียนรู้

ตลอดจนมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์จากการประกอบกิจการนั้น ๆ นำไปสู่การมีความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน (เอนก เหลาโชติ, 2547) เป็นกิจการที่มีการดำเนินงานที่ต้องการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานและเพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดของกิจการ มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูล นำไปสู่พัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชนนั้น ๆ

ลักษณะของธุรกิจชุมชนจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างรวดเร็ว หากแต่ธุรกิจชุมชนมีเอกลักษณ์และความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป ที่เป้าหมายการดำเนินธุรกิจและลักษณะการเป็นเจ้าของธุรกิจ ธุรกิจทั่วไปมีเป้าหมายการดำเนินธุรกิจมุ่งแสวงหากำไร และมีเอกชน ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นผู้ลงทุนบริหารจัดการและเป็นเจ้าของ ในขณะที่ ธุรกิจชุมชน ถึงแม้จะมีเป้าหมายในการดำเนินงานที่มุ่งเน้นกำไรเช่นกัน แต่เป็นการทำกำไรที่ดำเนินไปควบคู่กับการพัฒนา คุณภาพชีวิต วัฒนธรรมและจิตสำนึกของคนในชุมชน โดยมีกลุ่มชาวบ้านหรือชุมชนร่วมกันเป็นเจ้าของ เป็นการลงทุนถือหุ้นของมหาชน ซึ่งเจ้าของและคนทำงานเป็นคนคนเดียวหรือกลุ่มเดียวกัน (จุลศักดิ์ ชาญณรงค์, 2546)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้า

ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ ถ้อยคำ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือ การออกแบบ หรือ การผสมของสิ่งที่กล่าวมาเหล่านี้ ที่เป็นการระบุถึงสินค้า หรือ บริการของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขายเพื่อทำให้สินค้าของตนเองแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ (Kotler & Keller, 2009) การสร้างตราสินค้าเปรียบเหมือนการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสินค้ากับผู้บริโภคที่นักการตลาดต้องใช้เทคนิคการสื่อสารการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้คุณค่าและมีความพึงพอใจในคุณค่านั้น ๆ หากแต่ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคจะอยู่ในระดับสูงหรือต่ำนั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถของนักการตลาดในการนำเสนอปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ (Aaker, 1991) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (The Product Context) เช่น ความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า ความรู้สึกที่ได้รับจากตัวสินค้าและปัจจัยด้านการให้บริการ (Service Quality) ได้แก่ คุณภาพการให้บริการ ความรู้สึกและความพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เป็นต้น การสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่งต้องประกอบด้วย การพัฒนาและการรักษาคุณลักษณะและคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ที่ช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งจนสามารถปกป้องและดึงดูดผู้บริโภคได้ (Randall, 2000)

กระบวนการในการสร้างตราสินค้า (The Brand Building Process) เป็นกระบวนการที่นักการตลาดต้องการผลักดันให้ตราสินค้าของกิจการสามารถเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้ โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ (ประกายกาวิล ศรีจินดา, 2559) 1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Development) 2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) 3. การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) 4. การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communication - IMC) และ 5. การบริหารความสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM and Customer Experience Management: CEM) ซึ่งปัจจัยที่ทำให้กระบวนการสร้างตราสินค้าเสร็จสมบูรณ์และคงอยู่ได้ นั่นคือความสามารถของกิจการในการการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าและการบริหารประสบการณ์ลูกค้าที่ช่วยเชื่อมโยงให้ลูกค้ามีความผูกพันกับตราสินค้ามากขึ้น ทำให้ตราสินค้าของกิจการมีความแข็งแกร่งและยังคงช่วยเสริมสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดได้อีกด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของศรีกัญญา มงคลสิริ (2547) ที่ชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสร้างตราสินค้า ต้องเริ่มจากการระบุกลุ่มเป้าหมายเป็นลำดับแรก ก่อนเริ่มทำการออกแบบตราสินค้าที่ต้องมีความชัดเจนในเนื้อหา ภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของตราสินค้า หลังจากนั้นต้องค้นหาเอกลักษณ์ของตราสินค้า ที่เปรียบเสมือนเป็นตัวกลางในการสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคในรูปของ โลโก้ สโลแกน บรรจุภัณฑ์

และทำการสร้างตราสินค้าผ่านกิจกรรมการสื่อสารการตลาดต่างๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การแจกตัวอย่าง และการจัดกิจกรรม เป็นต้น โดยที่ตราสินค้าจะสามารถคงอยู่ได้นั้น ต้องทำการบริหารคุณค่าตราสินค้า หมายถึง การบริหารทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริโภคระลึกถึง เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งยังเป็นการสร้างความภักดี ให้กับผู้บริโภคกลุ่มเดิมและยังเป็นการดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ให้สนใจในตราสินค้าของกิจการ เช่น การวัดระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Satisfaction level) การวัดระดับความชอบที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า (Liking level) การศึกษาความผูกพันในระดับลึกของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (Commitment level) เป็นต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางการตลาดที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของกิจการ รวมถึงสามารถส่งเสริมการขายและกระตุ้นยอดขาย บรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น หรืออำนวยความสะดวกต่างๆ ระหว่างการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผลิตไปยังแหล่งบริโภค วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปได้ 2 ประเด็นหลัก (จิติมา เสือทอง และคณะ, 2555) คือ 1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ สามารถอำนวยคุณประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยที่ดี ปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นตัวชี้บ่ง และสื่อสารรายละเอียดสินค้า และ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสารและสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางศิลปะและความคิดสร้างสรรค์เข้ามาสร้างคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะต่าง ๆ เช่น ความมีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์ ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถสร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า ความมีลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งแสดงรายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงออกให้เห็นถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ สามารถนำมาใช้เป็นสื่อในการทำการสื่อสารการตลาดระยะยาวให้กับผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการเปลี่ยนชุดข้อมูลส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์ ให้มีความสอดคล้องกับคุณลักษณะ บุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ของสินค้า โดยการออกแบบดังกล่าวต้องมีความโดดเด่น สะดุดตา ถึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ เมื่อวางเคียงคู่กับสินค้าของคู่แข่งขัน นอกจากนั้น การออกแบบต้องมีความแตกต่าง (Differentiate) ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมด เสมือนถูกหว่านล้อมโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่ได้รับ ย่อมสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคอยากทดลองใช้ อยากมีประสบการณ์ตรง และอยากเป็นเจ้าของในที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ สุกฤตา หิรัณยชวลิต (2554) ที่ชี้ให้เห็นถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีความโดดเด่นให้เห็นอย่างชัดเจนเพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น รวมถึงบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นเครื่องแสดงเกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ใช้ (The prestige desired) อย่างต่อเนื่องจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป

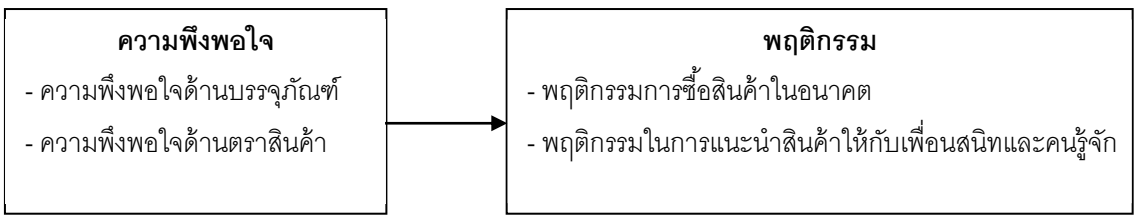
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง การทำให้บุคคลรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจเมื่อสิ่งที่ลูกค้าได้รับมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง (Kotler, 2006) การที่บุคคลจะมีความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจนั้น ขึ้นอยู่กับ 1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ตนได้รับนั้นมีลักษณะเป็นไปตามคำมั่นสัญญาของกิจการแต่ละประเภท

ตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น ลูกค้าที่เข้าไปในร้านอาหารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น 2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอ ลูกค้าจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ของกิจการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด เช่น พฤติกรรมการแสดงออกของพนักงานตามบทบาทหน้าที่ และ ปฏิกิริยาการตอบสนองของพนักงานที่มีต่อลูกค้า การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ เช่น พนักงานโรงแรมต้อนรับแขกด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตอันดีและช่วยเหลือแขกเรื่องสัมภาระ พนักงานเสิร์ฟอาหารรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพเป็นกันเอง เป็นต้น ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองส่วนนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (สุธรรม ขนาบศักดิ์, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คมวุฒิ อัญญธนากร (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการ คุณค่าของการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ทั้งนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละคนที่มีลักษณะแตกต่างกันสามารถวัดผลได้ 2 วิธี คือ
1) วัดจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ โดยตรงทำได้โดยกำหนดมาตรวัดระดับความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และกำหนดเกณฑ์ชี้วัดระดับความพึงพอใจจากผลการวัดระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้นๆ
2) วัดจากตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการที่กำหนดขึ้น โดยการวัดระดับความพึงพอใจของ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจากเกณฑ์ชี้วัดระดับคุณภาพสินค้าหรือบริการที่กำหนดขึ้นนี้อาจใช้เกณฑ์ คุณภาพระดับต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้นโดยผู้ให้บริการ ผู้ประเมินผลการให้บริการและมาตรฐานกลาง หรือมาตรฐานสากลของการให้บริการนั้น (สรชัย พิศาลบุตร, 2551) สอดคล้องกับ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553) ที่ทำการวัดระดับความพึงพอใจ จากการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินให้ชัดเจนก่อนเป็นลำดับแรก และทำการกำหนดตัวชี้วัดและเกณฑ์ที่ใช้ในการวัดในลำดับต่อมา ก่อนทำการวัดระดับความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดและทำการวิเคราะห์ผลโดยอาศัยเทคนิคการวิจัย

รูปประกอบ 1
กรอบแนวคิดการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน



สมมติฐานของการวิจัย

1. ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อความพึงพอใจรวมในการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2. ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคต

3. ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 2 กลุ่ม ในเขตอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่สะดวกในการเข้าร่วมการทำวิจัยและยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลเชิงลึก ได้แก่ กลุ่มพอเพียงและกลุ่มก้าวหน้า จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลความต้องการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งการสร้างแบบสัมภาษณ์พัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงใช้การสังเกตจดบันทึก ศึกษาและพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญ สังเคราะห์ข้อมูลและองค์ความรู้ เพื่อนำมาสู่การสร้างประเด็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ และนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพอเพียงและกลุ่มก้าวหน้า และทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป (Appleton, 1995)

3.2 หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามฉบับที่ 1(ก่อนการออกแบบ) เพื่อสอบถามระดับการให้ความสำคัญในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ผู้วิจัยได้นำโครงร่างของแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบค่าความตรง (Validity) Index of item objective congruence (IOC) โดยข้อคำถามควรมีค่า IOC มากกว่า 0.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งการทดสอบแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ค่าความตรงของแบบสอบถามมากกว่า 0.5 ทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามทั้งหมดสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สำหรับการหาความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha coefficient ของ Cronbach (1990) ได้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับ 1 (ก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า) เท่ากับ 0.76 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เพราะฉะนั้น สรุปได้ว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test จำนวน 40 ชุด ผลการทำ Pre-test ผู้วิจัยได้ทำการปรับภาษาและรูปแบบประโยคข้อความในแบบสอบถามให้มีความชัดเจนมากขึ้น ก่อนดำเนินการนำแบบสอบถามไปใช้สำหรับการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling) ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2560 –มกราคม 2561 ซึ่งถือเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ของอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และทำการวิเคราะห์ผลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3 ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน มาทำการวิเคราะห์ร่วมกับผู้ประกอบการอีกครั้งเพื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีเอกลักษณ์ มีความเหมาะสมและสอดรับกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด (สำหรับการวัดผลตามวัตถุประสงค์ข้อ 1) เพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

3.4 หลังจากการออกแบบร่วมกันเสร็จสิ้น และได้ทำการทดลองใช้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าใหม่แล้ว ผู้วิจัยทำการประเมินผลจากการสร้างตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้วยวิธีการเก็บแบบสอบถามฉบับที่ 2 จากจำนวน นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน เพื่อสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน ในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน (หลังการออกแบบและนำไปใช้) ผู้วิจัยได้นำโครงร่างของแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบค่าความตรง (Validity) Index of item objective congruence (IOC) โดยข้อคำถามควรมีค่า IOC มากกว่า 0.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งการทดสอบแบบสอบถามของการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ค่าความตรงของแบบสอบถามมากกว่า 0.5 ทุกข้อ แสดงว่าข้อคำถามทั้งหมดสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สำหรับการหาความเชื่อมั่น ด้วยวิธี Alpha coefficient ของ Cronbach (1990) ได้หาค่าความเชื่อมั่นของ

แบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับที่ 2 (หลังการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า) เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เท่ากับ 0.74 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เพราะฉะนั้น สรุปได้ว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test จำนวน 40 ชุด ผลการทำ Pre-test ผู้วิจัยได้ทำการปรับภาษาและรูปแบบประโยคข้อความในแบบสอบถามให้มีความชัดเจนมากขึ้น ก่อนดำเนินการนำแบบสอบถามไปใช้สำหรับการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก(Convenience Sampling) ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2560 – มกราคม 2561 ซึ่งถือเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ของอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และทำการวิเคราะห์ผลด้วยค่าสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) (สำหรับการวัดผลตามวัตถุประสงค์ข้อ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มธุรกิจชุมชน จำนวน 2 กลุ่มในเขตอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่สะดวกในการเข้าร่วมการทำวิจัยและยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลเชิงลึก ได้แก่ กลุ่มพอเพียงและกลุ่มก้าวหน้า และประชากรนักท่องเที่ยวในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) ได้จำนวนกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่ 384 คน และเพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่างซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 เพราะฉะนั้น สรุปได้ว่า ข้อคำถามของแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการ Pre-test จำนวน 40 ชุด ผลการทำ Pre-test ผู้วิจัยได้ทำการปรับภาษาและรูปแบบประโยคข้อความในแบบสอบถามให้มีความชัดเจนมากขึ้น ก่อนดำเนินการนำแบบสอบถามไปใช้สำหรับการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2560 –มกราคม 2561 ซึ่งถือเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ของอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม SPSS for window ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือแบบสอบถาม และข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านการสัมภาษณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ผลการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความคิดเห็นว่า อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นแหล่งรวบรวมวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่หลากหลายและมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป เช่น ลัวะ กะเหรี่ยง ไทใหญ่ (ไต) และม้ง กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการส่งเสริมอัตลักษณ์ของแต่ละชาติพันธุ์ให้คงอยู่และใช้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน วัฒนธรรมอาหารการกิน เป็นอีกหนึ่งที่มีความโดดเด่นในชุมชนแม่สะเรียง ชุมชนแม่สะเรียงส่วนมากได้รับอิทธิพลจากชาวไต หรือไทใหญ่ ไม่นิยมรับประทานข้าวเหนียวเหมือนชาวล้านนา แต่นิยมนำข้าวเหนียวมาทำเป็นขนมที่มีรสชาติหวานนำ เช่น อาละหว่า เปงม้ง ส่วยทะมิน ส่วนข่างปอง เป็นขนมที่มีลักษณะคล้ายๆ กับกระบองทอดของชาวภาคกลาง ขนมกลุ่มนี้ถือเป็นสิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ของชุมชนแม่สะเรียงได้เป็นอย่างดี หากแต่การนำเสนออัตลักษณ์ส่วนนี้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนแม่สะเรียง ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว หรือดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้ เนื่องจาก ตัวผลิตภัณฑ์ขาดการนำเสนอที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่สะดุดใจ เมื่อพบเห็นว่าเป็นสินค้าที่สะท้อนวัฒนธรรมของอำเภอแม่สะเรียง และไม่ดึงดูดใจให้อยากซื้อสินค้า เพราะตัวขนม ขาดบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและสะอาด ไม่มีตราสินค้าในการสร้างความน่าเชื่อถือ และที่สำคัญขาดการเล่าเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว ดังนั้น บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของธุรกิจชุมชนอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ควรสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน โดยเฉพาะด้านบรรจุภัณฑ์ต้องมีความน่าสนใจ สะอาด สะดุดตาเมื่อพบเห็น มีความกลมกลืนและสอดคล้องกับลักษณะของขนม สามารถเป็นเครื่องแสดงเรื่องราวความเป็นมาของวัฒนธรรมชุมชน หรือวิถีชีวิตได้ดี สอดคล้องกับการศึกษาของ ณธกร อุไรรัตน์ (2559) ที่ระบุไว้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีรูปแบบสะท้อนถึงประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นของกลุ่มผู้ผลิต และต้องมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้น ควรมีการออกแบบที่หลีกเลี่ยงการใช้พลาสติก หรือมีส่วนประกอบของพลาสติกให้น้อยที่สุด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันและถนอมขนมให้ยังอยู่สภาพดีตลอดอายุการวางขาย เปิด-ปิดง่าย ขนาดพอดี ส่วนตราสินค้า ต้องดูทันสมัย ไม่ซ้ำผู้อื่น ทำให้ผู้พบเห็นและนักท่องเที่ยวเกิดการจดจำได้ง่าย สัญลักษณ์ กราฟฟิก หรือสีที่ใช้ต้องที่มา มีความหมายที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องกับลักษณะและเอกลักษณ์ของขนมนั้นๆ นอกจากนั้น ตราสินค้าที่ออกแบบมาควรเสริมสร้างคุณค่า (Value added) ในเชิงจิตวิทยาให้กับขนมแต่ละชนิด

ส่วนผลการศึกษาในมุมมองของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นในด้านตราสินค้า พบว่า ตราสินค้าควรมีเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.73) มากที่สุด รองลงมาคือ ตราสินค้ามีความโดดเด่นและจดจำง่าย ($\bar{X}$ = 4.41) สอดคล้องกับ ปัทมาพร ท่อชู และวิทยา อินทร์สอน (2559) ที่ระบุว่าการดำเนินกิจการ ใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ ต่างมีความจำเป็นในการสร้างตราสินค้าและสัญลักษณ์ของกิจการเพื่อเป็นการสื่อสารหรือใช้เพื่อการเตือนความทรงจำให้กับลูกค้า โดยตราสินค้าควรมีการออกแบบให้มีความเรียบง่าย ชัดเจนและมีเอกลักษณ์ เพื่อให้ผู้พบเห็นหรือลูกค้าสามารถจดจำได้อย่างง่ายดาย

ส่วนในด้านบรรจุภัณฑ์ ในด้านบรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด ($\bar{X}$ = 4.73) มากที่สุด รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด ($\bar{X}$ = 4.54) สอดคล้องกับการศึกษาของ สุมาลี กรดกางกั้น (2555) ที่พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมควรมีความสะดวกในการเปิด-ปิด และสามารถคุ้มครองสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหาย

รูปภาพประกอบ 2 ภาพบรรจุภัณฑ์ของขนมอาละหว่า เปงม้ง และ ส่วยทะมิน ก่อนการออกแบบ

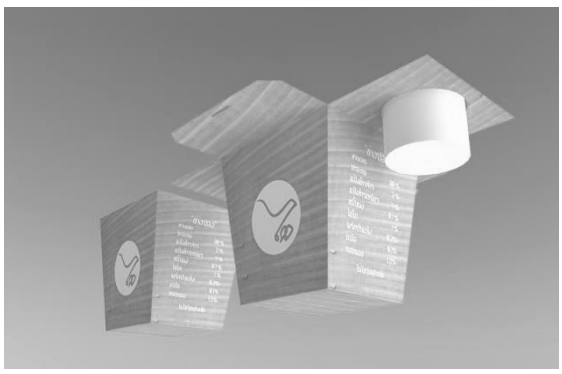
รูปภาพประกอบ 3 ภาพบรรจุภัณฑ์ของขนมข่างปอง ก่อนการออกแบบ

จากรูปภาพประกอบ 2 และรูปภาพประกอบ 3 สังเกตได้ว่าขนมอาละหว่า เปงม้ง ส่วยทะมิน ไม่มีตราสินค้า มีแต่บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใบบัวหรือใบตองในการห่อหุ้มขนม เช่นเดียวกับ ข่างปอง ที่ไม่มีตราสินค้า มีแต่บรรจุภัณฑ์พลาสติกในการบรรจุขนมเท่านั้น การใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดียวกันกับขนมหลากหลายชนิดโดยไม่มีการกำหนดสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกความแตกต่างของขนมแต่ละชนิด มีข้อเสียตรงที่สามารถสร้างความสับสนให้กับตัวลูกค้าและผู้ขายได้ นอกจากนั้น บรรจุภัณฑ์จากใบตองและใบบัวดังกล่าวนี้ ไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อให้กับลูกค้าได้ในเรื่องของความสะอาด ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่นักเที่ยวให้ความสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวต่างถิ่น หรือต้องบริโภคอาหารหรือสินค้าของท้องถิ่นนั้นๆ สอดคล้องกับ วิภาดา เนียมรักษา (2558) ที่พบว่า ความสะอาดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนจากนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการไปทำการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกับผู้ประกอบการ จึงได้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนี้

รูปภาพประกอบ 4 ภาพบรรจุภัณฑ์ของขนมอาละหว่า เปงม้ง และ ส่วยทะมิน ที่ได้รับการออกแบบเสร็จสมบูรณ์

จากรูปภาพประกอบ 4 บรรจุภัณฑ์ใช้เป็นกล่องกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย มีโครงสร้างแข็งแรงที่สามารถช่วยรักษาคุณภาพของขนมที่บรรจุอยู่ภายในให้คงสภาพดี ไม่เสียหาย โดยใช้ลวดลายของใบตองสีเขียวเพื่อยังคงไว้ซึ่งแนวคิดของความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม โดยใช้บรรจุภัณฑ์แบบเดียวที่สามารถบรรจุขนมได้หลากหลายชนิด พร้อมระบุรายละเอียดของขนมแต่ละชนิดไว้ทั้งหมด นอกจากนั้น ยังมีการระบุตราสินค้า “ไต” และคำว่า ของฝากแม่สะเรียง เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าว่า นอกจากจะเป็นขนมที่สะท้อนวัฒนธรรมของชาวไทใหญ่ หรือชาวไต แล้ว ยังเป็นขนมที่ถือเป็นของฝากของอำเภอแม่สะเรียงที่ทุกคนต้องซื้อกลับเมื่อมาเยือน เป็นต้น

รูปภาพประกอบ 5 ภาพบรรจุภัณฑ์ของขนมข่างปอง ที่ได้รับการออกแบบเสร็จสมบูรณ์



จากรูปภาพประกอบ 5 บรรจุภัณฑ์ใช้กล่องกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย มีโครงสร้างแข็งแรงที่สามารถช่วยรักษาคุณภาพของขนมที่บรรจุอยู่ภายในให้คงสภาพดี ไม่เสียหาย โดยใช้ลวดลายของใบตองสีเขียว เพื่อยังคงไว้ซึ่งแนวคิดของความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีมาแต่เดิม โดยฝาของบรรจุภัณฑ์ได้ออกแบบไว้สำหรับการวางถ้วยน้ำจิ้มข่างปองขนาดเล็กสำหรับผู้ที่ชอบกินข่างปองคู่กับน้ำจิ้ม ถ้วยน้ำจิ้มเป็นถ้วยน้ำจิ้มกระดาษที่สามารถย่อยสลายได้ง่ายตรงตามความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สะท้อนเอกลักษณ์ชุมชนและต้องไม่ส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้น ยังมีการระบุตราสินค้า “ไต” เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าว่า ข่างปองเป็นของว่างท้องถิ่นของชาวไทใหญ่ที่อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และถือเป็นของว่างที่ต้องมาลองชิมเมื่อมาเยือนอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

รูปภาพประกอบ 6 ภาพตราสินค้าของขนมอาละหว่า เปงม้ง ส่วยทะมิน และข่างปอง ที่ได้รับการออกแบบเสร็จสมบูรณ์

จากรูปภาพประกอบ 6 การสร้างตราสินค้า ผู้วิจัยได้ใช้คำว่า “ไต” ที่หมายถึงชาวไทใหญ่ที่อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นสัญลักษณ์ในการสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของชาวไทใหญ่ หรือชาวไต นั่นเอง ลายเส้นของแบบตัวอักษรถูกออกแบบในลักษณะไทยประยุกต์เพื่อให้ดูร่วมสมัยมากขึ้น ส่วนการใช้สีเขียว เป็นสีที่มีความหมายของธรรมชาติ และความอุดมสมบูรณ์ ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นการบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ของวัฒธรรมชุมชนที่มีกระบวนการผลิตที่ปลอดภัย มีส่วนผสมในการผลิตที่มาจากธรรมชาติ และไม่มีสารเคมีเจือปน

4.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

หลังจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าร่วมกับกลุ่มธุรกิจชุมชนจนได้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าธุรกิจชุมชน ผู้วิจัยได้นำบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าดังกล่าวไปใช้จริงกับตลาดในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และทำการวัดผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และด้านตราสินค้า (หลังการออกแบบและนำไปใช้) อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านบรรจุภัณฑ์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านบรรจุภัณฑ์ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58) รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด (4.53) สอดคล้องกับ นพวรรณ ชีวอารี (2555) ที่ทำการศึกษาประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ควรมีการใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด และสามารถเก็บรักษาคุณภาพสินค้าต่อไปเมื่อรับประทานไม่หมด ส่วนด้านตราสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านตราสินค้ามีเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.60) รองลงมาคือ ตราสินค้ามีความโดดเด่นและจดจำง่าย (4.38) ตราสินค้ามีความสวยงามทันสมัย ($\bar{X}$ = 4.38) ซึ่งสอดคล้องกับ อมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ที่ระบุว่า ตราสินค้าควรมีความสวยงาม มีเอกลักษณ์เฉพาะที่ทำให้เกิดการจดจำ ระลึกถึงและบอกต่อความประทับใจนั้นแก่ผู้อื่นต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อความพึงพอใจรวมในการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R Square) มีค่าเท่ากับ 0.534 หมายความว่า ตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการผันแปรของความพึงพอใจรวมในการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ ร้อยละ 53.4 ซึ่งผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมในการซื้อสินค้า พบว่า ความพึงพอใจในด้านตราสินค้ามีผลต่อความพึงพอใจรวมมากที่สุดเป็นเชิงเส้นตรงโดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.544 และค่า p เท่ากับ 0.00 ($p<0.05$) และความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจรวมเป็นเชิงเส้นตรง โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.072 และค่า p เท่ากับ 0.007 ($p<0.05$) ดังตาราง 1 สอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยนันท์ เพ็ชรอำไพ (2552) ชี้ให้เห็นว่า ตราสินค้า นอกจากจะมีความสำคัญต่อเจ้าของสินค้าแล้ว ยังช่วยสร้างความมั่นใจให้เกิดกับผู้บริโภคอีก

ทางหนึ่ง เพราะตราสินค้านั้นแสดงถึงคุณภาพ คุณค่าของสินค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้านั้นอย่างต่อเนื่อง

ตาราง 1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่	1.734	10.634	0.000
ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ (X_1)	0.072	2.699	0.007
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า(X_2)	0.544	395	0.000

*หมายเหตุ: ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจรวมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการซื้อสินค้า Adjusted R^2 = 0.534

ดังนั้น สมการผลลัพธ์ของการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน คือ $Y = 1.734 + 0.072X_1 + 0.544X_2$ เมื่อ Y แทน ความพึงพอใจรวมต่อการซื้อสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน, X_1 แทน ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ และ X_2 แทน ความพึงพอใจด้านตราสินค้า

สมมติฐานข้อ 2 ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคต

ผลการวิเคราะห์โดยการหาค่าสหสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ Pearson Correlation ในการทดสอบแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจด้านตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าในอนาคตในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสหสัมพันธ์ 0.380 (ค่า r มีค่าระหว่าง 0.3 – 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง) อย่างมีนัยสำคัญและมีค่า p = 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ดังตาราง 2) สอดคล้องกับการศึกษาของ Huber, Volhardt, Matthes & Vogel (2010) ที่ชี้ให้เห็นว่า ตราสินค้าส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อซ้ำในอนาคต และปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ คือความพึงพอใจของลูกค้า และความชื่นชอบในตราสินค้า (ธนภัทร เรืองขาน, 2557) และความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับพฤติกรรมในการซื้อสินค้าในอนาคตในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสหสัมพันธ์ 0.254 (ค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ) อย่างมีนัยสำคัญและมีค่า p = 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ดังตาราง 2)

ตาราง 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้าของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับในด้านต่างๆ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคต (Pearson Correlation)	P	ระดับของความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์	0.254**	0.000	มีความสัมพันธ์ใน
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า	0.380**	0.000	ทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: ** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (2-tailed)

นอกจากนั้น ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในด้านตราสินค้ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคตมากที่สุดเป็นเชิงเส้นตรงโดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.258 และค่า p เท่ากับ 0.00 ($p<0.05$) และความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าในอนาคตเป็นเชิงเส้นตรง โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.195 และค่า p เท่ากับ 0.000 ($p<0.05$) ดังตาราง 3

ตาราง 3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าในอนาคต

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่	2.789	13.059	0.000
ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ (X_1)	0.195	5.428	0.000
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า (X_2)	0.258	7.295	0.000

*หมายเหตุ: ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าในอนาคต Adjusted R^2 = 0.184

ดังนั้น สมการผลลัพธ์ของการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคต คือ $Y = 2.789 + 0.195X_1 + 0.258X_2$ เมื่อ Y แทน พฤติกรรมการซื้อสินค้าในอนาคต, X_1 แทน ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ และ X_2 แทน ความพึงพอใจด้านตราสินค้า

สมมติฐานข้อ 3 ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้า มีผลต่อพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก

ผลการวิเคราะห์โดยการหาค่าสหสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์ Pearson Correlation ในการทดสอบแสดงให้เห็นว่า ความพึงพอใจในด้านตราสินค้ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จักในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสหสัมพันธ์ 0.334 (ค่า r มีค่าระหว่าง 0.3 – 0.7 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง) อย่างมีนัยสำคัญและมีค่า p = 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ดังตาราง 5) สอดคล้องกับ Johnson, Herrmann & Huber (2006) ที่พบว่า ความผูกพันทางความรู้สึกเป็นปัจจัยสร้างความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่น ส่วนคุณค่าตราสินค้าที่ได้รับเป็นปัจจัยที่นอกจากจะสร้างความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นปัจจัยที่มีผลในการแนะนำและเพิ่มฐานลูกค้าให้แก่ธุรกิจโดยการบอกต่อบุคคลอื่น และความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับพฤติกรรมในการการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จักในทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสหสัมพันธ์ 0.267 (ค่า r มีค่าน้อยกว่า 0.3 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ) อย่างมีนัยสำคัญและมีค่า p = 0.00 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ดังตาราง 4)

ตาราง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้าของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก

ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับในด้านต่าง ๆ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก (Pearson Correlation)	P	ระดับของความสัมพันธ์
ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์	0.267**	0.000	มีความสัมพันธ์ใน
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า	0.334**	0.000	ทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: ** ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 (2-tailed)

นอกจากนั้น ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจในด้านตราสินค้ามีผลต่อพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก มากที่สุดเป็นเชิงเส้นตรงโดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.392 และค่า p เท่ากับ 0.00 ($p<0.05$) และความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก เป็นเชิงเส้นตรง โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.086 และค่า p เท่ากับ 0.000 ($p<0.05$) ดังตาราง 5

ตาราง 5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก

ตัวแปรความถดถอยเชิงพหุ	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย	ค่าสถิติ t	P
ค่าคงที่	2.296	19.743	0.000
ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ (X_1)	0.086	4.391	0.000
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า (X_2)	0.392	23.377	0.000

*หมายเหตุ: ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก Adjusted $R^2 = 0.590$

ดังนั้น สมการผลลัพธ์ของการถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression) ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก คือ $Y = 2.296 + 0.086X_1 + 0.392X_2$ เมื่อ Y แทน พฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จัก, X_1 แทน ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ และ X_2 แทน ความพึงพอใจด้านตราสินค้า

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า (หลักการออกแบบและนำไปใช้) ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดเชียงใหม่ ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สามารถสะท้อนให้เห็นถึงบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ถูกออกแบบและพัฒนาขึ้นใหม่นั่นมีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของตลาดที่สามารถยกระดับและเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์จนถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมชุมชนแม่สะเรียงได้เป็นอย่างดี ส่วนผลการวิเคราะห์สมมุติฐานชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของตราสินค้าที่มีบทบาทต่อพฤติกรรมการซื้อในอนาคตและพฤติกรรมในการแนะนำสินค้าให้กับเพื่อนสนิทและคนรู้จักมากกว่าด้านบรรจุภัณฑ์ อันเป็นเครื่องสะท้อนที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมุ่งพัฒนาตราสินค้าของตนเป็นประเด็นหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถเชื่อมโยงเข้ากับผู้บริโภค และส่งผลให้กิจการมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะโดยภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพื่อให้เกิดการใช้งานตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ได้ในระยะยาวมากขึ้น อันส่งผลให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเกิดการจดจำสินค้าได้ง่าย นอกจากนั้น ควรส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ผู้ประกอบการในประเด็นของการสื่อสารการตลาด เทคนิคการจูงใจลูกค้าและศิลปะการขาย เพื่อให้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาใหม่ สามารถเข้าถึงลูกค้าและนักท่องเที่ยว จนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้รวดเร็วขึ้น ประการสำคัญการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการสร้างตราสินค้นของกลุ่มธุรกิจชุมชนในครั้งนี้ สามารถนำร่องไปสู่การพัฒนาสินค้าประเภทอื่นๆ ของธุรกิจชุมชนใน อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่ออองสอน เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์และคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของกลุ่มธุรกิจชุมชน ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และนำผลมาเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อให้ได้ผลการศึกษาในมิติที่หลากหลายและสามารถนำไปประยุกต์ในการต่อยอดสินค้าและการบริการของกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อรองรับแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ควรศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมอื่นๆ เช่น ส่วนประสมการตลาด หรือ คุณภาพการบริการ ฯลฯ สำหรับการอธิบายความสัมพันธ์ที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำในอนาคต และควรขยายความเชื่อมโยงของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนไปสู่ภาคการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการกระจายได้รายได้ และพัฒนาชุมชนแม่สะเรียงให้เป็นแลนด์มาร์ค (Land Mark) การท่องเที่ยวแห่งใหม่ ที่ไม่ใช่เพียงแค่จุดแวะพักเพื่อเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

6. สรุปการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ ในด้านบรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด ($\bar{X}$ = 4.73) มากที่สุด รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด ($\bar{X}$ = 4.54) ส่วนผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า บรรจุภัณฑ์ควรถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาของวัฒนธรรมชุมชน สามารถถนอมขนมให้ยังอยู่สภาพดีตลอดอายุการวางขาย เปิด-ปิดง่าย ขนาดพอดี ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าร่วมกับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน และนำไปใช้กับตลาด หลังจากนั้นผู้วิจัยทำการวัดผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ได้รับการออกแบบใหม่เป็นที่เรียบร้อยแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่ ในด้านบรรจุภัณฑ์ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิด มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58) รองลงมาคือ บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด ($\bar{X}$ = 4.53) ส่วนตราสินค้า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านตราสินค้ามีความสวยงามทันสมัย ($\bar{X}$ = 4.60) รองลงมาคือ ตราสินค้ามีความโดดเด่นและจดจำง่าย ($\bar{X}$ = 4.38) ตราสินค้ามีเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.38) ซึ่งจากผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (หลักการออกแบบและนำไปใช้) ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เป็นเครื่องแสดงให้เห็นประสิทธิภาพในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าของธุรกิจชุมชน อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่สามารถยกระดับและเพิ่มคุณค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์จนถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมชุมชนแม่สะเรียงได้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คมวุฒิ อัญญธนากร.(2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธนาคารออนไลน์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิติมา เสือทองและมัทนา โมรากุล และวรฤทัย หาญโชติพันธุ์. (2555). *รายงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนม ทองพับ กลุ่มสตรีแม่บ้านเขียวขจีจังหวัดนนทบุรี*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาราชภัฏสวนสุนันทา.

จุลศักดิ์ ชาญณรงค์. (2546). ธุรกิจชุมชน: ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 17(51), 80-86.

ชัยนันท์ เพ็ชรอำไพ. (2552). *องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในธุรกิจ E-Marketplace ของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณธกร อุไรรัตน์. (2559). *การศึกษาเพื่อการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ จ.สระบุรี*. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปีการศึกษา 2559. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

เทศบาลตำบลแม่สะเรียง. (2559). สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลตำบลแม่สะเรียง. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2560. จาก https://www.maesariang.go.th/plan/59-62/บทที่%202.pdf.

ธเนศ ศรีวิชัยลำพันธ์. (2556). *การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน*. เอกสารคำสอน. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนภัทร เรืองขาน. (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพผ่านร้านค้าออนไลน์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติอแสตมฟอร์ด.

นพวรรณ ชีวอารี. (2555). *การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์หมูแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชนท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปัทมาพร ท่อชู และวิทยา อินทร์สอน. (2559). การออกแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้เพื่อธุรกิจ (Logo Design for Business). *Industrial technology review*, 22(280), 92-99.

ประกายกาวิล ศรีจินดา. (2559). *การสร้างสรรค์และการเขียนบทโฆษณา*. พิมพ์ครั้งที่ 3 .กรุงเทพฯ : บริษัท แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด.

ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2560). *นายกฯ ชี้ ศก.ดีขึ้น เร่งดูแล 'ภาคเกษตร-อาชีพอิสระ' ห่วงผู้มีรายได้น้อย*. ค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2560. จาก https://www.thairath.co.th/content/929178.

มยุรี ภาคลำเจียก. (2556). *บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์หยี่เฮง.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2553). *เทคนิคการวัดความพึงพอใจของลูกค้า*. ค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2560, จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=2534.

วิภาดา เนียมรักษา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศรีกัญญา มงคลสิริ. (2547). *Brand management*. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ เลิฟ.

สรชัย พิศาลบุตร. (2551). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.

สุกฤตา หิรัณยชวลิต. (2554). กว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์.*วารสารนักบริหาร*, 31(2), 241-247.

สุธรรม ขนาบศักดิ์. (2559). *รายงานผลการวิจัยเชิงสำรวจประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลนครสงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559*. คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สุมาลี กรดกางกั้น (2555) การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ทุเรียนอบกรอบในอำเภอเจาะไอร้อง จังหวัดนราธิวาส. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 7(2), 147-156.

สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). *ชุดวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน = Community business Management*. กรุงเทพฯ : สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานมาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.

อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร,* 13(2), 33-60.

เอนก เหลาโชติ. (2547). *การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมตุ๊กตาราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการศึกษาผู้ใหญ่และการศึกษาต่อเนื่อง. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

Aaker, David A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York : The Free Press.

Appleton. (1995). Analysing qualitative interview data : addressing issue of validity and reliability, *Journal of Advanced Nursing*. 22(5), 993-997.

Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York : Collins.

Huber, F.& Vollhardt, K. & Matthes, I. & Vogel, J. (2010). Brand misconduct: Consequences on consumer-brand relationships. *Journal of Business Research*, 63(11), 1113-1120.

Johnson, M. D., Herrmann, A. & Huber, F. (2006). The evolution of loyalty intentions. *Journal of marketing*, 70(2), 122-132.

Kotler, P. (2006). Marketing management. (12th ed.). New Jersey : Pearson Education.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.

Randall, G. (2000) *Branding a Practical Guide to Planning Your Strategy*. London : Kogan Page.

ผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงที่มีต่อผลการดำเนินงาน : กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Effects of Risk Disclosure Quality on Firm Performance : A Case Study of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand

ธีรพรรณ อึ้งภากรณ์*, ไตรรงค์ สวัสดิกุล[2], สุชิตา มานะจิตต์[3] และวิชนี เอี่ยมชุ่ม[4]

Teerapan Ungphakorn*, Trairong Swatdikun[2], Suchita Manajit[3], Wichanee Iamchum[4]

Received: May 19,2017, Revised: September 2,2017, Accepted : October 27,2017

บทคัดย่อ

การเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารความเสี่ยงที่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้จัดเก็บข้อมูลจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และถูกจัดอยู่ในดัชนี SET100 ระหว่างปี 2555-2556 จำนวน 174 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบค่าเฉลี่ยของจำนวนคำที่รายงานจำนวน 3,670 คำ ดัชนีปริมาณเปรียบเทียบเฉลี่ย 0.2586 ดัชนีความหนาแน่น 0.5919 และดัชนีเชิงลึก 0.9827 จากการทดสอบสมมุติฐานไม่พบว่า คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน

คำสำคัญ : การเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง ผลการดำเนินงาน การบริหารความเสี่ยง

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

Risk disclosure is a key element in risk management which appropriate procedure can lead to competitive advantage to the firm. This research collected 174 data set between 2012 and 2013 from listed companies which listed in SET100 index. Data analysis reveals that 3,670 words of risk has been disclosure in the annual report. Relative quantity index can be estimated at 0.2586. Density index can be assessed at 0.5919, where depth index can be projected at 0.9827. Hypothesis testing cannot confirmed that is an impact of risk disclosure quality on firm performance.

Keywords : Risk disclosure quality, firm performance, risk management

1. บทนำ

การบริหารความเสี่ยงจัดเป็นหน้าที่งานสำคัญซึ่งธุรกิจต่างตระหนักถึงความจำเป็นและสำคัญ (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2550) แต่ยังคงมีความแตกต่างในวิธีการดำเนินงานเนื่องจากการบริหารความเสี่ยงยังจัดเป็นสิ่งใหม่สำหรับหลายองค์กร โดยเฉพาะการรายงานข้อมูลความเสี่ยงซึ่งมีผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลความเสี่ยงระหว่างองค์กร ศิลปะพร ศรีจั่นเพชร (2551) กล่าวถึงทฤษฎีตัวการตัวแทน โดยระบุว่าการนำเสนอข้อมูลที่ดีจึงควรทำให้ความเจ้าของเงินทุนได้รับข้อมูลที่ดีขึ้นทำให้ผลการดำเนินงานควรจะลดลงเพื่อการตอบแทนต่อความพยายามในการลดความไม่สมดุลของข้อมูล ระหว่างข้อมูลที่นักลงทุนมีกับข้อมูลที่บริษัทถือครองอยู่ ซึ่งอาจส่งผลให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น แม้ทฤษฎีตัวการตัวแทนจะได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางแต่เกณฑ์คุณภาพของการรายงานความเสี่ยงกลับเป็นเพียงการกำหนดเป็นมาตรฐานการรายงานทางการเงิน เฉพาะเรื่องเครื่องมือทางการเงิน (วิเชษฐ์ โรจนสุกาญจน และศิปพร ศรีจั่นเพชร, 2559) แต่ก็ยังมีความพยายามในการพัฒนาหลักการรายงานความเสี่ยงของเงินลงทุน และการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงเมื่อพิจารณามูลค่ายุติธรรมซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเมื่อไม่นานมานี้โดยคณะกรรมการกำหนดมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศนั่นเอง (Best, 2012) การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรายงานความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พร้อมทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐาน

ความเสี่ยง คือ ความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ซึ่งส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร (นฤมล สอาดโฉม, 2554) โดยการบริหารความเสี่ยงจัดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ (อัญชลี พิพัฒนเสริญ, 2559) อีกทั้งการบริหารความเสี่ยงที่เหมาะสมยังเป็นการสร้างโอกาสให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนอีกด้วย ดังคำกล่าวที่ว่าความเสี่ยงสูง โอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนก็สูงเช่นกัน (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2550) ดังนั้น จึงเป็นความจำเป็นของธุรกิจที่จะต้องทำการบริหารให้ความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้และผลตอบแทนอยู่ในระดับที่พึงพอใจได้ (Lam, 2003) ด้วยเหตุผลดังกล่าวการทำความเข้าใจความเสี่ยงจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการบริหารความเสี่ยงได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2.1 การบริหารความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงถูกพัฒนาจากนัดคิดในหลากหลายสาขาวิชา เช่น คณิตศาสตร์ ความปลอดภัย การประกันภัย การลงทุน และควบคุมภายใน ความร่วมมือเชิงวิชาการดังกล่าวส่งผลให้การบริหารความเสี่ยงจัดเป็นหนึ่งในสาขาใหม่ด้านการบริหารธุรกิจที่มีพัฒนาการอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบให้เห็นเชิงรูปธรรม (นฤมล สอาดโฉม, 2554) โดยเฉพาะการนำแนวคิดการบริหารความเสี่ยงมาใช้ร่วมกับแนวคิดจากการควบคุมภายในเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายภายใต้สมมุติฐานที่ว่าองค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมาย(ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2555) นอกจากนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเมื่อการบริหารความเสี่ยงถูกประยุกต์ใช้อย่างเป็นกระบวนการโดยบุคลากรในองค์กร ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงจึงไม่ใช่การขจัดแต่เป็นการจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ข้อกำหนดแห่งการบริหารความเสี่ยงระดับสากลนั้นเป็นเพียงเกณฑ์ขั้นต่ำที่พึงปฏิบัติ (ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี, 2550) ดังนั้น การนำเอาหลักการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรอย่างเหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ (อัญชลี พิพัฒนเสริญ, 2559)

2.2 การเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง

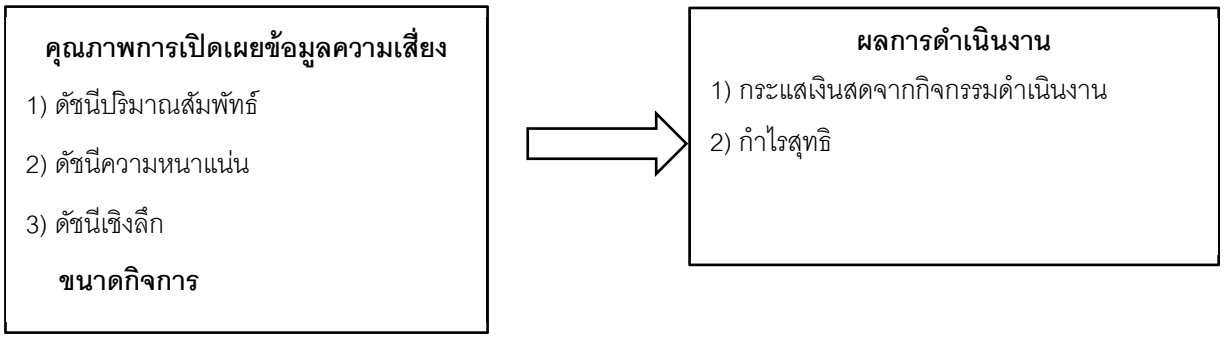
ในประเทศสหรัฐอเมริกามีข้อกำหนดเกี่ยวกับการเปิดเผยปัจจัยเสี่ยงซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ระบุให้กิจการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องเปิดเผยข้อมูลในหัวข้อปัจจัยเสี่ยง และในหัวข้อคำอธิบายและการวิเคราะห์ของฝ่ายบริหารในรายงานประจำปี นอกจากนี้ Sarbanes-Oxley Act ระบุให้บริษัทที่จดทะเบียนกับตลาดหลักทรัพย์ต้องเปิดเผยโครงสร้างและกระบวนการควบคุมภายในสำหรับการจัดทำรายงานทางการเงิน (ทิตา เตชะธรารักษ์, 2553) ในกลุ่มสหภาพยุโรปมีข้อกำหนดให้รายงานประจำปีต้องมีการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงซึ่งไม่เพียงแต่บังคับใช้กับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แต่ยังหมายความรวมถึงกิจการที่เป็นนิติบุคคลทั้งหมด (ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร, 2556) สำหรับในประเทศไทย คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ต้องเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญสำหรับบริษัทจดทะเบียน โดยจะต้องแสดงข้อมูลความเสี่ยงในแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปีในหัวข้อปัจจัยเสี่ยง โดยให้ระบุปัจจัยที่บริษัทเห็นว่าอาจทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการลงทุนของผู้ลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยความเสี่ยงดังกล่าวอาจทำให้ผู้ลงทุนสูญเสียเงินลงทุนทั้งจำนวนหรือบางส่วน หรือไม่ได้รับผลตอบแทนในอัตราที่ควรจะได้รับ และให้ระบุเฉพาะความเสี่ยงที่อาจมีผลกระทบต่อผู้ถือหลักทรัพย์โดยตรง (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2556)

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน

ทฤษฎีตัวการตัวแทนระบุถึงคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้นจะช่วยลดปัญหาความไม่สมมาตรของข้อมูลซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานลดลงอันจะส่งผลให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น มีหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น พรพิพัฒน์ จูฑา (2548) ทำการศึกษาผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงระหว่างปี 2543-2546 ผลการศึกษาพบว่า ผลการดำเนินงานทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง นอกจากนี้กลุ่มธุรกิจการเงินและกลุ่มเทคโนโลยีจะมีคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงสูงกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ผลการศึกษาดังกล่าวได้รับการยืนยันจากปรียานุช อยู่สังข์ (2558) ซึ่งสำรวจบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี 2554-2556 พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผลการดำเนินงานกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงโดยเฉพาะในกลุ่มเทคโนโลยีและกลุ่มการเงิน Razek (2014) ทดสอบพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย ความเสี่ยงด้านสินเชื่อ และความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนกับผลการดำเนินงานของจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งสรุปความสัมพันธ์ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลความสัมพันธ์ของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน



งานวิจัยนี้คาดหวังว่าคุณภาพการรายงานคาดว่าจะมีอิทธิพลเชิงบวกเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยกำหนดให้ขนาดกิจการเป็นตัวแปรควบคุม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมุ่งศึกษาจัดเก็บข้อมูลบริษัทชั้นนำซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 100 แห่ง โดยการกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงจะถูกเก็บรวมรวมจากแบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2556 จากเวปไซด์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับคุณภาพการรายงานความเสี่ยงที่มีคุณภาพต่อผลการดำเนินงาน โดยแบบจำลองเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าวมีดังนี้

$$Perf_i = \beta_0 + \beta_1 RRQ_i + \beta_2 Size_i$$

กำหนดให้ Perf = ผลการดำเนินงาน

RRQ = คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง

Size = ขนาดของกิจการ

พรพิพัฒน์ จูฑา (2548) ได้ระบุว่าการวิเคราะห์คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมในการประเมินคุณภาพการรายงานความเสี่ยงด้วยกรอบแนวคิดของ Beretta and Bozzolan (2004) โดยพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างกิจการกับค่าเฉลี่ยอุตสาหกรรม โดยเกณฑ์การวัดคุณภาพของข้อมูลที่มีความเสี่ยงในการรายงานทางการเงินมีหลากหลายมิติ ประกอบด้วย ดัชนีปริมาณ ดัชนีความหนาแน่น และดัชนีความลึก รายละเอียดการประเมินคุณภาพการรายงานความเสี่ยงทั้ง 3 ดัชนี มีดังนี้

ดัชนีปริมาณสัมพัทธ์ (Relative quantity index หรือ RQT) เป็นดัชนีที่นำจำนวนคำมาเป็นตัวแทนของปริมาณที่มีการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยง และคำนวณเปรียบเทียบกับค่าประมาณของปริมาณการเปิดเผยที่ได้มาจากการแทนค่าสมการถดถอยเชิงเส้น ที่ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณคำกับประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรมและขนาดกิจการ วัตถุประสงค์เพื่อระบุว่าปริมาณคำที่เปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงของบริษัทเปรียบเทียบกับค่าประมาณ

ว่ามีปริมาณการเปิดเผยสูงหรือต่ำกว่าค่าประมาณซึ่งถูกกำหนดให้เป็นการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงที่จะเป็นมาตรฐาน ดังนั้น ดัชนีปริมาณสัมพัทธ์ จึงแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของจำนวนที่แท้จริงของคำที่แสดงให้เห็นข้อมูลความเสี่ยงที่จะเป็นมาตรฐานอุตสาหกรรม ดัชนีนี้มีพนักงานถดถอยตารางอย่างน้อยสามัญเพื่อระบุรูปแบบในขณะที่ขนาดและอุตสาหกรรมที่มีการควบคุม รูปแบบการประเมินมีดังนี้

$$\mathrm{RQT_i} = \mathrm{D_i} - \widehat{\mathrm{D}}$$

กำหนดให้

$\mathrm{RQT_i}$ = ดัชนีปริมาณสัมพัทธ์

$\mathrm{D_i}$ = การเปิดเผยข้อมูลที่นับได้

$\widehat{D}$ = การเปิดเผยข้อมูลที่ประมาณ

ดัชนีความหนาแน่น (Density index หรือ DEN) เป็นดัชนีที่นำปริมาณคำที่เปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงทั้งหมดมาวิเคราะห์ เพื่อหาความหนาแน่นว่าในความเสี่ยง 1 รายการมีปริมาณคำประมาณเท่าใด โดยบริษัทที่มีความหนาแน่นมากจะมีจำนวนคำต่อรายการความเสี่ยง การวิเคราะห์ดังกล่าวเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเข้มข้นของจำนวนที่แท้จริงของคำที่แสดงให้เห็นข้อมูลความเสี่ยงไปยังหมายเลขของรายการที่เกี่ยวกับความเสี่ยง รูปแบบการประเมินมีดังนี้

$$\mathrm{DEN_i} = \frac{1}{\mathrm{k_i}} \sum \mathrm{D_i}$$

กำหนดให้

$\mathrm{DEN_i}$ = ดัชนีความหนาแน่น

$\mathrm{k_i}$ = จำนวนรายการความเสี่ยงทั้งหมดที่เปิดเผย

$\mathrm{D_i}$ = การเปิดเผยข้อมูลที่นับได้

ดัชนีเชิงลึก (Depth index หรือ DEP) เป็นดัชนีที่นำผลการวิเคราะห์เนื้อหาการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงมาคำนวณค่าดัชนี โดยจะรวมคะแนนจากการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบ และการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน แล้วจึงถ่วงน้ำหนักด้วยจำนวนรายการเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม การวิเคราะห์เนื้อหาของการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินว่าข้อมูลความเสี่ยงที่เปิดเผยว่าได้แสดงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจหรือไม่ บริษัทควรมีการเปิดเผยผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นและประเมินผลกระทบของบริษัท อาจระบุจำนวนผลกระทบที่เป็นตัวเลข (เชิงปริมาณ) และไม่เป็นตัวเลข (เชิงคุณภาพ) ก็ได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลในการประเมินความเสี่ยงของบริษัท ดังนั้นดัชนีความลึก จึงเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาการเปิดเผยข้อมูลสำหรับผู้ใช้รายงานทางการเงินโดยพิจารณาผลกระทบของความเสี่ยงว่าเป็นข้อมูลที่ให้ประโยชน์ต่อการตัดสินใจหรือไม่ สำหรับรูปแบบการประเมินมีดังนี้

$$\mathrm{DEP_i} = \frac{1}{\mathrm{RFL_i}} \sum \mathrm{QLD_i} + \frac{1}{\mathrm{RLF_i}} \sum \mathrm{QND_i}$$

กำหนดให้

$\mathrm{DEP_i}$ = ดัชนีเชิงลึก

$\mathrm{RFL_i}$ = จำนวนคำระบุความเสี่ยงเฉลี่ยโดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่ใช้แบ่งค่าเฉลี่ย

QLD_i = ตัวแปรหุ่นสำหรับคุณภาพการประเมินผลกระทบของความเสี่ยง

QND_i = ตัวแปรหุ่นสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับผลกระทบของความเสี่ยง

การรวบรวมข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลจากแบบแสดงรายการประจำปี ในส่วนของหัวข้อปัจจัยเสี่ยง โดยวิเคราะห์เป็น 5 ส่วน ได้แก่ โอกาสที่ความเสี่ยงจะเกิดขึ้น ผลกระทบของความเสี่ยง การเปิดเผยข้อมูลเชิงคุณภาพ การเปิดเผยข้อมูลเชิงปริมาณ และมาตรการตอบสนองความเสี่ยง เพื่อใช้กำหนดค่าดัชนีปริมาณสัมพัทธ์ ดัชนีความหนาแน่น และดัชนีเชิงลึกเพื่อใช้เป็นตัวแปรในการระบุคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลต่อไป

4. ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการรายงานความเสี่ยงในรายงานทางการเงิน โดยมุ่งศึกษาจัดเก็บข้อมูลบริษัทชั้นนำซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 100 แห่งโดยการกำหนดของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การประเมินคุณภาพของการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงโดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาในรายงานประจำปีจึงมีประโยชน์อย่างมากต่อผู้ใช้งบการเงินนั่นเอง สรุปได้ว่าข้อมูลการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงจะถูกเก็บรวมรวมจากแบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี สำหรับ พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2556 จากเวปไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

4.1 ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงานของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 174 ตัวอย่าง จากข้อมูลการรายงานความเสี่ยงในรายงานทางการเงินของบริษัทในกลุ่ม SET100 พบว่า ค่าเฉลี่ยของจำนวนคำที่รายงานในรายงานทางการเงินเป็น 3,670 คำ ซึ่งมีจำนวนขั้นต่ำ จำนวน 161 คำ มีความแตกต่างอย่างมากกับการรายงานคำสูงสุดที่ 18,946 คำ ดัชนีปริมาณสัมพัทธ์มีค่าเฉลี่ย 0.2586 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูง ดัชนีความหนาแน่นมีค่าเฉลี่ย 0.5919 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงมาก สำหรับดัชนีเชิงลึกมีค่าเฉลี่ย 0.9827 โดยมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.1309 สำหรับผลการดำเนินงานเมื่อวัดโดยใช้กำไรสุทธิพบค่าเฉลี่ย 7,599,000 บาท โดยผลการดำเนินงานเมื่อวัดโดยใช้กระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานพบค่าเฉลี่ย 10,916,000 บาท

ตาราง 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาสำหรับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	จำนวนข้อมูล
จำนวนคำ	3,670	3,256	161	18,946	174
RQT	0.2586	2.8844	0.0005	1	174
DEN	0.5919	7.5049	0.0054	1	174
DEP	0.9827	0.1309	0	1	174
NI (พันบาท)	7,599	22,001	-15871	164,806	174
OCF (พันบาท)	10,916	30,472	-76855	179,580	174

4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลและผลการดำเนินงาน

การศึกษานี้จัดเก็บข้อมูลบริษัทชั้นนำซึ่งจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบผลการพิสูจน์สมมุติฐานที่ระบุว่า คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานซึ่งวัดจากกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงานและกำไรสุทธิเป็นดังนี้

ตาราง 2 ความสัมพันธ์คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม: กระแสเงินสดสุทธิดำเนินงาน			ตัวแปรตาม: กำไรสุทธิ		
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
RQT	-680.728			-157.164		
	(800.1825)			(577.0204)		
DEN		-15.901			-18.054	
		(304.3942)			(219.0814)	
DEP			8191.873			953.683
			(17557.03)			(12635.88)
LEQU	9417.955***	8885.844***	8939.838***	5623.568**	5488.127***	5541.012**
	(3559.368)	(3524.375)	(3523.41)	(2566.7)	(2536.596)	(2535.815)
CONS	-85071.07**	-80080.39**	-88519.11**	-52727.90**	-51446.65**	-52843.71**
	(34108.74)	(33811)	(37958.13)	(24596.19)	(24334.77)	(27318.65)
Number of obs	174	174	173	174	174	173
Adj R-squared	0.0373	0.0332	0.0346	0.0394	0.0394	0.0405

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพกับผลการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์พบว่าขนาดกิจการเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสถิติมากกว่าหรือเท่ากับ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 5% นอกเหนือจากค่าคงที่ แต่คุณภาพการรายงานข้อมูลความเสี่ยงไม่มีผลกระทบต่อกระแสเงินสดสุทธิจากการดำเนินงานแต่อย่างใด นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์โดยใช้กำไรสุทธิเป็นตัวแปรวัดผลการดำเนินงานยังคง พบว่าขนาดกิจการเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงสถิติมากกว่าหรือเท่ากับ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 5% และคุณภาพการรายงานข้อมูลความเสี่ยงยังคงไม่มีผลกระทบต่อกำไรสุทธิแต่อย่างใด ผลการทดสอบปฏิเสธสมมุติฐานที่เชื่อว่าคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงมีผลกระทบด้านบวกต่อผลการดำเนินงานนั่นเอง

ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของพรพิพัฒน์ จูฑา (2548) ปรียานุช อยู่สังข์ (2558) และ Razek (2014) ซึ่งล้วนสนับสนุนว่าการนำเสนอข้อมูลที่ดีจะทำให้ลดความไม่สมดุลของข้อมูล ระหว่างข้อมูลที่นักลงทุนมีกับข้อมูลที่บริษัทถือครองอยู่ ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนทางการเงินลดลงอันจะส่งผลโดยตรงให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ผลการศึกษานี้ที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยอื่นอาจเกิดจากการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลโดยไม่จำแนกประเภทความเสี่ยง และผลการดำเนินงานที่มีเพียง 2 ตัวชี้วัดในขณะที่งานวิจัยก่อนๆมักใช้ตัวแปรจำนวนมากในการวัดผลการดำเนินงาน นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังมีความแตกต่างในการระบุตัวแปรต้นและตัวแปรตามที่ตรงกันข้ามกับงานวิจัยในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยก่อนหน้านี้ซึ่งใช้ผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรต้นและคุณภาพการ

เปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงเป็นตัวแปรตาม อย่างไรก็ตามการบริหารความเสี่ยงในประเด็นการเปิดเผยข้อมูลยังจัดเป็นสิ่งใหม่ซึ่งงานวิจัยนี้อาจมีส่วนทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงระหว่างองค์กรนั่นเอง

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น เช่น รัฐวิสาหกิจ บริษัทจดทะเบียนในตาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมด

5.1.2 ควรศึกษากรอบแนวคิดตามทฤษฎีอื่นทีเกี่ยวข้อง และตัวแปรแทรกด้านอื่นๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อผลกระทบของคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงาน

5.1.3 ควรเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการอื่นนอกเหนือจากการศึกษาเอกสาร เช่น การใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากที่สุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร

5.2.2 ผู้กำหนดมาตรฐานการบัญชีควรใช้เป็นแนวคิดเพื่อพัฒนามาตรฐานการบัญชี เพื่อปรับปรุงการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. สรุปผลการศึกษา

การเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงจัดเป็นสิ่งใหม่แต่ก็ได้รับความสนใจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เนื่องจากข้อมูลความเสียงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีข้อกำหนดให้ต้องเปิดเผยในรายงานประจำปี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องระบุว่าการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงเป็นองค์ในการจัดการความเสี่ยงเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การวิจัยครั้งนี้จัดเก็บข้อมูลจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์และถูกจัดอยู่ในดัชนี SET100 ระหว่างปี 2555-2556 รวมจำนวน 174 ชุดข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบค่าเฉลี่ยของจำนวนคำที่รายงานจำนวน 3,670 คำ ดัชนีปริมาณเปรียบเทียบเฉลี่ย 0.2586 ดัชนีความหนาแน่น 0.5919 และดัชนีเชิงลึก 0.9827 จากการทดสอบสมมุติฐานไม่พบว่า คุณภาพการรายงานข้อมูลความเสี่ยงมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานแต่อย่างใด

เอกสารอ้างอิง

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2550). *การบริหารความเสี่ยง*. วารสารนักบริหาร, 27(3) : 39-47

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2555). *หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีสำหรับบริษัทจดทะเบียน ปี 2555* , ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2560, จาก ttps://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf

ทิตา เตชะธรารักษ์. (2553). *การศึกษาเปรียบเทียบข้อกำหนดพื้นฐานในการเปิดเผยข้อมูลของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา*. การศึกษาอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

นฤมล สอาดโฉม. (2554). *การบริหารความเสี่ยงองค์กร*. กรุงเทพ: บัวเงิน.

ปรียานุช อยู่สังข์. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานกับคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*, การประชุมวิชาการระดับชาติ ราชภัฏเพชรบุรีวิจัยเพื่อแผ่นดินไทยที่ยั่งยืนครั้งที่ 5.

พรพิพัฒน์ จูฑา. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน ทางการเงินของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทรพงศ์ เจริญกิจจารุกร. (2556). Sarbanes-Oxley Act และการกำกับดูแลกิจการในต่างประเทศสู่ธรรมาภิบาลในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์,* 35(138) : 902-119

วิเชษฐ์ โรจนสุกาญจน และศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2559). การบัญชีป้องกันความเสี่ยงตามข้อกำหนดใน IFRS9. *วารสารวิชาชีพบัญชี* , 12(34) : 110-123

ศิลปพร ศรีจั่นเพชร. (2551). *ทฤษฎีบรรษัทภิบาล. วารสารบริหารธุรกิ,* 31(120) : 1-4

สายสุนีย์ อโนมาศ. (2555). *การเปิดเผยข้อมูลความเสี่ยงในรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานคณะกรรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2556). *คู่มือจัดทำแบบแสดงรายการข้อมูล แบบ 56-1 แบบ 69-1*. กรุงเทพ : สำนักงานคณะกรรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

อัญชลี พิพัฒนเสริญ. (2559). การนำกรอบการบริหารความเสี่ยงไปใช้ในองค์กร. *วารสารวิชาชีพบัญชี* , 12(33) : 123-133

Beretta, S & Bozzolan, S. (2004). A framework for the analysis of firm risk communication. *The International Journal of Accounting*, 39(3) : 265-288.

Best, S.D. (2012). *IFRS7 and the Compliance of Risk Disclosures: Are the Risks really Disclosed?* Master thesis, Erasmus University Rotterdam, the Netherlands.

Kongprajya, A. (2010). *An analysis of the impact of political news on Thai stock market*. Master of Science in Risk Management thesis, University of Nottingham, UK.

Lam, J. (2003). *Enterprise Risk Management: From Incentives to Controls*. John Wiley & Sons Inc.

Pasternak, Y. (2011). *IFRS7 Risk Disclosures, Master of Accounting Auditing and Control.* Erasmus University Rotterdam, the Netherlands.

Razek, M.A. (2014). *The Association Between Corporate Risk Disclosure and Firm Performance in Emerging Country-The Case of Egypt*, Journal of Empirical Studies. 1(3) : 105-115.

การศึกษากระบวนการประกอบการเชิงสถาบันของอุตสาหกรรมการขนส่งร่วมแบบ O2O ในประเทศจีน

Examining the Institutional Entrepreneurship Process of China's O2O Shared Mobility Sector

Jing Ma [*] Erming Xu[2]

Received: May 8,2018, Revised: July 25,2018, Accepted : October 17,2018

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ ศึกษากระบวนการประกอบการเชิงสถาบันของอุตสาหกรรมการขนส่งร่วมแบบ O2O ในประเทศจีนจากมุมมองของผู้ประกอบการเชิงสถาบันและตรรกะเชิงระบบที่หลากหลาย ตามกรอบการวิเคราะห์วาทกรรม พบว่า มีตรรกะเชิงระบบที่หลากหลายที่อยู่เบื้องหลังของอุตสาหกรรมการขนส่งร่วมแบบ O2O ในประเทศจีน ซึ่งแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนจาก ตรรกะแบบครอบครัวเป็นตรรกะแบบแบ่งปัน เช่น การเปลี่ยนแปลงในผลลัพธ์เชิงตรรกะเกี่ยวกับแนวคิดเชิงสถาบันใหม่ๆ และกฎหมายเกี่ยวกับการประกอบกิจการ

คำสำคัญ: กระบวนการประกอบการ ตรรกะเชิงระบบ การรับรู้ที่ถูกต้อง การจำแนกหมวดหมู่

* Chinese Graduate School, Panyapiwat ,Panyapiwat Institute of Management, Nonthaburi, Thailand

[2] Lecturer in Chinese Graduate School, Panyapiwat ,Panyapiwat Institute of Management, Nonthaburi, Thailand

Abstract

This paper examines institutional entrepreneurship process of China's O2O shared mobility sector from the perspective of institutional entrepreneurship and multiple institutional logics guiding by a linguistic discourse analysis framework. The study indicated that there were multiple institutional logics behind China's O2O shared mobility sector, which showed a clear trace of shift from family logic to sharing logic. Such a profound change in institutional logics resulted in new institutional concepts and a series of institutional entrepreneurship acts.

Keyword: Institutional Entrepreneurship, Institutional Logics, Cognitive Legitimacy, Categorization

1. Introduction

In October 2015, The Ministry of Transport of China released The *Tentative Measures for the Administration of Online Car Hailing Services* for public discuss, and the formal measures finally took effect in July 2016 after some amendments, which making China the first country to recognize the legitimacy of online car hailing service nationwide. China's shared mobility sector has witnessed explosive growth in recent years and brought extensive institutional entrepreneurship in the area. Why China could be the first? As a new emerging economy differential from western mature market-oriented economy, are there any special dynamic which drives the institutional entrepreneurship of China shared mobility sector to move forward. To redress this gap, this paper is going to deal with the issue which has not been resolved before.

Actually China has issued several policies or guidelines to regulate the O2O shared mobility sector. O2O is the shortened form of online to offline. With the rapid development of information technology, consumers are able to search for and buy services or products online, and then consume them in an offline store or entity. This emerging ecommerce model is called online to offline (O2O) service, which has attracted business and academic attention (Pan Yuchen,Wu Desheng, Olson David L, 2017: 1-8).
The Ministry of Transport of China promulgated in 2014 the *Circular on Orderly Development of Car-hailing App-based Taxi Services* to support the car-hailing app-based tax service. The *Tentative Measures for the Administration of Online Car Hailing Services* was released in October 2015 for public comments and formally took effect in July 2016. The Ministry of Transport of China promulgated the *Guidance on Encouraging and Regulating the Development of Bike Sharing Service* (Draft for public comments) and the *Guidance on Promoting the Healthy Development of Car Rental Industry* (Draft for public comments) respectively on May 22, 2017 and June 1, 2017 to further regulate the development of bike sharing and car rental industries. These two regulations formally took effect three months after they were released for public comments. The *Guidance on Encouraging and Regulating the Development of Bike Sharing Service* and the *Guidance on Promoting the Healthy Development of Car Rental Sector* formally took effect on August 3, 2017 and August 8, 2017 respectively.

China's O2O shared mobility sector has witnessed explosive growth in recent years and brought extensive institutional entrepreneurship in the sector, making it an ideal representative for the case study. China's large population creates many challenges for its transportation sector and the imbalance between supply and demand remains prominent. China's macroeconomic strategies energetically support the optimization of its transportation system. Under this context, China's smart transport and IOV (Internet of Vehicle) apps witness an explosive growth. Its O2O shared mobility sector is developing rapidly with many sub-divisions, such as app-based taxi-hailing, app-based ride-hailing, app-based carpooling, app-based car-renting, periodic lease, bicycle sharing, etc. The location-based service (LBS) greatly promotes the booming development of transportation sector.

A large number of enterprises become practitioners and pioneers in the O2O mobile shared mobility sector. The development of mobile positioning technologies such as global positioning system (GPS), geographic information system (GIS), remote sensing technology and the location-based service (LBS) have brought great convenience for people, which in turn also promote the development of mobile positioning technology. New technology makes mobile mobility possible, and the enterprises engaging in the car-hailing apps keep exploring new patterns of institutions in terms of business model, credit assurance system and mode of payment. The functions of car-hailing apps such as real-time positioning, best route planning, carpooling route keep those enterprises to issue corresponding institutions in order to provide and improve their services. Identity verification, registration with real-name mobile phone number and bank account guarantee the authenticity and reliability of information of both parties. The functions such as comments and rating system by both parties help improve the user experience and establish credit records for the transaction process. Other functions include the blacklist system and offering more benefits for those with higher credit rating. To conclude, both the regulatory agencies and the enterprises engaging in shared mobility have extensive institutional entrepreneurship.

Institutional logics was defined as socially constructed, historical pattern of material practices, assumptions, values, beliefs, and rules by which individuals produce and reproduce their material subsistence, organize time and space, and provide meaning to their social reality. Institutional logics are both material and symbolic (Patricia H. Thornton, William Ocasio, 1999: 801-844). According to the institutional logics theories of Mr. Thornton and his coworkers, there are four mechanisms which institutional logics exert their effects on individuals and organizations, and a key mechanism by which institutional logics shapes individual cognition is through social classification and categorization. Once the institutional logics changes, new classifications merge which consequently change the existing classification systems. However, present theories haven't given detailed explanation of how institutional logics change social classification and categorization in clear details. To redress this gap, this research adopts the qualitative method and aims to explore the dominant institutional logics behind the institutional entrepreneurship, how institutional logics shape actors' cognition through social classification and categorization in the context of China O2O shared mobility, which would make theoretical and managerial contributions to present study.

2. Literature review

Institutional entrepreneurship refers to the activities of individuals or organizations which have interest in particular institutional arrangements in creating new institutions or transforming existing institutions by promoting collective attempts to infuse new beliefs, norms, action modes and values into social structures, and to institutionalize new practices with wide legitimacy.(Steve Maguire et al., 2004: 657-679).

Institutional entrepreneurship is a term first emerged in DiMaggio's article *Interest and Agency in Institutional Theory*. Afterwards, academic researches on institutional entrepreneurship are becoming increasingly prominent. As one of the most important theories of neo-institutional school, institutional entrepreneurship related theories try to explain the question how new institutions arise. Some of the scholars consider that motivation of institutional entrepreneurship comes from outside environment, such as economic and political crisis, environmental crisis, information and technology innovation, etc. some other scholars, on the contrary, try to find reasons of institutional changes from internal elements, which means taking both the environment presses and institutional entrepreneurs' individual initiative into consideration.

As for individual initiative, another important theory of institutional logics indicates that interests, identities, values, and assumptions of individuals and organizations are embedded within prevailing institutional logics. Decisions and outcomes are a result of the interplay between individual agency and institutional structure (Thornton and Ocasio, 2008).

In 2002, Seo and Creed proposes that institutional contradictions, such as legitimacy that undermines functional inefficiency, adaptation that undermines adaptability, interinstitutional conformity that creates interinstitutional incompatibilities, isomorphism that conflicts with divergent interests, etc. are the impetus that drives, enables, and constrains further institutional change. Those contradictions could reshape the consciousness and action of institutional inhabitants, embed their change initiatives, drive them to conquer the boundaries of institutional rules and logics, so that to realize institution change (Myeong-Gu Seo, W. E. Douglas Creed, 222-247). How to construct new institutional logics to bring and reinforce desired values and advocacies of institutional entrepreneurship becomes an important research question. Researches of institutional entrepreneurship processes try to unveil the process mechanism of institutional entrepreneurship, and try to find out how institutional entrepreneurs gain legitimacy of new logics through a series of strategies (Julie Battilana et al., 2009: 65-107).

Thornton and Ocasio (2008) define an institutional logic as the socially constructed, historical patterns of cultural symbols and material practices, including assumptions, values, and beliefs, by which individuals and organizations provide meaning to their daily activity, organize time and space, and reproduce their lives and experiences. Scott (1995) suggests that there are three necessary and complementary dimensions of institutions, structural, normative, and symbolic. Therefore, three dimensions of measuring legitimacy, which are, regulative legitimacy, normative legitimacy and cognitive legitimacy. Thornton's

institutional logics approach integrates the structural, normative and symbolic dimensions together. Thornton and Ocasio (2008) states clear the four mechanisms by which institutional logics exert their effects on individuals and organizations. Firstly, collective identities and identification, secondly, contests for status and power, thirdly, classification and categorization, fourthly, attention (Thornton and Ocasio, 2008:111-114).

A key mechanism by which institutional logics shapes individual cognition is through social classification and categorization (DiMaggio, 1997: 263–287). Category as a basic unit of cognition is socially constructed, rather than existing in nature. Changing logics lead to changes in the meaning of existing categories or creation of new categories, whereas the classification and categorization of categories is determined by social and organizational institutions (Thornton and Ocasio, 2008:111-114). Categories organize information, generate shared meaning and affect valuation. A shared understanding of generally accepted meanings or consensus of categories is essential for establishing commensurability among individuals and organizations. (Mukti Khaire, R. Daniel Wadhwani, 2010: 1281-1304). A shared and taken-for-granted understanding refers to cognitive legitimacy of institutions. Cognitive legitimation implicates unspoken orientating assumptions (Mark C. Suchman, 1995: 571-610). Examining the changing systems of categories could discover the shift in institutional logics results in changes in the meaning of underlying cognition, as well as, find the processes of gaining and maintaining cognitive legitimacy which enables institutional entrepreneur sufficient resources necessary to bring about institutional changes.

O2O shared mobility industry is a newly emerging business model with rich institutional entrepreneur, as well as wide spread controversies. O2O shared mobility develops rapidly in many countries all over the world since 2010, however it encounters bumpy roads without exception in all the countries as for transportation departments in many places considering the services it providing as illegal and the service has operated in a grey area. In USA, before 2013, there is barely any state admits shared mobility's legitimacy. It is until September 2013, California Public Utilities Commission decides that the shared car hailing in California could be legal, but still with strict corresponding regulations. And then in 2014, the state of Colorado and Washington, D.C. also legalized the service of shared car hailing. However, there are still no nationwide laws and some other forms of shared mobility, such as bicycle sharing, develops relatively lagging behind China.

China's government has formally legalized online car hailing service and many other O2O shared mobility forms and given a boost to the industry which makes China O2O shared mobility a typical case study to testify institutional related theories.

3. Research methods

3.1 Research Method

It is very difficult to measure different institutional logics with quantitative method given its features. Therefore, the qualitative method—the linguistic discourse analysis is adopted for analyzing

institutional logics, which is also an innovation in methodology. This method is widely used in linguistics analysis and proves to be feasible and workable.

To be more specific, this paper employs linguist Fairclough's three-dimension discourse analysis framework to analyze the discourse in China O2O industry organizational field. By examining the new emerging conception categories, the paper discovers the underlying institutional logics in this field.

According to Norman Fairclough, language is a social process, and this process involves in the process of text production, the process of interpretation and the social conditions of interpretation.

Fairclough distinguishes the three dimensions of critical discourse analysis as:

- Description is the stage which is concerned with formal properties of the text.
- Interpretation is concerned with the relationship between text and interaction, seeing the text as the product of a process of production and as a resource in the process of interpretation.
- Explanation is concerned with the relationship between interaction and social context, with the social determination of the processes of production and interpretation and their social effects. (Norman Fairclough, 1989: 24-26)(Xin Bin, Gao Xiaoli, 2013: 1-5)

Employing this three-dimension analysis framework, this paper firstly does a purely text analysis, including lexicon, language usage and structural analysis in micro level, secondly examines the interaction of texts and does an intertextuality analysis from the interdiscursive aspect, then takes account of the grand social background in which categories are socially originated in macro level.

3.2 Data Sources

1. Government policies and regulations, including 19 official policies and regulations promulgated from March 2013 to August 2017.

2. Industrial reports, including 27 industrial reports released between March 2013 and July 2017 by the institutions such as iResearch Consulting Group, Industrial Securities, the Sharing Economy Research Center under National Information Center, Roland Berger, TalkingData, and CBNDData.

3. Media reports, which include the about 600,000 words of news discourse in 353 reports between March 6, 2013 to August 28, 2017 from over 120 news outlets such as China News, China Youth Daily, China Economic Net, Economic Daily, Sina.com, the Beijing News, Xinjiang Morning Post, Xinhua News Agency, Xinhua Daily, Xi'an Evening News, Wuhan Evening News, Shanghai Commercial News, Shanxi News Network, People's Daily, Guangzhou Daily, Phoenix Net, thepaper.cn, Beijing Daily, TechWeb, PingWest, IT Times, and CNBETA, among others.

3.3 Credibility and Validity of the method

For a long period of time, in the area of social research including management discipline, there are long existing controversies between quantitative and qualitative methodology. Much of the conventional research was dominated by positivistic or neo-positivistic assumptions and methods emphasizing ideals such as objectivity, neutrality, scientific procedure, technique, quantification, replicabilty, generalization and discovery of laws (Mats Alvesson, Stanley Deetz, 2000: 49-80). Main stream methodology argues that

well conducted studies should lead to a steady growth in knowledge, greater convergence and growing support for more accurate theories and expanded predictive capacities (Mats Alvesson, Stanley Deetz, 2000: 49-80), thus, qualitative methods are increasing in management research and providing much richer explanations and sharper points of views following a different logic from quantitative research.

The credibility of qualitative research relies on reasonable practical methods of collecting and analyzing data. This research employs discourse analysis which is a mature qualitative research method in linguistic discipline. What's more, this research uses one of the corpus linguistics tools AntConc 3.2.1 to build a small-scale China shared mobility related public language corpus, which enhanced the credibility of the whole study. The data is multi-sourced and large in amount.

The validity of qualitative research depends on strict selective processes with sound grounds. The researching method of this paper is Fairclough's the three dimensions critical discourse analysis framework. As a transdisciplinary approach, three dimensions critical discourse analysis framework has a long history and solid foundations in linguistic domain. It could be understood as a certain set of defined theoretical assumptions which linked empirical data with permitted specific ways of interpretation (Ruth Wodak, Michael Meyer, 2001: 14-15). The whole methodology is clear and valid.

4. Research findings

4.1 First-dimension analysis results

After analyzing the word frequency, this paper sorts and summarizes the key words in the shared mobility sector in China. After removing the low frequency words, the high frequency words are listed as follows:

Table 1 Lists of High Frequency Key Words

Ranking	Word frequency	Entry	Ranking	Word frequency	Entry	Ranking	Word frequency	Entry
1	1987	Didi Premier	14	254	Didi express	27	87	internet bike rental
2	1747	online car-hailing	15	253	P2P car rental	28	78	car-hailing via mobile phone
3	1508	taxi	16	233	cruising	29	78	cruising taxi
4	1178	car-hailing software	17	200	car rental	30	71	taxi-hailing service via calling on-call
5	954	sharing	18	194	periodic lease	31	69	ride-hailing service
6	504	taxi booking	19	117	car-hailing App	32	65	mobile travel
7	490	Online booking	20	111	car-hailing application	33	57	car-sharing
8	459	calling	21	102	rental car	34	50	car-hailing via mobile software

Ranking	Word frequency	Entry	Ranking	Word frequency	Entry	Ranking	Word frequency	Entry
9	459	private car	22	99	sharing	35	43	private carpooling
10	438	online taxi-hailing	23	96	small car rental	36	41	ride-hailing via mobile phone
11	345	bike sharing	24	92	telephone car-hailing platform	37	36	shared mobility
12	324	carpooling	25	89	car-hailing via mobile phone	38	36	new energy vehicle
13	306	hitch a ride	26	89	shared car	39	34	telephone dispatch platform

4.2 Second-dimension analysis results

"Online taxi booking" appears more frequently than more formal collocations such as "operator", "business permit", "driver's license" and "business service behavior". Many words are isomorphous intertextuality or structural intertextuality, of which most maintain the sentence patterns in source language and have little information increment. In terms of quotation, direct quotation is widely used in the news discourse to maintain the original meaning of source language. In brief, online taxi booking appeared recently. It is an officially recognized term and basically appears in official documents or media quotation from official documents. "Online car-hailing" is also extensively used. It appears on formal discourse such as "… to encourage cruising taxi operator to provide ride-hailing service" and "… to strengthen supervision on ride-hailing service". In addition, it is also widely used in colloquial discourse, such as "some want to drive providing online car-hailing service", or "could my car be used for online car-hailing service?" which is quite different from "online taxi booking". The intertextuality is prominent in discourse communication. In addition to isomorphous intertextuality, there are many heteromorphic intertextuality in expressions such as "Internet car-hailing", "new type of car-hailing" and "online car-hailing". In terms of structural intertextuality, the sentence patterns of source language are not fully retained and have relatively more information increment. In terms of quotation, indirect quotation is widely used in the news discourse and it does not have a clear implication between the reporters and the interviewers. The quotor could mix his/her own discourse into that of the interviewees to generate new meaning. "Didi Premier" has extensive collocations. In addition to its occasional appearance in the policies or regulations, it is widely used in the colloquial or commentary contexts. For example, "I could take one or two Premier orders during the time after driving the child to school and before going to work", "(I) don't care whether it is a Didi Premier or a taxi", and "it is probably only in China that there are fierce dispute between Didi Premier and taxi drivers" The intertextuality is prominent in discourse communication. In addition to isomorphous intertextuality, there are many heteromorphic intertextuality in expressions such as "Didi Express" and "car-hailing" etc. In terms of structural intertextuality, the sentence patterns of source

language are not fully retained and have relatively more information increment. In terms of quotation, indirect quotation is widely used in the news discourse and it does not have a clear implication between the reporters and the interviewers. The quotor could mix his/her own discourse into that of the interviewees to generate new meaning. “Didi Premier” appeared more frequently with the negative or uncertain expressions such as “strike”, “out of service”, “denial of passenger”, “safety”, “legitimacy”, “problem”, “qualification”, “identity”, “ban”, “concern”, “dispute”, “remediation”, “supervision”, and “punishment”. This shows that “Didi Premier”, as a new term, faced fierce crisis over its legitimacy.

“Hitching a ride” is also widely used in many colloquial or commentary contexts such as “(we) could only hitch a ride twice a day” and “(I) have not hitched a ride as a driver for months”, and it occasionally appears in formal official documents or their reports. The intertextuality is prominent in discourse communication. In addition to isomorphous intertextuality, there are many heteromorphic intertextuality in expressions such as “carpooling” and “hitch a ride” etc. In terms of structural intertextuality, the sentence patterns of source language are not fully retained and have relatively more information increment. In terms of quotation, indirect quotation is widely used in the news discourse and it does not have a clear implication between the reporters and the interviewers. The quotor could mix his/her own discourse into that of the interviewees to generate new meaning. In the news reports that “hitching a ride” helps to relieve the transport pressure during the Spring Festival, different groups attempt to increase their information and highlight the positive roles of “hitching a ride” in relieving the transport pressure during the Spring Festival. In terms of collocations, “hitching a ride” often appears together with positive expressions such as “public benefit”, “green”, “pleasure”, “sharing”, “conservation”, “convenience” and “diligence”. It occasionally collocates with negative expressions such as “safety”, “insurance” and “illegal”, showing the safety issues. In general, “hitching a ride” is well accepted by the public and receives clear support from the government. Chinese public believe it helps to reduce the traffic congestion in the cities and contributes to energy conservation and emission reduction while reducing the travel costs.

“Periodic lease” first appeared on October 19, 2015 in an article *iZU completes first round of financing to expand its car rental fleet* in Sina Tech. “Car-sharing” has 89 hits. It first appeared on August 2, 2016 in an article Didi mergers with Uber China in Sina Finance. “Small car rental” first appeared on August 8, 2017 in an article *China releases new regulations on car-sharing* in Shanghai Observer. “Periodic lease” refers to the periodic rental of cars well as other vehicles. However, it refers in particular to “car-sharing” in certain context. Both “periodic lease” and “Small car rental” are official expressions and are widely accepted by the public, and there are basically not dispute over their legitimacy. Of which, “Small car rental” only appears on the government and official documents, “Car-sharing” appears in both formal and colloquial contexts. In general, there is little dispute over the connotation of “car-sharing”. The term was widely accepted at the very beginning, which is quite different from the “online car-hailing”.

“Car-sharing” has extensive collocations. It is widely used in both formal contexts such as “… clearly support periodic lease of shared cars” and in colloquial or commentary expressions such as

"…spend 2 minutes to register and drive a shared car". This is quite different from "periodic lease" and "Small car rental". The intertextuality is prominent in discourse communication. In addition to isomorphous intertextuality, there is much heteromorphic intertextuality in similar expressions such as "car-sharing" etc. In terms of structural intertextuality, the sentence patterns of source language are not fully retained and have relatively more information increment. In terms of quotation, there are many indirect and direct quotations in the news discourse. In general, "car-sharing" appears in both positive and negative expressions. Positive expressions include "breakthrough", "innovation", "ecology", "huge potential", "new energy" and "convenience", while negative expressions include "bankruptcy", "slow", "shortage", "loophole", "hidden danger" and "inherent problem". They mainly involved in the use of cars, such as record of driving offence point, parking point, charging equipment, deposit, and verification of identity. They are also related to traffic safety and safeguard mechanism. In general, "car-sharing" is well accepted by the public and receives clear support from the government at the very beginning. However, there are still many concerns among field actors with regard to the business model and future perspective of "car-sharing".

4.3 Third dimension analysis results

China witnessed different stages regarding means of transportation in the history. For example, horse, cattle and donkey used to be important means of transportation in the agricultural society. Vehicle is defined in the *Modern Chinese Dictionary* as a general term for different types of vehicles. It is defined by Baidu.com to include both motor vehicles and non-motor vehicles. New types of vehicles such as electrical vehicle and solar powered vehicle already emerge with the continuing advance in technology.

Before the shared mobility, there are different classifications in the means of transportation.

A: Classification of means of transport based on whether they are common or not

Common means of transport include car, truck, bus, bike, train, subway, motorbike, air plane, ferry and elevator. Uncommon ones include skateboard, hoverboard, sedan chair, carriage and rocket etc.

B:Classification of means of transport according to their speed

Fast means of transport include air plane and rocket. Moderate-speed ones include train, car, subway, motorbike, ferry and elevator. And slow ones include bike, skateboard, hoverboard, sedan chair and carriage.

C:Classification of means of transport according to ways of driving or moving

Maritime means of transport include ferry and aircraft carrier. Those on land include train, car, subway, motorbike, bike, skateboard, hoverboard, sedan chair and carriage, while those in the air include air plane and rocket.

D:Classification of means of transport according to human posture

People can seat, stand or even lie down when taking train, car and plane. They seat while taking bike and stand while taking the elevator.

Table 2 Human Posture While Taking Different Means of Transport

Means of Transport	Train	Car	Bike	Ferry	Plane	Sedan Chair	Horse	Elevator
Posture	Seating Standing Lying	Seating Standing Lying	Seating	Seating Standing Lying	Seating Standing Lying	Seating	Seating	Standing

There are new social classifications and categorizations after the idea of sharing emerges.

A:Classification according to whether or not they are shared

The institutional concept of "sharing" changes the social classification and shapes the cognition of behavioral agent. People did not apply the concept of sharing into the transport practice. They now start to think which means of transport could be shared. For example, walking, train and plane cannot be shared. However, bike, car, bus, motorbike or even skateboard could be shared. This new category and classification change people's cognition on the world. The actors of organizational field expand the sharing model in transport sector and create new enterprises and business model. On the other hand, the consumers of organizational field accept the concept of sharing and actively participate in institutional entrepreneurship. As a result, this promotes a series of institutional changes in China's O2O shared mobility sector.

B:The division between private car and taxi changes

In the past, private cars were used privately and taxis were shared by the public. However, private cars now could be used for operation and charge for fees. The connotation of private cars has changes to create Didi premier, Didi express and some periodic lease.

C:Classification between free sharing and pay sharing

Hitching a ride used to be free of charge and aims to help people in need. At present, it can generate revenue and thus results in a business model of hitching a ride or carpooling.

D: Whether the operating vehicle is cruising or booked

Taxis used to be cruising on urban streets for customers. However, cars are hailed online and there are both cruising taxis as well as online booking cars.

Conclusions

This study sought to increase understanding of the multiple logics changing process through a linguistic analysis of categories changing and evolutions. It is to my knowledge, the first to exam multiple logics changing process through a linguistic way. What's more, there is still few literature in studying China O2O shared mobility institutional logics, therefore, the results of this paper is different from related investigation performed by other researchers.

To be specific, there are multiple institutional logics behind China's O2O shared mobility sector, which shows a clear trace of shift from family logic to sharing logic. Such a great change in institutional logics results in new institutional concepts and a series of institutional entrepreneurship acts. Institutional logics play an important role in the process of institutional entrepreneurship of China's O2O shared mobility sector. The idea of sharing changes the social classification and categorization and thus shapes the cognition of individual subjects. The concept of sharing was not put into the transport practice in the past, but people start to think which means of transport could be shared. For example, walking, train and plane cannot be shared. However, bike, car, bus, motorbike or even skateboard could be shared. This new category and classification change people's cognition on the world. The actors of organizational field expand the sharing model in transport sector and create new enterprises and business models. On the other hand, the consumers of organizational field accept the concept of sharing and actively participate in institutional entrepreneurship. As a result, this promotes a series of institutional changes in China's O2O shared mobility sector.

In terms of specific institutions, before the *Tentative Measures for the Administration of Online Car Hailing Services* and the *Guidance on Deepening Reform and Promoting Healthy Development of Taxi Industry* (Draft for public comments) were released in July 2016, China's regulatory authorities still expected to implement technical upgrading for traditional taxi industry such as establishing a uniform telephone car-hailing platform to improve online car-hailing and supervision rather than accepting private cars to participate in the operation that generate revenue. The promulgation of the *Tentative Measures for the Administration of Online Car Hailing Services* and the *Guidance on Deepening Reform and Promoting Healthy Development of Taxi Industry* (Draft for public comments) in July 2016 permitted private cars to participate in revenue-generating operation under certain conditions. As a result, the institutional logic of "sharing" become gradually accepted and private cars started to be shared for generating revenue, which promote the development of sharing models of P2P car rental and period lease. As the institutional logic of "sharing" becomes increasingly accepted by the field actors, the institutional entrepreneurship becomes clear. For example, the bike sharing became popular before car sharing is widely accepted by the public. Contrary to fierce debates over legitimacy of Didi Express and online car-hailing service, it is relatively easy for the public to accept bike sharing and car sharing, though there are some disputes over technical or safety issues in the public discourse system.

The findings extend the knowledge base in this area in the following aspects. First, this study explores the specific patterns on how institutional logics shapes individual cognition through social classification and categorization and clarifies the multiple institutional logics behind China's O2O shared mobility sector. Second, this study distinguishes the symbolic aspect of institutional logics by listing the newest vocabulary, thus testifying the cognitive legitimacy of new emerging institutions. Third, this study illuminates a unique narrative of China's O2O shared mobility which different from western mature market-oriented economies, therefore makes contribution to current institutional theories. Fourth, this study

practices a transdisciplinary approach which provides reference for future research. To conclude, this paper contributes to theoretical development though it has its limitations. The paper only makes case study on China's O2O shared mobility sector and more universal researches are needed in the future.

References

Pan, Y., Wu, D. & Olson, D.L. (2017) Online to offline (O2O) service recommendation method based on multi-dimensional similarity measurement. *Decision Support Systems*, 103, 1-8.

Thornton, P.H. & Ocasio, W. (1999). Institutional logics and the historical contingency of power in organizations: Executive succession in the higher education publishing industry. *American Journal of Sociology*, 105(3), 801-844.

DiMaggio, P. (1997). Culture and Cognition. *Annual Review of Sociology, 23*, 263-287.

Julie Battilana, Bernard Leca, & Eva Boxenbaum. (2009). 2 how actors change institutions: towards a theory of institutional entrepreneurship. *Academy of Management Annals, 3*(1), 65-107.

Khaire, M., & Wadhwani, R. (2010). Changing Landscapes: the Construction of Meaning and Value in a New Market Category—modern Indian Art. *The Academy of Management Journal, 53*(6), 1281-1304.

Myeong-Gu Seo, & W. E. Douglas Creed. (2002). Institutional Contradictions, Praxis, and Institutional Change: A Dialectical Perspective. *The Academy of Management Review, 27*(2), 222-247.

Fairclough, N. (2001). Language and power (2nd ed.).

Thornton, P. (2002). The Rise of the Corporation in a Craft Industry: Conflict and Conformity in Institutional Logics. *The Academy of Management Journal, 45*(1), 81-101.

Thornton, P.H. (2012). The institutional logics perspective. *, 15*(5), 145-147.

Thornton, P.H. (2004). *Markets from Culture: Institutional Logics and Organizational Decisions in Higher Education Publishing*.

Thornton, P.H. & Ocasio, W. (2012). *Institutional Logics*. *The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism*.

Scott, W.R. (2001). Institutions and organizations. *Cinema Journal,24*(8), 469-470.

Maguire, S., Hardy, C. & Lawrence, T.B. (2004). Institutional entrepreneurship in emerging fields: hiv/aids treatment advocacy in canada. *Academy of Management Journal, 47*(5), 657-679.

Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review, 20*(3), 571-610.

Bin, X. & Xiaoli, G. (2013). Critical discourse analysis: Objective, Method and Status Quo. *Foreign Languages and Their Teaching*, (4), 1-5.

Alvesson, M. & Deetz, S. (2000). *Doing critical management research*. London: Sage Publications.

Ruth, W. & Michael, M. (2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications.

การจัดหาเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสมของสายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามจุดเชื่อมต่อ

Optimization of Distribution Route for Cold Chain Logistics of Agricultural Products Based on Connection Point

Yuanguo Yao[*] , Shenyu He[2]

Received: May 8,2018, Revised: November 21,2018, Accepted : December 26,2018

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดหาเส้นทางการขนส่งที่เหมาะสมของสายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรตามจุดเชื่อมต่อซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุนประจำ ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการทำความเย็น ต้นทุนความเสียหายและการลงโทษตามสายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และสร้างต้นแบบการกำหนดเส้นทางยานพาหนะตามจุดเชื่อมต่อ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบคลัสเตอร์ เพื่อกำหนดจุดเชื่อมต่อ จากนั้นถือว่าเป็นจุดเสมือนที่ต้องการแล้ว จึงแก้แบบจำลองด้วยอัลกอริทึมที่เหมาะสม ผลการทดลองแสดงให้เห็นว่า เส้นทางการกระจายสินค้าที่ดีที่สุดโดยใช้จุดเชื่อมต่อ สามารถลดต้นทุนการขนส่งสินค้าทางการเกษตรสายโซ่ความเย็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

คำสำคัญ : การจัดเส้นทางการขนส่ง สายโซ่ความเย็นโลจิสติกส์ จุดเชื่อมต่อ

[*] School of Mathematics and Statistics, Baise University, China

[2] Lecturer, Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

Abstract

This study aims to optimize the distribution route for cold chain logistics of agricultural products based on connection point. The researchers analyze the fixed cost and the costs of transportation, refrigeration, cargo loss and penalty of cold chain logistics distribution of agricultural products. On this basis, it is proposed to set reasonable connection points in the cold chain distribution and to establish a mathematical model for the distribution route optimization of agricultural products cold chain logistics based on connection points. It uses genetic algorithm to solve the model and conducts an empirical analysis. The study shows that cold chain distribution of agricultural products based on connection point method can effectively reduce the cost of cold chain distribution and increase customer satisfaction.

Keywords: Vehicle Routing Problem, Cold Chain Logistics, Connection Point

1. Introduction

With the gradual improvement for people's material living standards, the demand for diversified, green and nutritious fresh agricultural products such as fruits and vegetables, fresh meat, eggs and milk is also increasing. In order to maximize the freshness of these natural produce and send them to consumers, they need to be pre-cooled, transported, stored and delivered at a suitable low temperature. Cold chain logistics of fresh produce usually refers to a special supply chain system, where fresh produce such as meat (aquatic products included), poultry, eggs, milk, fruits and vegetables after harvesting (or slaughtering, fishing) will be all initially processed, stored, transported and sold in a low-temperature environment that guarantees the product quality and safety, so as to reduce the loss and prevent product contamination. In recent years, as the consumption level of urban residents and their consumption demand for fresh produce have continued to increase, the types, production, and circulation of fresh produce have also increased year by year. When accelerating the development of cold chain logistics of produce, especially in cold chain distribution, to deliver safe and high-quality fresh produce to urban residents, it can not only meet the higher living needs of residents, but also promote rural and agricultural development and guarantee an increasing income for farmers.

With the constant adjustment of energy prices, the cost of cold chain logistics has generally risen. Considering such factors as low original price of produce, low integration of the industrial chain, and more competition than cooperation between upstream and downstream enterprises, produce distributors usually start to reduce cost for logistics (including costs of cold chain transportation and product loss). Distribution is an extremely important part of cold chain logistics, but it is also easy to be "off the chain". In the process of fresh produce from the producer to end consumer, more than 80% of the time is spent on distribution. Considering the importance of distribution in the operation of cold chain logistics of produce, it should make full use of available resources and information (data), and rationally arrange vehicle scheduling and routes. Under such constraints as time windows, it should minimize the transportation

time and cargo loss of fresh produce, thus directly or indirectly reduce the operation costs of cold chain logistics. This has great significance in improving the market competitiveness of fresh produce.

Since Dantzig & Ramser (1959) proposed the Vehicle Routing Problem (VRP) for the first time, the VRP has become one of the hot issues in logistics distribution research. Tarantilis & Kiranoudis (2002) used the example of fresh beef distribution in Greece to study the vehicle routing problem of a farm serving multiple distribution centers. On the other hand, fresh produce has a certain shelf life even at low temperature and the cost of low-temperature environment control is huge. Therefore, that how to reduce the time on transportation and storage and deliver the products within a customer-specified time frame has become the focus of cold chain distribution research. That is the extended vehicle routing problem with time windows (VRPTW).

Azi et al. (2007) proposed a VRPTW for fresh food distribution in determining running time for the vehicle, that was to deliver at a specified time point. And then they compared and studied changes in the total cost of distribution after extending a hard time window to a soft time window. Chen et al. (2009) established an optimal model with the minimization of total distribution cost as an objective function when studying the VRP in food cold chain distribution. In the model, the penalty cost for violating the soft time window was included in the total cost of distribution.

While in the cold chain distribution model established by Miao et al. (2011), besides penalty cost for the violation of time window, cost of cargo loss in distribution and cost of heat exchange generated by the refrigerated vehicle switching doors were also brought into consideration in actual conditions. Lv & Shun (2013) established a vehicle routing model for food cold chain distribution with time window under a time-varying transport network. In the model, they assumed that vehicles would face some unexpected interference in the actual distribution process, such as traffic jams, weather conditions and other emergencies.

Previous studies on the cold chain distribution mainly focused on the distribution center, distribution vehicles, road conditions, demand volume, and how to arrange loading and plan distribution routes under the determined time windows, to optimize distribution costs. However, due to such factors as capital investment, regional planning and urban land prices, cold chain logistics enterprises are not likely to set up too many cold chain distribution centers. Meanwhile, considering the higher land prices in urban centres, the enterprises will generally set up the distribution centers in the suburbs where land prices are low.

However, demand sites such as supermarkets, convenience stores, restaurants and canteens are often located in traffic-congested downtown areas, or even at narrow streets and alleys. If the vehicle for cold chain distribution is too large, frequent switching of the door will increase cooling cost, and transportation cost will also rise when the vehicle carries few products later.

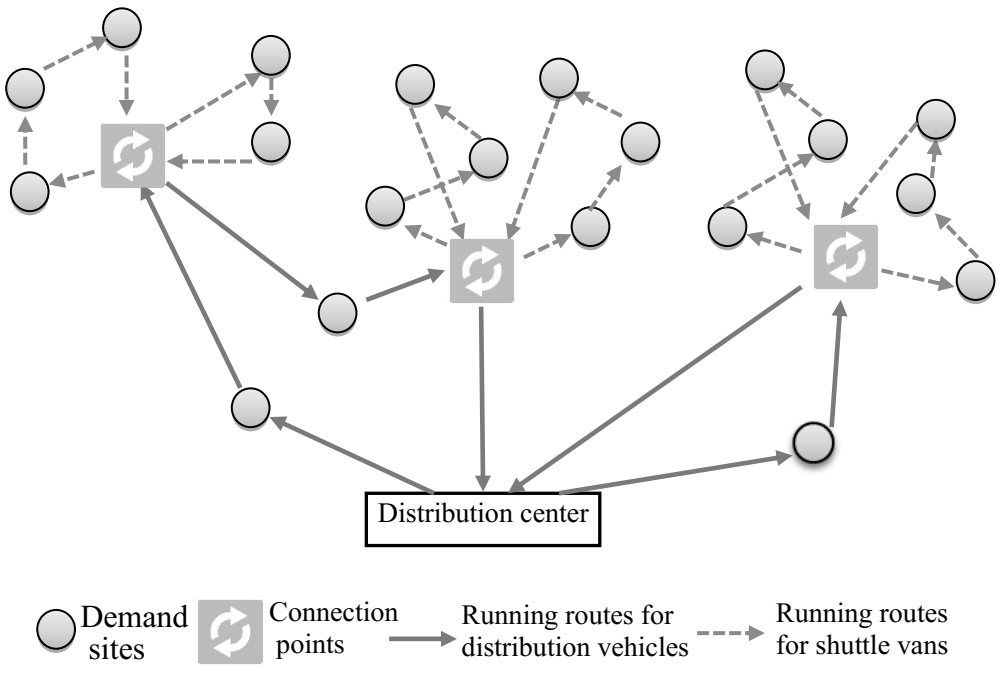
To reduce refrigerated vehicle's round trips from the distribution center, referring the idea of some express companies using large trucks for connection replenishment, this paper proposes to introduce connection points in the cold chain distribution of fresh produce, equipped with vehicles for connection

(Vehicles of cold chain distribution mainly adopt small and mini-sized electric vans with lower input and operating costs. Generally, phase transition cold storage materials (A cooling method that uses a cold storage material such as an ice pack or dry ice to release the cold during the phase transition.) or foam box insulation are used to ensure the low temperature of fresh produce). Under the circumstance of adopting connection points, this paper studies the selection of connection points and the optimization of cold chain logistics VRP, and then establishes an optimal model on this basis, to minimize the distribution cost of cold chain logistics of produce on the “last mile”.

2. Problem description and hypothesis

A cold chain logistics distribution center distributes fresh produce under low temperature at multiple demand sites in the urban area, where the cold storage is large enough and the supply is adequate. The center has M_1 vehicles exclusive for refrigerated delivery and M_2 shuttle vans to connect the distribution of fresh produce for N demand sites in the urban area. In order to improve distribution efficiency and save costs, R connection points are set in urban areas where the conditions permit. Refrigerated distribution vehicles can temporarily stop at the connection points and transfer all or part of the produce to one or more shuttle vans. And the shuttle vans will continue their subsequent low-temperature delivery. Each refrigerated distribution vehicle departs from the distribution center and returns after passing through the connection points or demand sites. The shuttle vans load products from the refrigerated vehicles at each connection point and return after delivering produce to demand sites. The schematic diagram of cold chain distribution with connection modes is shown in Figure 1:

Figure 1. Schematic diagram of cold chain distribution based on connection points



The optimization is to build a mathematical model based on such conditions as the existing distribution resources, alternative connecting points, demand volume, and required time windows, and quickly select connection points through appropriate algorithms to seek a distribution strategy: The arrangements involved in the distribution process include starting from the distribution center, the refrigerated distribution vehicles' starting order, sizes, starting time and their running routes, the shuttle vans' loading time, delivery order, delivery volume and running routes. The total distribution costs, such as transportation and distribution cost, cargo loss cost, cooling cost, penalty cost, and fixed cost, are all minimized during the process from the distribution center or connection point until the completion of the service to the customer (demand site).

Hypothesis as follows:

(1) Such uncertain factors as road congestion and restricted traffic are not taken into consideration. That is, refrigerated distribution vehicles and shuttle vans for connection run at an even speed during the distribution process.

(2) The number of refrigerated distribution vehicles and shuttle vans is fixed, and the weight of each vehicle is limited. The total demand of each customer does not exceed the maximum load of a single vehicle (this hypothesis is for the convenience to solve the model. In actual practice, in case the total demand of a certain customer is greater than the maximum load of a single vehicle, this customer may be treated as two or more customers).

(3) Each demand site receives delivery service and the fresh produce required can only be delivered by one single refrigerated vehicle or by shuttle vans. If the connection point is adopted, it can only be distributed by a refrigerated vehicle and the vehicle is not empty there.

(4) The total length of each distribution route shall not be greater than the continuous course of each vehicle (i.e. the distribution vehicle doesn't need to refuel on the way).

(5) The distribution center has sufficient fresh produce storage to meet customer demand, and the customer demand and time window required are known;

(6) Geographical locations of the distribution center, connection points and demand sites are known, i.e. the distances between these points are known and meet the triangle inequality: $d_{ij} \leq d_{ik} + d_{kj}$;

(7) Fresh produce needs to be delivered at the designated time window, and penalty will be paid if it exceeds the time range;

(8) After the refrigerated distribution vehicle departs from the distribution center, there is no temporary task during the delivery, and the vehicle immediately returns to the distribution center after delivery. The shuttle van starts from the connection point, and there is no midway task during the one-off delivery process. It returns to the connection point after the delivery task completed.

(9) The loading time of the refrigerated distribution vehicle at the distribution center and the waiting time for the shuttle van at the connection point are not taken into consideration. But the unloading time at the demand site and the time for loading and unloading at the connection point are taken into

consideration and the time is related to the volume of goods loaded and unloaded.

(10) Refrigerated distribution vehicles can always maintain a safe temperature for storage of agricultural products during delivery, and the temperature change inside the refrigerated vehicles during delivery is not taken into consideration. However, shuttle vans use insulated compartments, and the temperature will rise gradually as time goes by, therefore, the delivery time of shuttle vans shall be restricted.

3. Modeling

1. Parameter Settings and Variable Definitions

According to the modeling requirements, the parameter settings and variables are defined as follows:

M_1: the number of refrigerated distribution vehicles at the distribution center;

M_2: the number of insulated shuttle vans at each connection point;

N: the number of customers (demand sites for produce) to be served by the distribution center;

R: the number of connection points in urban areas;

v_i: representing distribution center, demand site and connection point, v_0 representing the distribution center, $v_i(i=1,2,...N)$representing each customer (demand) site, $v_i(i = N+1, N+2,... N+R)$representing each connection point;

d_{ij}: indicating the distance between two points (v_i , v_j), $d_{ij} = d_{ji}$;

V: indicating the normal average speed of refrigerated distribution vehicles and shuttle vans;

g_i: indicating the demand volume of fresh produce of the i-th customer (demand site) or the connection point, i=1, 2, ...N;

t: indicating the time required for unloading specific weight of goods (including reloading on the shuttle van);

t_i: indicating the time spent on serving customer i, $t_i = g_i t$;

G_1: representing the maximum load of each refrigerated distribution vehicle;

G_2: representing the maximum load of each shuttle van;

x_{kij}: representing the running flag variable of a refrigerated vehicle, which is represented by 0, 1. And x_{kij}=1, indicating that the k-th refrigerated vehicle has passed the route from v_i to v_j (v_i, v_j), otherwise x_{kij}=0;

y_{kij}: representing the running flag variable of a shuttle van, which is represented by 0, 1. When y_{kij} =1, it indicates that the k-th shuttle van has passed the route (v_i, v_j) from v_i to v_j, otherwise y_{kij} =0;

f_1: fixed expense of using a refrigerated distribution vehicle for delivery;

f_2: fixed expense of using a shuttle van for delivery;

h_1: transportation cost of a refrigerated distribution vehicle for each unit mileage;

h_2: transportation cost of a shuttle van for each unit mileage;

Pr: energy consumption price for each cooling unit;

Q_0: cooling (energy consumption) volume for a refrigerated vehicle to open the door each time;

Q_1: cool air (energy) consumption volume per unit time when the vehicle door is closed;

Q_2: cooling (energy consumption) volume per unit time when the vehicle door is open for unloading;

β_0: cost coefficient of freight loss per unit time when the vehicle is unloading goods;

β_1: cost coefficient of freight loss per unit time of a refrigerated distribution vehicle in the process of transportation;

β_2: cost coefficient of freight loss per unit time of a shuttle van in the process of transportation;

$[b_i, e_i]$: time period that customer i expects to have fresh produce delivery;

$[B_i, E_i]$: time period acceptable for customer i to have fresh produce delivery, $B_i \leq b_i$, $E_i \geq e_i$

T_i: indicating the time when the distribution vehicle or shuttle van arrives at customer i;

w_1: penalty coefficient for late delivery before delivery time window $[b_i, e_i]$;

w_2: penalty coefficient for late delivery after delivery time window $[b_i, e_i]$;

L: the maximum travel distance of an insulated shuttle van.

4.Cost Analysis

It is aimed at establishing the minimum total cost as its objective function to analyze the vehicle routing problem for cold chain logistics distribution of agricultural products based on the connection points. The cost analysis is as follows:

(1) Fixed costs for delivery vehicles (C_1)

The fixed costs required for the delivery service of refrigerated distribution vehicles and shuffle vans, such as the driver's salary and the cost of vehicle wear, are mostly constant in the same distribution center, so the cost of this part is related to the number of refrigerated distribution vehicles and shuffle vans used for delivery. Therefore, the total fixed cost of all delivery vehicles is:

$$C_1 = f_1 \sum_{k=1}^{M_1} sign_1(k) + f_2 \sum_{k=1}^{M_2} sign_2(k) \quad (1)$$

Among them, $sing_1(k)$ and $sing_2(k)$ are the identification functions for the *k*-th refrigerated vehicle and shuffle van, which indicates 1 as using, and 0 as not using.

$$sign_1(k) = \begin{cases} 0, & \sum_{i=0}^{N+R} \sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} = 0 \\ 1, & \text{others} \end{cases} \quad (2)$$

$$sign_2(k) = \begin{cases} 0, & \sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} y_{kij} = 0 \\ 1, & \text{others} \end{cases} \quad (3)$$

(2) Variable transportation cost of delivery vehicles (C_2)

The transportation costs of refrigerated distribution vehicles and shuffle vans include fuel cost and cost of repair and maintenance, which are positively correlated to the traveling mileage of the vehicles. The transportation cost of unit mileage of the refrigerated vehicle is h_1, and that of the shuffle van is h_2. Therefore, the variable transportation cost for them is:

$$C_2 = \sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} h_1 x_{kij} d_{ij} + \sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} h_2 y_{kij} d_{ij} \quad (4)$$

(3) Cost of cooling and energy consumption of a refrigerated distribution vehicle (C_3)

Cost of cooling and energy consumption of a refrigerated distribution vehicle is mainly the cost to resupply cool air after consumption. Cooling and energy consumption is related to the cooling time, compartment size, temperature difference inside and outside the compartment, cargo volume loaded in the compartment, how many times and how long (unloading time) that the compartment door is open. As the compartment size is fixed and temperature required in the compartment for produce delivery is stable, so the external environment is relatively stable. The cooling cost for a refrigerated vehicle can be considered approximately to have positive correlation with the vehicle running time, how many times and how long that the compartment door is open (unloading time refers to the period staying at the connection point or the customer site). In contrast, insulated shuffle vans are generally insulated with foam insulation boxes. Mostly, ice bags or dry ice bags are added to the insulation boxes. Therefore, the cooling cost for shuffle vans is not considered in this study.

In addition, since the loading at the distribution center is generally carried out in a cold storage, the cost of cooling and energy consumption of a refrigerated distribution vehicle during such loading is not considered.

Therefore, the cost of cooling and energy consumption in the entire distribution process is related to three points: the frequency of opening door for a refrigerated distribution vehicle, the driving time for a refrigerated distribution vehicle with its door closed and the time of opening the door of a refrigerated distribution vehicle for unloading. Therefore, the cooling cost of a refrigerated distribution delivery vehicle can be expressed as:

$$C_3 = Pr(Q_0 \sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} + Q_1 \frac{\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} d_{ij}}{V} + Q_2 \sum_{i=1}^{N} g_i t) \quad (5)$$

Herein, $\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij}$ indicates the times of a refrigerated vehicle stopping to unload,

$\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} x_{kij}d_{ij}$ indicates the total travel distance of each refrigerated vehicle, and $\sum_{i=1}^{N} g_i t$ indicates the total unloading time of each refrigerated vehicle.

(4) Loss cost of fresh produce (C_4)

Fresh produce is perishable. Temperature, humidity, environment, and vibrations during transportation will affect the quality of fresh produce. With time extension and increasing number of carrying, fresh produce will decline in quality or even the product safety can't be guaranteed and thus cause loss. The loss of fresh produce is related to the transport vehicles, transport time and unloading time. When using the shuttle vans, the goods will be unloaded twice, while the refrigerated vehicle returns to the distribution center and the shuttle van returns to the connection point, they will be empty and no loss will occur. Therefore, the total loss cost can be expressed as:

$$C_4 = \beta_0 T(\sum_{i=1}^{N} g_i + \sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij} g_j) + \beta_1 \frac{\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij}d_{ij}}{V} + \beta_2 \frac{\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij}d_{ij}}{V} \quad (6)$$

(5) Penalty cost for violation of window time required by customer (C_5)

Due to the timeliness of fresh produce, such demand sites as supermarkets and canteens impose strict time limits on the distribution of fresh produce. Early or late arrivals will affect the satisfaction of delivery services and even be rejected. The delivery time window is divided into a soft time window and a hard time window. Generally, customers can accept slightly early or late delivery of fresh produce. Therefore, the distribution model studied in this paper uses a soft time window. The time window of cold chain delivery for fresh produce requested by customer i is $[b_i, e_i]$, and the maximum time window tolerable is $[B_i, E_i]$ ($B_i \leq b_i$, $e_i \leq E_i$). That is, if the delivery time is within $[b_i, e_i]$, the penalty cost is 0; if beyond $[b_i, e_i]$ but within $[B_i, E_i]$ there is a penalty cost; and if beyond $[B_i, E_i]$ and resulting in rejection, the penalty cost is $+\infty$. In practice, the penalty cost is negotiated between the cold chain distribution company and the customer. The penalty coefficient for early delivery is w_1, for delay is w_2, and T_i is the time at which the delivery vehicle reaches customer i ($B_i \leq T_i \leq E_i$). The penalty cost for violation of window time required by customer can be expressed as:

$$C_5 = w_1 \sum_{i=1}^{N} \max\{b_i - T_i,\ 0\} + w_2 \sum_{i=1}^{N} \max\{T_i - e_i, 0\} \quad (7)$$

Optimal model of cold chain distribution route based on connection points

Based on the above analysis, the optimal mathematical model of distribution route for produce cold chain logistics based on connection points is to find a distribution route that minimizes the total cost of distribution under the resource constraints (constraints).

Objective function C includes fixed cost, transportation cost, product loss cost, energy consumption cost, and penalty cost.

The number of distribution routes from the distribution center cannot exceed M_1, the total number of refrigerated vehicles. The constraints are expressed as:

$$\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} \le M_1, \quad (i=0) \quad (8)$$

The number of distribution routes from the connection points cannot exceed M_2, the total number of shuttle vans. The constraints are expressed as:

$$\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{j=1}^{N+R} y_{kij} \le M_2, \quad (i=0) \quad (9)$$

The initial starting point and the final return point of the refrigerated vehicle are all required to be the distribution center v_0. The constraints are expressed as:

$$\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} = \sum_{j=1}^{N+R} x_{kji} \le 1, \quad (i=0, k=1,2,3,\cdots,M_1) \quad (10)$$

Each connection point or customer site should be delivered only once by a refrigerated vehicle. Each customer site should be delivered only once by a shuttle van. The constraints are expressed as:

$$\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R} x_{kij} \le 1, \quad (j=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \quad (11)$$

$$\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} \le 1, \quad (i=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \quad (12)$$

$$\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R} y_{kij} \le 1, \quad (j=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \quad (13)$$

$$\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{j=N+1}^{N+R} y_{kij} \le 1, \quad (i=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \quad (14)$$

The total volume of customer demand on each route distributed by the refrigerated vehicle or shuttle van cannot exceed the maximum carrying capacity of a single vehicle. The constraints are expressed as:

$$\sum_{i=0}^{N+R} g_i \sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} \le G_1, \quad (k=1,2,3,\cdots,M_1, \quad i \ne j) \quad (15)$$

$$\sum_{i=0}^{N+R} g_i \sum_{j=1}^{N} y_{kij} \le G_2, \quad (k=1,2,3,\cdots,M_2, \quad i \ne j) \quad (16)$$

The time for the delivery vehicle to reach the customer site must be within the maximum time window tolerable, and the constraints are expressed as:

$$B_i \le T_i \le E_i, \quad (i=1,2,3,\cdots,N) \quad (17)$$

The travel distance of each insulated shuttle van cannot exceed L, the longest limit distance. The constraints are expressed as:

$$\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij} d_{ij} \le L, \quad \left(k=1,2,3,\cdots M_2\right) \quad (18)$$

In summary, the mathematical model for optimizing the distribution route of cold chain logistics of produce based on connection points is constructed as follows:

$$
\begin{aligned}
MinC &= Min\{C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5\} \\
&= Min\{\ f_1\sum_{k=1}^{M_1} sign_1(k) + f_2\sum_{k=1}^{M_2} sign_2(k) + \sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} h_1 x_{kij} d_{ij} \\
&+\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} h_2 y_{kij} d_{ij} + Pr(Q_0\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} + Q_1 \frac{\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} d_{ij}}{V} \\
&+Q_2\sum_{i=1}^{N} g_i t) + \beta_0 T(\sum_{i=1}^{N} g_i + \sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij} g_j) + \beta_1 \frac{\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} d_{ij}}{V} \\
&+\beta_2 \frac{\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij} d_{ij}}{V} + w_1\sum_{i=1}^{N}\max\{b_i - T_i,\ 0\} \qquad + w_2\sum_{i=1}^{N}\max\{T_i - e_i, 0\}\ \}
\end{aligned}
$$

$$
s.t.\begin{cases}
\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} \le M_1, \quad (i=0) \\
\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{j=1}^{N+R} y_{kij} \le M_2, \quad (i=0) \\
\sum_{j=1}^{N+R} x_{kij} = \sum_{j=1}^{N+R} x_{kji} \le 1, \quad (i=0, k=1,2,3,\cdots,M_1) \\
\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{i=0}^{N+R} x_{kij} \le 1, \quad (j=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \\
\sum_{k=1}^{M_1}\sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} \le 1, \quad (i=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \\
\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{i=N+1}^{N+R} y_{kij} \le 1, \quad (j=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \\
\sum_{k=1}^{M_2}\sum_{j=N+1}^{N+R} y_{kij} \le 1, \quad (i=1,2,3,\cdots,N+R, \quad i \ne j) \\
\sum_{i=0}^{N+R} g_i \sum_{j=0}^{N+R} x_{kij} \le G_1, \quad (k=1,2,3,\cdots,M_1, \quad i \ne j) \\
\sum_{i=0}^{N+R} g_i \sum_{j=1}^{N} y_{kij} \le G_2, \quad (k=1,2,3,\cdots,M_2, \quad i \ne j) \\
B_i \le T_i \le E_i, \quad (i=1,2,3,\cdots,N) \\
\sum_{i=N+1}^{N+R}\sum_{j=1}^{N} y_{kij} d_{ij} \le L, \quad (k=1,2,3,\cdots M_2)
\end{cases}
\tag{19}
$$

5. Solution of the Model

This model is a vehicle routing problem for cold chain distribution with connection points. It aims at minimizing the total cost of distribution to find the optimal route for distribution and connection. The solution of this model is divided into two steps. The first step is to determine the connection point (at the same time, to determine demand sites that go through this connection point). This connection point and the next-level demand sites delivered through this connection point will be all treated as a virtual customer demand site. And then it seeks the optimal delivery route.

The cluster analysis method and the centre-of-gravity method are the most widely used and effective in site selection. In addition, the genetic algorithm is a global random search algorithm built on the principle of genetic theory and biological evolution theory. It is also a search heuristic algorithm that is often used in the field of artificial intelligence to find the optimal solution. It is widely applied to such fields as function optimization and combinatorial optimization. In this paper, the cluster analysis method and the centre-of-gravity method are used to select the connection point, and the optimal distribution route is searched via the genetic algorithm to solve the model.

1.Determining connection points

When there are more demand points, cluster analysis is used to classify all demand sites into R categories ($R< M_2$). The classification is based on the distance between demand sites. Demand volume of each demand site is used as the weight, and the seed point (center point) for each category is an alternative option for the connection point. When the number of distribution points is in an observable range, combined with the number of insulated shuttle vans, a simple observation and analysis method is generally used to determine the connection points.

2.Searching for the optimal distribution route

(1)Design of genetic algorithm

In genetic algorithm, it is usually difficult to select the crossover probability P_c and mutation probability P_m, often relying on the stupid method of "temptation". When the selection is inappropriate, it will directly affect the effect and convergence of the algorithm. In order to avoid this situation, this paper introduces the method of parameter adaptation in the solution process, based on the actual problems studied and the existing research results. That is, during the solution process, the crossover probability and the mutation probability are constantly changed to adapt to the obtained solution to avoid premature convergence [7].

Coding. The gene encoding method make the sequence number of a distribution point and a demand site into a natural number (an array is a route). 0 represents for the distribution center, 1, 2, 3... for each demand site (A, B, C... for the sequence number above 9). For example, there are 3 vehicles that provide delivery service for 13 demand sites. The randomly generated code is (02C4B5038D70A1690), representing the delivery scheme as shown in Table 1:

Table 1 Meaning of random coding

Vehicle number	Delivery route
Vehicle 1	0-2-12-4-11-5-0
Vehicle 2	0-3-8-13-7-0
Vehicle 3	0-10-1-6-9-0

Vehicle route division. The principle is to first determine the distribution order of demand sites and then divide the delivery routes. For example, there is a chromosome, the code "82719A643B5" represents the order of 11 customers. And the distribution order of customer 9 and customer A can be divided into only two types, either on the same delivery route or not. Since we first determine the customer distribution order and then divide the delivery routes, if customer 9 and customer A are not on a same distribution route, customer A must be the first customer on the next route, while customer 9 is the last customer on the current route. Therefore, the basis for judging whether there should be a division point between customer *i* and *i*+1 is to compare the distribution costs under these two modes without exceeding the maximum load capacity of the vehicle. This division method implies the judgment of the constraints Equation 9 to 17.

Fitness function. Fitness function is defined as follows:

$$Fit_j = \frac{1}{C_j} \qquad j \in \{1, 2, 3, \cdots, popsize\} \tag{20}$$

In the above formula, C_j is the value of the objective function corresponding to the *j*-th chromosome in the group, and *popsize* represents the size of the group.

Selection. Assuming that there are *n* individuals in a generation group, in which the fitness of individual *i* is Fit_i, the probability that it is inherited to the next generation can be defined as:

$$P_i = \frac{Fit_i}{\sum_{i=1}^{n} Fit_i} \tag{21}$$

Crossover. The crossover probability P_c is defined as follows:

$$P_c = \begin{cases} K \dfrac{\max(Fit_i, Fit_j)}{\max(Fit_i, Fit_j) - \overline{Fit}} & \max(Fit_i, Fit_j) \geq \overline{Fit} \\ \max(Fit_i, Fit_j) & \max(Fit_i, Fit_j) < \overline{Fit} \end{cases} \tag{22}$$

In the above formula, Fit_i and Fit_j are for the fitness of two intersecting individuals *i* and *j*; $\overline{Fit}$ is the average fitness value in the current group; *K* is the constant coefficient for adjusting the crossover probability and generally takes the value of (0, l) interval.

Variation. The purpose of mutation is to maintain the diversity of gene combinations in chromosome individuals. As with crossover operators, the adaptive mutation probability is defined as

follows:

$$P_m = \begin{cases} K\dfrac{\max(Fit_i, Fit_j)}{\max(Fit_i, Fit_j) - \overline{Fit}} & \max(Fit_i, Fit_j) \geq \overline{Fit} \\ \max(Fit_i, Fit_j) & \max(Fit_i, Fit_j) < \overline{Fit} \end{cases} \quad (23)$$

Herein, K is the same as the value in Equation 22 for adjusting the constant coefficient of mutation probability.

Terminate evolution. The solution of the genetic algorithm is a cyclic process. It is necessary to set a condition for the termination of the cycle, and set $G_{max,}$ the maximum number of cycles (maximum algebra). When the algorithm cycles to this maximum algebra, the operation stops.

(2) Algorithm design and implementation

When the genetic algorithm is used for route optimization, the encoding, group size and termination of evolution algebra should be determined first. The specific implementation steps are as follows:

Step 1: Coding (using the method described in 4.2.1), dividing the appropriate route to construct chromosomes that satisfy hypothesis 2;

Step 2: Set up the group size *Popsize*, adjust coefficient K and terminate the evolution of the maximum algebra G_{max};

Step 3: The 0th generation group (initial group) $P(0)$ is generated based on Step 1, algebra t=0;

Step 4: Loop count variable i=1 is initialized;

Step 5: Fitness value *Fit(i)* of the i-th individual in this generation is calculated;

Step 6: Make $i=i+1$, and judge if $i<=Popsize$? If yes, go back to Step 4, otherwise go out of the loop and go to Step 7;

Step 7: According to the *Fit* value, choose to copy and generate all individuals of the next generation in proportion;

Step 8: Calculate crossover probability P_C and adaptive mutation probability P_m;

Step 9: Preserve the crossover and reversal transitions, and generate $P(t+1)$ based on P_C and P_m;

Step 10: Calculate the objective function C of all individuals;

Step 11: Select and label the individuals that minimize the objective function, i.e., the optimal individual. The evolution algebra accumulates $t=t+1$;

Step 12: Judge if $t < G_{max}$? If yes, then go to Step 4, otherwise terminate and output the result.

6. Case Analysis

1. Source of the data

A dairy company in China's Guangxi distributes bottled fresh milk at a low temperature from its product distribution center to 22 demand sites (including community distribution stations, kindergartens, and milk bars) in urban area in Nanning. The weight of each bottle of fresh milk is approximately 380g,

200mL. It is distributed through standard transfer basket loading, 25 bottles per basket, and the refrigerated transport temperature is 2-6 °C.

The serial number of milk distribution center is 0, and demand sites are numbered 1, 2, ..., 22. The specific address, demand volume, and required time are omitted here.

It checks the shortest route between the distribution points via Baidu map, query the distance of the shortest route between each distribution node as a distribution distance between each node. (In practice, the distance from point A to point B is not necessarily equal to the distance from point B to point A due to the traffic rules. It is to simplify the problem and treat no difference here).

2.Setting up connection points

As the delivery time of fresh milk overlaps with the early morning peak of work, according to the traffic conditions in the urban area of Nanning, the company is recommended to use small electric vehicle to carry out the distribution. It is planned to equip with four motor tricycles of Oulilai brand for connection. This kind of motor tricycle has a small body and is low in price (the total cost for retrofitting a small insulated cargo box does not exceed 5,000 yuan). It is free from traffic charge with a very low running cost. Its carrying capacity is 500Kg, and its continued running mileage is about 50Km after full charge at a normal driving speed of 30Km/h.

It analyzes the distribution of demand sites based on the number of motor tricycles and divides them into four relatively concentrated areas. According to the demand volume of each demand site, four connection points are determined through observation method: v_1, v_5, v_8 and v_9.

3.Parameter settings

When using genetic algorithm to solve the problem, how to set the parameters is related to the result. In this paper, the parameters of the algorithm are set according to the existing research results (Wang & Sun, 2014; Pan & Gan, 2016). For example, in the research mentioned above, it is considered more appropriate to set the group size as 2 to 3 times of demand sites. There are 22 demand sites in this problem, so the group size of genetic algorithm is set as 44. Other parameter settings and meanings are shown in Table 2:

Table 2 Parameter values and meanings

Parameter	Parameter Value	Parameter Meaning	Parameter	Parameter Value	Parameter Meaning
G_1	2.0	Maximum load of distribution vehicle (T)	t_0	6:00	Starting time for distribution
$G2$	0.5	Maximum load of shuttle van (T)	t	0.001	Unloading speed (h/Kg)
L	50	Maximum travel distance of shuttle van (Km)	h_1	2.1	Running cost of distribution vehicle
V	30	Average speed of distribution vehicle and shuttle van	h_2	0.1	Running cost of shuttle van
P_r	8	Cooling price per unit of energy consumption	f_1	120	Fixed cost of distribution vehicle
Q_0	12	Cooling (energy) consumed for opening distribution vehicle door	f_2	20	Fixed cost of shuttle van
Q_1	2	Cooling (energy) consumed for the compartment door closed per unit time	M_1	3	Number of distribution vehicles
Q_2	40	Cooling (energy) consumed for the compartment door open per unit time	M_2	4	Number of shuttle vans
β_0	9	Cost coefficient of cargo loss of a distribution vehicle for unloading (Yuan/h)	N	22	Number of demand sites
β_1	3	Cost coefficient of cargo loss of a distribution vehicle for transportation (Yuan/h)	$popsize$	44	Group size
β_2	3.5	Cost coefficient of cargo loss of a shuttle van for transportation (Yuan/h)	K	0.5	Adjusted probability coefficient
w_1	5	Penalty coefficient for early arrival	G_{max}	100	Terminating evolutionary algebra
w_2	20	Penalty coefficient for delay	Ch	12	Chromosome length

7. Calculation results

It uses the optimization model of cold chain distribution route established in this paper and the above algorithm to solve the example and calculates with MATLAB programming. After 5 times of random operation on the personal computer, the results are shown in Table 3.

Table 3 Calculation results

Number of runs	1	2	3	4	5
Optimal solution	873.86	868.50	878.27	897.36	870.12

From the calculation results, the total cost of optimal cold chain distribution with connection method for fresh milk is 868.50 yuan, and the distribution plan is: Distribution route of No. 1 refrigerated vehicle: 0-8* (No. 1 tricycle: 8-22-15-20-17-18-8) -19-9* (No. 2 tricycle: 9-2-12-16-9)-21-0; Distribution route of No. 2 refrigerated vehicle: 0-4-1* (No. 3 tricycle: 1-7-14-13-1)-5* (No. 4 tricycle: 5-10-3-11-5) -6-0. A total of 2 refrigerated vehicles and 4 insulated shuttle vans are used, and 4 connection points (v_1, v_5, v_8 and v_9) coincident with demand points are set.

8. Conclusion

This paper constructs the optimization model of distribution route of produce cold chain logistics based on connection points. In the process of cold chain distribution, it sets reasonable connection points and adopts small-sized insulated vans with lower transport cost and cooling cost as shuttles. It treats each connection point as a virtual demand site and makes analysis and solutions on the cold chain logistics VRP as well as its mathematical model under time windows. The result shows that it can effectively reduce distribution costs and improve customer satisfaction by setting connection points and then adopting the connection method in cold chain distribution. In fact, adjusting the required time through communication with customers can reduce penalty cost and increase the use of distribution vehicles and shuttle vans. In addition, with the large increase in customers (demand sites), refrigerated vehicles and shuttle vans can repeatedly distribute with a higher utilization rate, thus can effectively reduce the fixed costs. The connection points mentioned in this paper are all static ones. There is no mention of dynamic connection points. How to define and select dynamic connection points and integrate them into the distribution optimization scheme will be an issue worthy of further study.

This paper discusses the cold chain logistics distribution of agricultural products. In fact, the results of this study can also be applied to other logistics distribution problems, using the connection point distribution mode to achieve the purpose of cost reduction.

References

Dantzig, G. B. & Ramser, J. H. (1959). The Truck Dispatching Problem. *Management Science*, 6(1), 80-91.

Tarantilis, C. D. & Kiranoudis, C. T. (2002). Distribution of fresh meat. *Journal of Food Engineering,* 51(1):89-91.

Azi, N. et al.(2007). An Exact Algorithm for A Single - Vehicle Muting Problem with Time Windows and Multiple Routes. *European Journal of Operation Research*, 178(3):755-766.

Chen, H.K. et al.(2009). Production Scheduling and Vehicle Routing with Time Windows for Perishable Food Products. *Computers & Operations Research*, 36(4):2311-2319.

Miao, X. H. et al.(2011). Study on Routing Optimization for Cold-chain Logistics Distribution of 3PL. *Operations Research and Management Science,* 20(4):32-38. [in Chinese]

Lv, J. J. & Sun, S. S.(2013). Study on Vehicle Routing Optimization of Fresh Agricultural Products in Cold-chain. *Guangdong Agricultural Sciences*, 33(9):178-181. [in Chinese]

Wang, S. Y. & Sun, H.(2014). Research on Modeling and Development of Cold Chain Logistics. *Shandong Social Sciences,* 89(04):135-139. [in Chinese]

Pan, X. X. & Gan, H. C.(2016). Study on Cold Chain Logistics Distribution Path Optimization of Considering Carbon Emissions. *Mathematics in Practice and Theory*, 46(2):62-68. [in Chinese]

Osvald, A. & Strin, L. Z. (2008). A Vehicle Routing Algorithm for The Distribution of Fresh Vegetables and Similar Perishable Food. *Journal of Food Engineering,* 85(8):285-295.

Zhang, J. & Fu, S. C.(2011). Study on The Location of Fresh Food Distribution Center whose Freshness Affects Demand. *Chinese Journal of Management Science,* 19(10):473-476. [in Chinese]

ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Relationships between Contemporary Service Standard Orientation and Performance of Branch of Government Savings Bank in the Northeast

นัทธวัฒน์ ธนสัจจวัฒน์* สุมิตรา จิระวุฒินันท์[2] และพีรวัฒน์ ไชยล้อม[3]

Nutthawat Tanasatchawat* Sumittra Jirawuttinunt[2] and Peerawat Chailom[3]

Received: May 16,2018, Revised: October 10,2018, Accepted : October 17,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 130 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูน และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยรวม ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน ควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการมากยิ่งขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบมาตรฐานการให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการอย่างเป็นรูปธรรมและมีมาตรฐานมากขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและองค์กรสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : มาตรฐานการบริการร่วมสมัย ผลการดำเนินงาน ธนาคารออมสิน

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study is to test the relationships between contemporary service standards and the performance of different government savings bank branches in the Northeast region.
The questionnaires were used for collecting data from 130 branch managers of the government savings bank. The data were analyzed by multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The results showed that the overall contemporary service standard orientation, the contemporary service standard orientation in the dimensions of modern technology, understanding, and customer relationship management positively related and affected on the overall performance. In this way, therefore, branch managers of the government saving bank should emphasize on the service standards for increasing professionalism and service capacity. The improvements will maximize consumer satisfaction and contribute to the sustainable growth of the organization.

Keywords : Contemporary Service Standard, Performance, Government Saving Bank

1. บทนำ

ในภาวะเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสินค้าและบริการที่มีความหลากหลายทั้งในด้านของคุณภาพและราคา ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเกิดขึ้นอยู่ตลอดมา การดำเนินธุรกิจปรับเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านราคามาให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การบริการจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจนำมาใช้ในการแข่งขัน โดยหวังที่จะทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดี การกลับมาใช้บริการซ้ำและเกิดความจงรักภักดีมากขึ้น ซึ่งในอีกมุมมองหนึ่งหากลูกค้าเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าหรือบริการจะส่งผลอย่างรุนแรงต่อตัวองค์กร คือการปฏิเสธจากตัวสินค้าและบริการขององค์กร การบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่น ทำให้ลูกค้าหันไปสนใจสินค้าอื่น ที่สามารถมอบความพึงพอใจได้มากกว่าสินค้าเดิม ทั้งนี้ยังรวมถึงพฤติกรรมการให้บริการไม่ว่าจะเป็นสีหน้า ท่าทาง บุคลิกภาพที่แสดงออกในขณะให้บริการล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเช่นกัน (โสภณ ภูเก้าล้วน, 2557: 8) ดังนั้น มาตรฐานบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญและมีบทบาทสำหรับธุรกิจแทบจะทุกธุรกิจ ในปัจจุบันและอดีตที่ผ่านมา การบริการเป็นเสมือนหน้าตาขององค์กรที่สร้างความประทับใจแรกพบของลูกค้าที่ได้รับการบริการครั้งแรกเป็นอย่างดี ปัจจุบันธุรกิจเพิ่มคุณค่าโดยนำมาตรฐานการบริการใหม่ๆ มายกระดับศักยภาพการบริการของธุรกิจ การให้บริการที่ครบวงจร เพื่อให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นได้ และครองใจลูกค้าในระยะยาว (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2560: เว็ปไซต์) การกำหนดขั้นตอน แนวทาง และกระบวนการทำงานในองค์กรจะเป็นส่วนช่วยให้การบริการมีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีมาตรฐานกำหนดในตัวอยู่แล้วขึ้นอยู่กับผู้บริหารจะสามารถนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับองค์กร บุคลากร และสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเพียงใด ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ ทำให้มีผลการดำเนินงานที่ดีและสามารถประสบความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและอนาคต (สมชาติ กิจยรรยง, 2556: 37)

ธนาคารออมสิน (Government Savings Bank) เป็นสถาบันการเงินในรูปแบบรัฐวิสาหกิจที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ออมกับผู้ต้องการใช้เงิน โดยให้บริการผ่านทาง

ธุรกรรมทางการเงิน การลงทุน เงินฝาก เงินกู้ และอื่นๆ ปัจจุบันการแข่งขันของสถาบันการเงินที่สูงไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถาบัน มาตรฐานการบริการ พฤติกรรมการให้บริการที่แตกต่างกันทำให้สถาบันการเงินจึงต้องปรับเปลี่ยนการให้บริการที่เน้นลูกค้ามาบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้นตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มศักยภาพให้องค์กร และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้ธนาคารออมสินจึงต้องมีการบริหารมาตรฐานการบริการร่วมสมัยโดยอาศัยผู้จัดการ และพนักงานทุกคนในสาขาเป็นกลไกในการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและเป็นไปตามมาตรฐานที่องค์กรได้กำหนดไว้ ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงาน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ธนาคารออมสิน, 2559: เว็ปไซต์)

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation) เป็นการให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการปฏิบัติงานบริการให้เข้ากับยุคสมัยทำให้บุคลากรทุกคนทราบถึงบทบาทหน้าที่ วิธีการปฏิบัติต่อลูกค้าที่สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร รวมทั้งพฤติกรรมอันควรปฏิบัติต่อลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2557: เว็ปไซต์) ในทุกส่วนกิจกรรมขององค์กร ผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ที่ดูแลมาตรฐานและการปฏิบัติงาน การทำหน้าที่ต่าง ๆ ของบุคลากรอย่างใกล้ชิด ย่อมทราบถึงการให้ความสำคัญกับมาตรฐานการปฏิบัติงาน ที่นำมาใช้ในการทำงานหรือการบริหารงาน เช่น การให้บริการลูกค้า การพูดคุยกับลูกค้า การใช้เทคโนโลยีในองค์กร และในส่วนอื่นที่มีผลกระทบต่องาน โดยข้อมูลที่ได้ผ่านมาจากบุคลากรระดับปฏิบัติงานระดับกลางจนมาถึงผู้จัดการย่อมมีแนวโน้มของความถูกต้อง ความชัดเจนสูง และมีความน่าเชื่อถือได้ (ธนาคารออมสิน, 2559: เว็ปไซต์) ซึ่งมาตรฐานการบริการร่วมสมัย สามารถวัดได้จากกระบวนการทำงานขององค์กร ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) 2) การสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) 3) การสร้างความเข้าใจ (Understanding) และ 4) การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2557: 90) การมีมาตรฐานในการบริการเป็นส่วนช่วยสร้างคุณภาพงานบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยอาศัยความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และการปฏิบัติงานที่ดี เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์, 2556: 60) ดังนั้น ผู้จัดการต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริการที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เป็นปัจจุบัน ทำให้สามารถเพิ่มลูกค้า เพิ่มยอดขาย เพิ่มยอดเงินฝาก และอื่นๆ ที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากการดำเนินงานขององค์กรที่สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายและแผนงานที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว ทั้งในด้านของตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงินที่บ่งบอกถึงแนวทางในบริหารการทำงานขององค์กร ซึ่งวัดได้จากปริมาณและคุณภาพของผลการดำเนินงาน โดยการใช้ทรัพยากรอย่างเต็มศักยภาพและสามารถวัดผลลัพธ์ของงานหรือความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร ผลการดำเนินงานที่นำมาใช้ชี้วัดองค์กรนั้นมีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (นิรมิต เทียมทัน, 2555: 273-285) องค์กรที่ต้องการความสำเร็จจะต้องมีการวางแผน มีกระบวนการทำงาน มีการบริหารงานที่เป็นมาตรฐานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสถาบันอื่น ๆ ได้ ซึ่งการได้มาซึ่งความสำเร็จนั้นองค์กรจะต้องมีการจัดการเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2557: เว็ปไซต์)

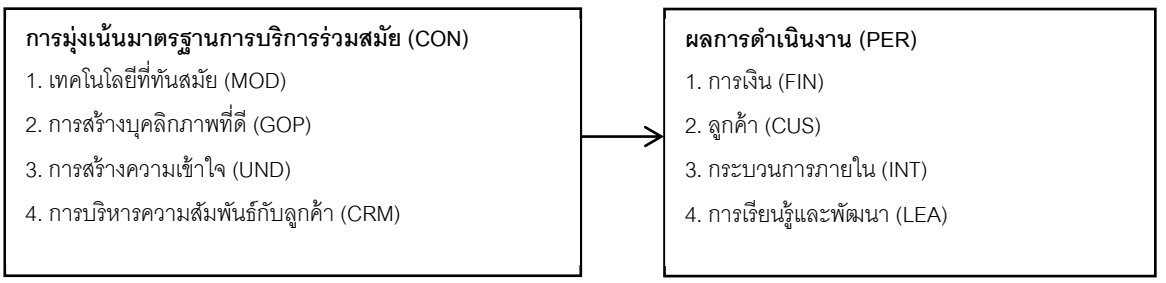
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์

เพื่อทดสอบว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางการบริหารงาน พัฒนาและวางแผนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นข้อมูลและข้อสนเทศถึงการให้ความสำคัญในการบริการงานขององค์กร สามารถช่วยในการตัดสินใจของผู้จัดการสาขาบริหารงานได้อย่างมีระบบ มีแบบแผน ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้และเติบโตได้อย่างมั่นคงทุกยุคสมัย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการและผลการดำเนินงาน



2.1 การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย (Contemporary Service Standard Orientation)

การให้ความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการในการปฏิบัติงานบริการของพนักงาน ที่มีรูปแบบและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ทำให้พนักงานทราบถึงวิธีการปฏิบัติงานบริการในแต่ละสถานการณ์ บุคลากรทุกคนเข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ วิธีปฏิบัติตน รวมถึงพฤติกรรมการบริการที่ควรปฏิบัติต่อลูก ค้าหรือผู้ใช้บริการที่เข้ากับยุคสมัยและเป็นปัจจุบัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วย (พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล, 2557: 90)

2.1.1 ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Modern Technology) หมายถึง กระบวนการในการนำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยมาปรับใช้ในองค์กร เพื่อแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้าได้ทันท่วงทีหรือช่วยลดระยะเวลาและอำนวยความสะดวกให้แก่องค์กร ในการทากิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความรวดเร็วและคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (Good Personality) หมายถึง กระบวนการในการสร้างคุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์การบริการขององค์กร โดยการแสดงออกผ่านพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานที่สามารถปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เผชิญอยู่ให้มีคุณลักษณะที่ดี น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ

2.1.3 ด้านการสร้างความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสารที่น่าเชื่อถือจากตัวองค์กรหรือพนักงานไปยังผู้ใช้บริการ โดยการมุ่งเน้นให้พนักงานและผู้ใช้บริการเข้าใจถึงเนื้อหาหรือข้อมูลร่วมกันอย่างถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์

2.1.4 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใหม่ๆ ที่องค์กรนำมาพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยการสร้างความพึงพอใจในตัวสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง การรักษาลูกค้าทั้งรายเก่าและรายใหม่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในสินค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กรในระยะยาว

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมและการปฏิบัติงาน โดยมีการวัดหรือประเมินผลเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ประกอบไปด้วย (นิรมิต เทียมทัน, 2555: 273-285)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยวิธีการดำเนินงานและการบริหารขององค์กรมีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การลดลงหรือเพิ่มขึ้น ของต้นทุน การเพิ่มขึ้น ของกำไร และการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในด้านการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเนื่องจากลูกค้ามีอิทธิพลที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จในการบริหารงานขององค์กร

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการดำเนินงานภายในขององค์กร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ โดยการพัฒนาทางด้านการดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการบริหารงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่นำมาแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์กรในเรื่องของวิธีการ แนวคิดหรือรูปแบบใหม่ๆ ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี การปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน และการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง อัญชลี สุวัฒนโนดม (2557: บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา การแสดงออกหรือการสื่อสารของผู้ให้บริการที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรางคณา คำทา (2557: บทคัดย่อ) พบว่า กลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ ด้านการพัฒนางานด้านบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวน การภายใน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตราภรณ์ ทับทม (2558: บทคัดย่อ) พบว่า มาตรฐานการบริการที่ดี ด้านความรวดเร็วในการตอบสนอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านกระบวนการภายในและด้านการเรียนรู้และพัฒนา การกำหนดกลยุทธ์โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริการลูกค้าให้มีความเหมาะสมจะนำไปสู่การบริการแก่ลูกค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จะเห็นได้ว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 2 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 3 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

สมมุติฐานที่ 4 : การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Simple) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 251 คน (ธนาคารออมสิน, 2560: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 1 เมษายน 2561 จำนวน 251 ฉบับ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 15 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม

เมื่อครบกำหนด ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 130 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 130 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 51.8 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2004) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้อง มีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่ามีจำนวนเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการลดขั้นตอนการทำงาน ลดความผิดพลาดที่เกิดจากงาน และการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้า เพื่อไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูล 2) ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการแสดงพฤติกรรมของพนักงานให้เป็นที่ยอมรับ 3) ด้านการสร้างความเข้าใจ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการสื่อสารข้อมูลไปยังลูกค้าให้ถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์ และ 4) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการติดตามความต้องการของลูกค้า การมุ่งเน้นเสนอแนะสินค้าและบริการให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไร ลูกค้า ส่วนแบ่งทางการตลาด และการลดลงของค่าใช้จ่าย 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับกับคุณภาพของสินค้าว่าสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้าน ด้วยการให้สิทธิพิเศษต่างๆ อย่างครบถ้วน 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มาเพิ่มศักยภาพการทำงาน การปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานและการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้พนักงานปฏิบัติงานเป็นทีม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการฝึกอบรมความรู้ ความเชี่ยวชาญแก่พนักงาน ความสามารถในการหมุนเวียนงานของพนักงาน ฝึกทักษะให้เป็นนักบริการแบบมืออาชีพ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.427 – 0.657 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.510 – 0.972 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าสัมประสิทธิแอลฟา อยู่ระหว่าง 0.792 – 0.894 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.901 – 0.922 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally & Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{PER} = \beta_0 + \beta_1 \text{MOD} + \beta_2 \text{GOP} + \beta_3 \text{UND} + \beta_4 \text{CRM} + \varepsilon$$

เมื่อ PER แทน ผลการดำเนินงาน โดยรวม

MOD แทน การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

GOP แทน การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี

UND แทน การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ

CRM แทน การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานโดยรวมของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	PER	MOD	GOP	UND	CRM	VIF_S
$\bar{X}$	4.44	4.66	4.73	4.68	4.63	
S.D.	0.45	0.41	0.41	0.43	0.44	
PER	-	0.658*	0.672*	0.739*	0.713*	
MOD		-	0.712*	0.637*	0.585*	2.135
GOP			-	0.777*	0.666*	3.165
UND				-	0.799*	3.958
CRM					-	2.846

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย มีค่าตั้งแต่ 2.135 – 3.958 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (*a*)	0.074	0.314	-0.235	0.815
ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (MOD)	0.276	0.087	3.179*	0.002
ด้านการสร้างบุคลิกภาพที่ดี (GOP)	0.087	0.107	0.808	0.421
ด้านการสร้างความเข้าใจ (UND)	0.320	0.115	2.797*	0.006
ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM)	0.285	0.095	3.001*	0.003
F = 72.412 p = < 0.0001 Adj R^2= 0.623				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย 1) ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากการให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเป็นมาตรฐานที่ใช้ร่วมกับการบริการ จะช่วยให้องค์กรสามารถลดขั้นตอนในการทำงาน การให้บริการมีความรวดเร็วมากขึ้น การเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้สามารถติดต่อกับลูกค้าได้อย่างทั่วถึงแม้ลูกค้าไม่ได้เข้ามาใช้บริการ ทำให้การดำเนินงานมีความกระชับมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรมีผลประกอบการตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราภรณ์ ทับทม (2558: บทคัดย่อ) พบว่า มาตรฐานการบริการที่ดีจะมีส่วนช่วยในการวางแผนการพัฒนาเพื่อเปลี่ยนแปลง เพิ่มกระบวนการที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจให้บริการ และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับการบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรางคณา คำทา (2557: บทคัดย่อ) พบว่า วิธีการหรือแนวคิดการให้บริการใหม่ๆ และการจัดระบบเทคโนโลยีการบริการให้มีประสิทธิภาพ จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีความเป็นมืออาชีพในด้านการให้บริการ เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดกับธุรกิจต่อไป 2) ด้านการสร้างความเข้าใจ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจาก การพัฒนาการสื่อสารและการนำเสนอข้อมูลไปยังลูกค้าให้มีความถูกต้องเป็นที่น่าเชื่อถือ เป็นไปตามความจริงและสามารถตรวจสอบได้ ทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันกับสิ่งที่องค์กรต้องการที่จะสื่อสาร และสามารถลดข้อผิดพลาดที่เกิดจากการสื่อสาร ระหว่างพนักงานกับลูกค้าหรือจากองค์กรไปยังลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนภูมิ แสนศักดิ์ (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า การสนับสนุกให้พนักงาน มีจิตสำนึกในการบริการที่ดี และการสื่อสารที่มีความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร จะสามารถสร้างความ

ได้เปรียบทางด้านการบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถลดขั้นตอนการสื่อสารที่ผิดพลาดลง ก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ 3) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจาก ธนาคารให้ความสำคัญกับการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และยังคงให้ความสำคัญกับลูกค้ารายเดิมควบคู่กันไป มีการดำเนินงานติดตามลูกค้าอย่างใกล้ชิด โดยการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า และการมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ ทางด้านการเงิน การให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า การอำนวยความสะดวกเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกได้รับความสำคัญจากองค์กร ส่งผลให้เกิดการติดตามสินค้าและบริการจากองค์กร และสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กรในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hayajneh et al. (2012: abstract) พบว่า คุณภาพการให้บริการจะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า และจะส่งผลกระทบต่อความจงรักภักดี ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การบริการที่รวดเร็ว และความปลอดภัยของข้อมูล ดังนั้น บริษัทนำเที่ยวจะต้องมีการให้บริการที่รวดเร็วผสมผสานกับการให้ข้อมูลที่เป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือ จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและเกิดความจงรักภักดีในที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ Petrovic and Markovic (2012: 29-39) พบว่า องค์ประกอบสำคัญที่สุดสำหรับคุณภาพการบริการ คือการมุ่งเน้นให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจที่องค์กรมอบให้พนักงานเหล่านั้นจะมีแรงกระตุ้นที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและพัฒนาตัวเองไปสู่การให้บริการอย่างมืออาชีพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Javadien et al. (2008: abstract) พบว่า ความจงรักภักดีของลูกค้าอธิบายได้จากคุณภาพการให้บริการที่ได้รับ และความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้า ซึ่งการได้รับบริการที่รวดเร็วจะส่งผลต่อการแนะนำหรือบอกต่อไปยังลูกค้ารายอื่นและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

5. ข้อเสนอแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานในกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ อย่างการศึกษาในครั้งนี้เป็นธุรกิจอื่นๆ เช่น ธุรกิจสปา ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจเอกชนขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น เพื่อดูว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยสามารถใช้ได้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการทุกธุรกิจ นอกจากนี้อาจเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจการบริการ ที่เกี่ยวข้องกับบริการที่จับต้องไม่ได้ เป็นธุรกิจที่จับต้องได้อย่างธุรกิจการผลิต เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ เพื่อดูว่าการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัยสามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจไม่ว่าจะธุรกิจบริการ หรือธุรกิจผลิต

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ โดยนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจทางด้านการเงินและธุรกิจการให้บริการ ซึ่งสามารถนำข้อมูลการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการทำงานให้มีความรวดเร็ว กระชับมากยิ่งขึ้น ด้านการสร้างความเข้าใจ โดยการพัฒนาการสื่อสารให้มีความครบถ้วนของข้อมูล เป็นที่น่าเชื่อถือและมีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านการติดตามความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องและมอบสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสมแก่ลูกค้า นำไปปรับใช้กับการวางแผนหรือกระบวนการทำงานให้มีมาตรฐานที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น จึงก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานการบริการร่วมสมัยกับผลการดำเนินงานของสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขาธนาคารออมสินในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 130 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านการสร้างความเข้าใจ และด้านการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

ดังนั้น ผู้จัดการสาขาธนาคารออมสิน จึงควรให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นมาตรฐานการบริการร่วมสมัย ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และองค์กรควรมีการจัดการเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการให้มากยิ่งขึ้น โดยการมุ่งเน้นพัฒนารูปแบบมาตรฐานการให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพ และการพัฒนาศักยภาพในการให้บริการอย่างเป็นรูปธรรมและมีมาตรฐานมากขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการให้บริการ ทำให้การดำเนินงานมีความกระชับ สะดวก รวดเร็ว สามารถลดขั้นตอนในการทำงานที่เกี่ยวข้องได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและองค์กรสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2556). *การจัดการการบริการ*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

จิตราภรณ์ ทับทม. (2558). *ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่ดีที่มีต่อผลการดาเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย*. วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชิดชัย อนุฤทธิ์. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการบริการกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารแผนกต้อนรับส่วนหน้าธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ธนาคารออมสิน. (2559). *ประวัติธนาคารออมสิน*. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2560, จาก http://www.gsb.or.th/home1.aspx

ธนาคารออมสิน. (2560). *สาขาธนาคารออมสิน*. ค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2560, จาก https://www.gsb.or.th/about-us/contact/Branches.aspx

นิรมิต เทียมทัน. (2555). *Balanced scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน ดิสทริบิวเตอร์.

พัฒนภูมิ แสนศักดิ์. (2559). *ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2557). *มาตรฐานการบริการ*. ค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2561 จาก http://www.impressionconsult.com/web/index.php/articles/214-service-standard.html

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2560). *การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า*. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2560, จาก http://www.impressionconsult.com/web/index.php/premium-article/1072-reach-your-customers-by-service-design.html

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โภคากุล. (2557). *บริการที่เป็นเลิศ : รหัสบริการ*. กรุงเทพฯ: ดิอิมเพรสชั่น คอนั้ลแทนท์.

วรางคณา คาทา. (2557). *ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารการบริการสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสปาในประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมชาติ กิจยรรยง. (2556). *ศิลปะการพูดเพื่อสร้างความร่ารวย*. กรุงเทพฯ: พิเพิลมีเดีย.

โสภณ ภูเก้าล้วน. (2557). *การบริหารทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: แปลน พริ้น ท์ติ้ง.

อัญชลี สุวัฒโนดม. (2557). *ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธุรกิจนำเที่ยว จังหวัดศรีสะเกษ*. วิทยานิพจน์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research* (7th ed.). John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. John Wiley & Sons.

Hayajneh, O. M. R., Alsarayreh, M. N., Rumman, M. A. R. A., & Nsour, M. Al. (2012). Dimensions of The Quality of Service in The Jordanian Tourism Companies and Their Relations to Customer Satisfaction. *European Scientific*., 8(1).

Javadein, S. R. S., Khanlari, A., & Estiri, M. (2008). Customer Loyalty in The Sport Services Industry: The Role of Service Quality, Customer Satisfaction, Commitment and Trust,. *International Journal of Human Sciences*., *5*(2).

Petrovic, M. D., & Markovic, J. (2012). Researching Connection between Service Orientation and Work Satisfaction: A Study of Hotel Employees. *Turiza*, 16(1), 29–39.

Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.

การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Human Resource Risk Management affecting Performance of Spa Business in Koh Samui, Surat Thani Province

ธนายุ ภู่วิทยาธร[*] และนิตย์ หทัยวสีวงศ์ สุขศรี[2]

Tanayu Puwitthayathorn [*] and Nit Hathaivaseawong Suksri[2]

Received: October 2,2018,, Revised: December 10,2018, Accepted : December 26,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลจากเจ้าของสถานประกอบการ หรือผู้จัดการสปา หรือระดับหัวหน้างาน รวมจำนวน 114 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน และการบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน และการบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ตามลำดับ ผลการดำเนินงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ และการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ด้านการบริหาร ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงาน ส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ผลการดำเนินงาน ธุรกิจสปา

[*,2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

[*,2] Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University

Abstract

The purpose of this research were to study human resource risk management affecting performance of spa business in Koh Samui, Surat Thani province. The questionnaires were used for collecting data from 114 business owners or spa managers as well as supervisors. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation and multiple regression analysis. The result showed that the overall human resource risk management was at high level. When considering each aspect, it was found that at highest level in two areas, namely recruitment selection and placement risk and labor relation risk. At a high level in three areas, namely compensation and welfare risk, operation management risk, and personal information system risk.
The performance management was at very higher level; when analyzing each aspect, it was found that at highest level in two aspects: financial perspective and customer perspective. At a high level in two areas: internal process perspective and learning and growth perspective. Furthermore, the study indicated that human resource risk management in the dimensions of personal information system risk, compensation and welfare risk, and recruitment, selection and placement risk positively and significantly affect on performance of spa business in Koh Samui, Surat Tthani province.

Keywords : Human Resource Risk Management, Performance, Spa Business

1. บทนำ

ธุรกิจสปาเป็นธุรกิจบริการที่ส่งเสริมสุขภาพซึ่งเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงและรวดเร็วทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากธุรกิจนี้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีความใส่ใจในสุขภาพ ประกอบกับสปาไทยมีเอกลักษณ์ในด้านการให้บริการที่เกิดจากการใช้ภูมิปัญญาไทย ทำให้ได้รับความนิยมจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (สุณีย์ ล่องประเสริฐ, 2557) ดังนั้น สปาไทยจึงมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศในฐานะเป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตต่อเนื่องราว 8% ต่อปี ในช่วงปี 2013-2015 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 3.5 หมื่นล้านบาท จัดเป็นอันดับที่ 16 ของโลกและอันดับที่ 5 ในเอเชีย จากการคาดการณ์ของ Global Wellness Institute (GWI) พบว่ามูลค่าตลาดของธุรกิจสปาทั่วโลกมีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ย 6% ต่อปี หรือจากมูลค่าตลาดเพียง 1.29 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สู่ระดับ 1.69 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงปี 2015-2020 (Economic Intelligence Center (EIC), 2561) จึงทำให้เกิดการจ้างงาน เกิดรายได้ต่อเนื่องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นเกาะที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและมีความพร้อมในการลงทุนทางด้านธุรกิจสปา จึงสามารถผลักดันให้เกาะสมุยเป็นศูนย์กลางสปา (Hub of spa) ได้ (สุณีย์ ล่องประเสริฐ, 2557) แต่ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และเชี่ยวชาญต่อการบริหารธุรกิจสปา ทำให้เกิดปัญหาการช่วงชิงบุคลากร เพื่อให้ได้บุคลากรมายังธุรกิจตน (ราณี อิสิชัยกุล, 2555 ; สสว., 2556 ; สุณีย์ ล่องประเสริฐ, 2557; สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558) รวมถึงการเข้าสู่ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งมีการเปิดเสรีแรงงานในกลุ่มประเทศสมาชิก ทำให้แรงงานมีโอกาสเลือกมากยิ่งขึ้น การบริหารความเสี่ยงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจมากขึ้น เนื่องจากสิ่งที่ธุรกิจต้องการคือผลตอบแทนสูงสุด แต่ในบางครั้งผลการดำเนินการออกมาไม่เป็นไปดังที่คาดเอาไว้ แสดงถึงการคาดการณ์ของบริษัทนั้นมีความเสี่ยง ฉะนั้นหากมีการบริหารความเสี่ยงในองค์กรจะสามารถสร้างความมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าการดำเนินงานต่างๆ จะบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ (สุดสงวน บุญศิวนนท์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และพลาญ จันทรจตุรภัทร, 2554) เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงเป็นการคาดการณ์ที่มีหลักการ และช่วยลดหรือป้องกันความเสียหายในการทำงานแต่ละขั้นตอนไว้ล่วงหน้าโดยการบริหารความเสี่ยงที่ดีจะเป็นการวัดความสามารถและการดำเนินงานของบุคลากรภายในองค์กร (ปณิชา พงษ์นิกร และธนวิทย์ บุตรอุดม, 2557) และหากมีการบริหารความเสี่ยงที่ดีนั้น ผลการดำเนินงานของธุรกิจย่อมเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและจะสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น (กนกพรรณ นวลงาม, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์, 2557 ; ทิฆัมพร ทับศรี, จินดารัตน์ ปีมณี และภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์, 2558)

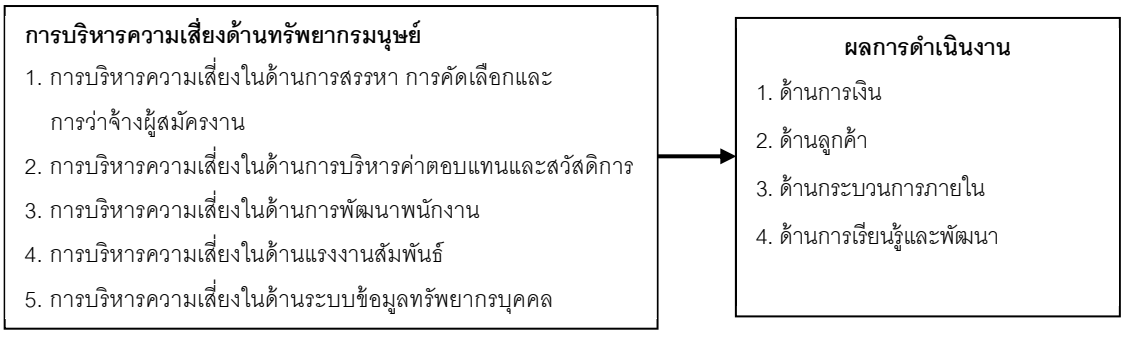
ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ในประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์นั้น เป็นปัจจัยที่สามารถก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความสำเร็จขององค์กรเช่นเดียวกับปัจจัยด้านอื่นๆ (ทายาท ศรีปลั่ง, 2555) โดยความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่อาจเกิดขึ้น อาทิ การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ อาจจะเกิดได้จากการไม่มีการประเมินค่างาน เพื่อจัดระดับตำแหน่งที่ถูกต้องตามค่าของงานในทุกตำแหน่งงาน ไม่มีโครงสร้างเงินเดือนที่ชัดเจน ถูกต้อง การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน เช่น องค์กรขาดระบบการค้นหาสมรรถนะความสามารถในตำแหน่งงานต่างๆ ที่ชัดเจน การบริหารการบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ เช่น องค์กรออกระเบียบข้อบังคับขัดกับกฎหมายแรงงาน การทำสัญญาที่เอาเปรียบพนักงาน โดยคิดว่าหากพนักงานลงนามในสัญญานั้นแล้ว บริษัทจะสามารถใช้บังคับได้ทุกกรณี (เนตรชนก พรมนอก, 2556 ; ทิฆัมพร ทับศรี, จินดารัตน์ ปีมณี และภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์, 2558 ; จิตราภรณ์ ทับทม, ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์ และอนิรุทธิ์ ผงคลี, 2559)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น ความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์เหล่านั้น จะส่งผลเสียหายต่อการดำเนินงานระดับองค์กร ระดับบุคคล และทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ หากองค์กรยังไม่ให้ความสำคัญในการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจสปาตระหนักถึงปัญหาด้านทรัพยากรมนุษย์ท่ามกลางการแข่งขันที่มีเพิ่มมากขึ้นของการเข้าสู่อาเซียน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวแปรอิสระและส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ
โมเดลของการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์และผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา



2.1 การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Risk Management)

การบริหารปัจจัย ควบคุมกิจกรรม และกระบวนการการดำเนินงานต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารบุคคล เพื่อให้ระดับของความเสียหายเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลที่จะเกิดขึ้นในองค์กรยอมรับได้ ประเมินได้ ควบคุมและตรวจสอบได้อย่างมีระบบ ซึ่งสามารถทำให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สุดสงวน บุญศิวนนท์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และพลาญ จันทรจตุรภัทร, 2554 ; ศักดิ์การณ์ ไชยเจริญ, วัลลภา อารีรัตน์ และจตุภูมิ เขตจัตุรัส, 2554)

2.1.1 การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน (Recruitment Selection and Placement Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านการสรรหาบุคลากรทั้งจากภายใน และภายนอกเข้ามาปฏิบัติงาน ด้วยการจัดหาผู้ที่ทำหน้าที่สัมภาษณ์ที่มีทักษะและประสบการณ์ รวมถึงใช้ระบบคุณธรรม และตรวจสอบประวัติเพื่อบรรจุทดแทนตำแหน่งที่ว่างได้ทันเวลา ซึ่งหากไม่สามารถทำได้จะก่อให้เกิดผลกระทบและเกิดความเสียหายให้แก่องค์กร

2.1.2 การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (Compensation and welfare Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านการกำหนดค่าตอบแทนที่เหมาะสมความรู้ ความสามารถ มีการกำหนดโครงสร้างเงินเดือนที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงสวัสดิการ รวมถึงทำความเข้าใจแก่บุคลากรถึงระบบสร้างแรงจูงใจในจ่ายค่าตอบแทนที่ดีเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากไม่สามารถทำได้จะก่อให้เกิดผลกระทบและเกิดความเสียหายให้แก่องค์กร

2.1.3 การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน (Personal Development Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านการจัดสรรงบประมาณการพัฒนาบุคลากรที่เพียงพอ กับเส้นทางการฝึกอบรม และตามความสนใจของพนักงาน โดยที่การอบรมเน้นวิธีการปฏิบัติจริง และมีการประเมินผล ติดตามผลในการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร ซึ่งหากไม่สามารถทำได้จะก่อให้เกิดผลกระทบ และเกิดความเสียหายให้แก่องค์กร

2.1.4 การบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ (Labor Relation Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านการกำหนดระเบียบข้อบังคับ และสัญญา โดยสอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน รวมถึงมีการสำรวจความพึงพอใจในการทำงาน และ

ส่งเสริมให้บุคลากรกล้าแสดงความคิดเห็น อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ซึ่งหากไม่สามารถทำได้จะก่อให้เกิดผลกระทบ และเกิดความเสียหายให้แก่องค์กร

2.1.5 การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล (Personal Information System Risk) หมายถึง ความเสี่ยงด้านสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนา ปรับปรุง และออกแบบระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ที่มีความปลอดภัยเพื่อใช้การสืบค้น และการจัดทำรายงานด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งหากไม่สามารถทำได้จะก่อให้เกิดผลกระทบ และเกิดความเสียหายให้แก่องค์กร

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ตัวชี้วัดจะเป็นตัวการกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานหรือตัวเปรียบเทียบสำหรับตัวชี้วัดแต่ละตัว เพื่อให้ทราบว่าการดำเนินงานเป็นไปตามมาตรฐานกำหนดหรือไม่ และให้บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ รวมทั้งเป็นการวัดผลการดำเนินงานของบุคลากร ว่าบุคลากรในองค์กรมีศักยภาพมากน้อยเพียงใด และวัดผลสำเร็จขององค์กร เพื่อให้ทราบว่าต้องมีการปรับปรุงองค์กรอยู่อย่างต่อเนื่อง (Kaplan และ Norton, 1993 ; กนกพรรณ นวลงาม, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์, 2557 ; ทิฆัมพร ทับศรี, จินดารัตน์ ปีมณี และภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์, 2558 ; รัฐพล ชาวสี, 2558 ; มยุรี สีเชียงหา, นวลละออง อรรถรังสรรค์และ พีรวัฒน์ ไชยล้อม, 2558 ; จิตราภรณ์ ทับทม และธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์ และอนิรุทธิ์ ผงคลี, 2559)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง องค์กรมีกำไรเพิ่มขึ้น ที่เกิดจากยอดจำหน่ายสินค้าและบริการ รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลการดำเนินดีอย่างสม่ำเสมอ

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง องค์กรได้นำคำแนะนำติชมของลูกค้า มาปรับปรุงคุณภาพ และออกแบบสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและความแตกต่างกับคู่แข่ง อีกทั้งมีการปรับปรุงวิธีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และเอาใจใส่ลูกค้ารายเก่า

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง องค์กรมีการปรับปรุงกระบวนการบริการให้ทันสมัย และกระบวนการทำงานให้ชัดเจน รวมถึงมีการปรับปรุงทีมงานให้มีความสามารถในการให้บริการแก่ลูกค้า และปรับปรุงกิจกรรมเพื่อสร้างให้บุคลากรมีความสามัคคี

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง องค์กรมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน และให้บุคลากรมีความชำนาญเฉพาะด้าน รวมถึงนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ และข้อคิดเห็นเสนอแนะของบุคลากรมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการ และปรับปรุงองค์กร

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณา (Descriptive Research)

ประชากรจำนวน 66 แห่ง (สาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2559) กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางของ Krejcie และ Morgan (1970) จำนวน 57 แห่ง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากโดยไม่ใส่คืน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ คือ เจ้าของสถานประกอบการ หรือผู้จัดการ

สปา หรือระดับหัวหน้างาน แห่งละ 2 คน รวมจำนวน 114 คน การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ด้วยตนเองและทางไปรษณีย์ ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับคืนมีอัตราการตอบรับคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นและเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การสรรหาบุคลากรทั้งจากภายในและภายนอกเพื่อเข้ามาปฏิบัติงานในตำแหน่งที่ว่าง การจัดหาผู้ทำหน้าที่สัมภาษณ์ที่มีทักษะ และประสบการณ์ครอบคลุมในตำแหน่งต่างๆ การตรวจสอบประวัติ และคุณสมบัติผู้สมัครงานที่สอดคล้องกับตำแหน่งงานที่ว่าง การคัดเลือกพนักงานด้วยการใช้ระบบคุณธรรมเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงาน และการบรรจุทดแทนตำแหน่งงานว่างได้ทันเวลา 2) การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การกำหนดค่าตอบแทนให้กับบุคลากรตามหลักความรู้ความสามารถ และประสบการณ์อย่างเป็นธรรม การกำหนดโครงสร้างเงินเดือนที่ชัดเจนเหมาะสมกับเส้นทางความก้าวหน้าของบุคลากร การใช้ระบบสร้างแรงจูงใจในการจ่ายค่าตอบแทนที่ดีเพื่อกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับปรุงสวัสดิการโดยใช้ข้อมูลและความต้องการของบุคลากรมาร่วมพิจารณา และสร้างระบบการจ่ายค่าตอบที่เหมาะสมที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่บุคลากรและองค์กร 3) การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมการพัฒนาบุคลากรโดยจัดให้มีเส้นทางการฝึกอบรมของทุกตำแหน่งงาน การอบรมโดยวิธีปฏิบัติจริงเพื่อให้บุคลากรมีความเข้าใจในงานที่ทำมากขึ้น การประเมินผลและการติดตามผลในการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร การจัดสรรงบประมาณการพัฒนาบุคลากรอย่างเพียงพอ และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรตามต้องการและความสนใจของบุคลากร 4) การบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การแสดงความคิดเห็นข้อเรียกร้อง การกำหนดระเบียบข้อบังคับ โดยสอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน การจัดทำสัญญาที่มีความเป็นธรรมแก่บุคลากร การสำรวจความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากรทุกระดับอยู่เสมอ และการจัดกิจกรรมแรงงานสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ และ 5) การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุม การออกแบบระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ที่ดีจะสนับสนุนให้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ประสบความสำเร็จ ระบบป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริหารข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงและจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ การใช้ระบบสืบค้นและการจัดทำรายงานเพื่อการบริหารในเวลาที่กำหนด และงบประมาณให้มีการพัฒนาระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์

ผลการดำเนินงาน จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม ผลกำไร ยอดจำหน่ายสินค้าและบริการ ส่วนแบ่งทางการตลาด และผลการดำเนินงานที่ดี 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม การนำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาศึกษาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงสินค้าและบริการ การปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้า วิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ลูกค้าเก่า และการออกแบบสินค้าและบริการเพื่อสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งรายอื่น ๆ 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม กระบวนการบริการให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา กระบวนการบริการให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา กระบวนการทำงานให้ชัดเจนและเหมาะสม และความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม การนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้า

และบริการ การปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน การเพิ่มความชำนาญเฉพาะด้าน การนำข้อคิดเห็นเสนอแนะของบุคลากรมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงองค์กร

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟ่าของครอนบาคทั้งฉบับ 0.968 ด้านการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.957 และด้านผลการดำเนินงาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าเท่ากับ 0.923 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.7 สามารถนำมาใช้เก็บข้อมูลตัวอย่างได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ มีค่าอำนาจการจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.290 - 0.852 และผลการดำเนินงาน มีค่าอำนาจการจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.325 - 0.797 ซึ่งสอดคล้องกับนิคม ถนอมเสียง (2550) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.20 ขึ้นไปถือว่า ข้อคำถามมีความเหมาะสม

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

บการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณแบบ Enter ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $HRR = \beta_0 + \beta_1 RR + \beta_2 CR + \beta_3 PR + \beta_4 LR + \beta_5 IR + \varepsilon$

โดย β คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ε คือ ค่าความคาดเคลื่อน

HRR คือ การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยรวม

RR คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน

CR คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ

PR คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน

LR คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์

IR คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล พบว่า

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า รูปแบบของธุรกิจสปา ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.30 บุคคลธรรมดา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.30 และห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.40 ระยะเวลาที่เปิดดำเนินของธุรกิจสปา ส่วนใหญ่ ระยะเวลา 10 ปี ขึ้นไปจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.90 ระยะเวลา 5 ปี – ไม่ถึง 10 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.30 ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80 ลักษณะของธุรกิจสปา ส่วนใหญ่บริหารงานอย่างอิสระโดยเจ้าของกิจการสัญชาติไทย จำนวน 76 ราย

คิดเป็นร้อยละ 66.60 เครือข่ายในประเทศไทย จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.20 เครือข่ายจากต่างประเทศ จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.20 บริหารงานอย่างอิสระโดยเจ้าของกิจการชาวต่างชาติ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตาราง 1 ความคิดเห็นการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม

การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ (HRR)	$\overline{X}$	S.D.	**ระดับความคิดเห็น**
การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน (RR)	4.28	0.61	มากที่สุด**
การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (CR)	4.20	0.72	มาก*
การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน (PR)	4.14	0.68	มาก*
การบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	4.21	0.69	มากที่สุด**
การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล (IR)	4.09	0.66	มาก*
โดยรวม	**4.19**	**0.57**	**มาก***

* $\overline{X}$ 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก

** $\overline{X}$ 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ มีความคิดเห็นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องงานวิจัยของสุดสงวน บุญศิวนนท์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และพลาญ จันทรจตุรภัทร (2554) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน และการบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล เนื่องจากธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุยนั้น มีความมุ่งมั่นในการคัดเลือกพนักงานด้วยการใช้ระบบคุณธรรม เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงาน และให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณสมบัติผู้สมัครงานให้สอดคล้องกับตำแหน่งงาน อีกทั้ง ธุรกิจสปามีการกำหนดระเบียบข้อบังคับที่สอดคล้องกับกฎหมายแรงงาน จัดทำสัญญาต่างๆ ที่มีความเป็นธรรมแก่บุคลากร กำหนดค่าตอบแทนให้กับบุคลากรตามหลักความรู้ความสามารถ รวมถึงให้ความสำคัญกับการประเมินผลและการติดตามผลในการพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร และมีระบบป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริหารข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพเนตร พวงจินดา และธีระ ฤทธิรอด (2556) ศึกษาเรื่อง การจัดการความเสี่ยงด้านการบริหารงานบุคคลขององค์กรบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่า การบริหารจัดการความเสี่ยงด้านการบริหารงานบุคคลควรดำเนินการสรรหาตามระบบคุณธรรมให้เป็นไปตามความรู้ความสามารถ ไม่ควรให้กลุ่มผลประโยชน์เข้ามาแทรกแซง

และใช้หลักการประเมินผลงานมาใช้ในเลื่อนขั้กำหนดหรือกระบวนการนเงินเดือนให้เป็นไปตามความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของบุคลากร และจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาฝึกอบรมบุคลากร

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการดำเนินงาน ธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม

ผลการดำเนินงาน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเงิน	4.58	0.63	มากที่สุด**
ด้านลูกค้า	4.31	0.72	มากที่สุด**
ด้านกระบวนการภายใน	4.17	0.72	มาก*
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.02	0.70	มาก*
รวม	4.27	0.60	**มากที่สุด****

* $\overline{X}$ 3.41-4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก

** $\overline{X}$ 4.21-5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผลการดำเนินงานธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี นั้นได้ให้ความสำคัญกับผลการดำเนินการด้านการเงินและด้านลูกค้า โดยการมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นขององค์กรนั้น เนื่องจากการมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจสปานำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาศึกษา วิเคราะห์และปรับปรุงสินค้าและบริการ ให้มีคุณภาพเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิฆัมพร ทับศรี, จินดารัตน์ ปีมณี และภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์ (2558) ที่ศึกษาเรื่องผลกระทบของการตลาดบริการเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจสปาได้นำข้อแนะนำและคำติชมของลูกค้ามาวิเคราะห์ปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาคุณภาพสินค้าหรือบริการให้มีความสะดวก รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการในการดำเนินงานเหมาะสม ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย ยังมีการปรับปรุงวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ลูกค้าเก่า และกระบวนการบริการที่มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา โดยปรับปรุงพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลัง รวมถึงส่งเสริมพนักงานให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตราภรณ์ ทับทม, ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์และอนิรุทธิ์ ผงคลี (2559) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของมาตรฐานการบริการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การทำธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง องค์กรต้องมีแนวคิดในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ปรับปรุงพนักงานให้มีความรู้ความสามารถเพื่อให้บริการลูกค้าได้ และปรับปรุงองค์การด้านการเรียนรู้และพัฒนาโดยมีการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือ ทักษะความชำนาญของพนักงานเสมอ

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ธุรกิจสปา ในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปร	RR	CR	PR	LR	IR	VIF
$\bar{X}$	4.28	4.20	4.14	4.21	4.09	
S.D.	0.61	0.72	0.68	0.69	0.66	
RR	-	.73**	.74**	.60**	.56**	2.74
CR		-	.75**	.58**	.52**	2.81
PR			-	.60**	.66**	3.37
LR				-	.76**	2.74
IR					-	2.83

**p < 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ขึ้นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF ของตัวแปรการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ของธุรกิจสปา มีค่าสหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 2.74 – 3.37 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นที่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หรือ Multicollinearity (Black, 2006)

ตาราง 4 การทดสอบการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ (HRR)	**ผลการดำเนินงานโดยรวม**		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	**ความคาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่	0.66	0.24	2.75	0.00*
1. การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน (CR)	0.21	0.09	2.41	0.02*
2. การบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (RR)	0.28	0.07	3.82	0.00*
3. การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน (PR)	0.14	0.09	1.64	0.10
4. การบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ (LR)	-0.08	0.08	-0.99	0.32
5. การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล (IR)	0.32	0.08	3.98	0.00*
F = 51.2, p= 0.000, $AdiR^2$= 0.690				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความเสี่ยงในการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงาน ส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี สอดคล้องงานวิจัยของสุดสงวน บุญศิวนนท์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และพลาญ จันทรจตุรภัทร (2554) ผลการศึกษาพบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านความเสี่ยงในการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงาน ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคลของธุรกิจสปาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี นั้น มีระบบป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริหารข้อมูลทรัพยากรมนุษย์และมีการออกแบบระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ที่ดี โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ การสืบค้นและการจัดทำรายงานให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของพิชิต เทพวรรณ์ (2555) ได้กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือเข้ามาช่วยให้การทำงานมีความสะดวกสบาย มีระบบป้องกันที่ดีและคล่องตัวขึ้น ทำให้ประสิทธิภาพในการบริหารงานข้อมูลพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์มีความถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Berber, Đorđević และ Milanović (2018) ศึกษาเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Human Resource Management :e-HRM) : แนวคิดใหม่สำหรับยุคดิจิตอล ผลการศึกษาพบว่า องค์การต่างๆ ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการนำระบบเทคโนโลยีมาส่งเสริมปรับใช้กับงานการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วและให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับการจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ ในด้านการบริหารความเสี่ยงในด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ ธุรกิจสปาให้ความสำคัญในการกำหนดค่าตอบแทนให้กับบุคลากรตามหลักความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างเป็นธรรม สอดคล้องกับทฤษฎีความเท่าเทียมกัน (Equity Theory) บุคคลจะพิจารณาเปรียบเทียบอัตราส่วนระหว่างความพยายามในการปฏิบัติงานกับผลลัพธ์ที่ได้ของตนเองกับบุคคลอื่นว่ามีความเท่าเทียมกัน เป็นธรรมหรือไม่ ถ้าบุคคลอื่นได้อัตราส่วนผลตอบแทนที่สูงกว่า ก็อาจที่จะก่อให้เกิดความไม่สบายใจขึ้นแก่บุคลากร และอาจก่อให้เกิดปัญหาในการปฏิบัติงานขึ้นได้ ดังนั้นการกำหนดค่าตอบแทนอย่างยุติธรรมจะสร้างความพอใจให้แก่บุคลากร และป้องกันปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรได้ (ฐาปนา ฉิ่นไพศาล, 2559) และการบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน ของธุรกิจสปา ได้ให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานด้วยการใช้ระบบคุณธรรมเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานและให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณสมบัติผู้สมัครงานที่สอดคล้องกับตำแหน่งงานนั้น สอดคล้องกับแนวทางการจัดการความเสี่ยงด้านการบริหารงานบุคคลขององค์กรบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี ของงานวิจัยของทิพเนตร พวงจินดา และธีระ ฤทธิรอด (2556) ที่กล่าวว่าการดำเนินการสรรหาพนักงานต้องปฏิบัติตามระบบคุณธรรมให้เป็นไปตามหลักความรู้ความสามารถไม่ควรให้กลุ่มผลประโยชน์เข้ามาแทรกแซง และสอดคล้องกับแนวคิดของณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2556) ที่กล่าวถึง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM) ด้านการจ้างงาน การสรรหาและการคัดเลือกบุคคล ไว้ว่าสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่องค์การต้องสรรหาและคัดเลือก คือบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่สุด ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความเสี่ยงในการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงาน จึงส่งผลให้ธุรกิจสปาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีผลการดำเนินที่ดีอย่างสม่ำเสมอและมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลเปรียบเทียบและเป็นแนวทางพัฒนาการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีความครอบคลุมมากขึ้น

5.1.2 ควรศึกษาปัจจัย หรือผลกระทบอื่นที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์และผลการดำเนินงานและศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหลากหลาย

5.1.3 ควรศึกษารูปแบบการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SME) ในด้านการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์และผลการดำเนินงาน

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 องค์กรควรสนับสนุนงบประมาณให้มีการพัฒนาระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ นั้น จะช่วยให้เพิ่มขีดความสามารถด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ จัดสรรบุคคลให้เหมาะสมกับงาน บุคลากรได้รับการพัฒนาตนเอง ทำงานได้เต็มศักยภาพและมีประสิทธิภาพ

5.2.2 องค์กรควรมีกระบวนการในการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงานที่มีประสิทธิภาพ โดยประชาสัมพันธ์รับสมัครงานผ่านช่องทางต่างๆ ให้หลากหลาย และจะต้องคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในตำแหน่งงานนั้น เช่น มีการสัมภาษณ์หรือทดสอบทักษะความเชี่ยวชาญในงาน

5.2.3 องค์กรควรนำประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ เข้ามาใช้กับการบริหารจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์เพื่อยกระดับเข้าสู่ HR Tech เช่น อินเตอร์เน็ตในทุกสิ่ง หรือ การบริหารจัดการข้อมูล Big Data & AI โดยผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศดิจิทัลให้มากขึ้น เพราะในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่ยุคของยุคดิจิทัลมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารออนไลน์มากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ระดับผลการดำเนินงาน และศึกษาการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงในด้านการสรรหา การคัดเลือกและการว่าจ้างผู้สมัครงาน และการบริหารความเสี่ยงในด้านแรงงานสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงในด้านการพัฒนาพนักงาน การบริหารความเสี่ยงในด้านระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ด้านผลการดำเนินงาน ธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านความเสี่ยงในระบบข้อมูลทรัพยากรบุคคล ด้านความเสี่ยงในการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านความเสี่ยงในการสรรหา การคัดเลือก และการว่าจ้างผู้สมัครงาน ส่งผลบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปา อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้นธุรกิจสปาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรมีระบบป้องกันความปลอดภัยเกี่ยวกับการบริหารข้อมูลทรัพยากรมนุษย์และมีการออกแบบระบบข้อมูลทรัพยากรมนุษย์ที่ดี โดยใช้

เทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงจัดการข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ พร้อมทั้งให้ความสำคัญในการกำหนดค่าตอบแทนให้กับบุคลากรตามหลักความรู้ความสามารถและประสบการณ์อย่างเป็นธรรม และมีการคัดเลือกพนักงานด้วยการใช้ระบบคุณธรรมเพื่อให้ได้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับงานมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กนกพรรณ นวลงาม, นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์. (2557). ผลกระทบของศักยภาพการตอบสนองลูกค้าที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในภาคเหนือ.*วารสารบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 7(1), 1-12.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

จิตราภรณ์ ทับทมและ ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์และอนิรุทธิ์ ผงคลี. (2559). ผลกระทบของมาตฐานการบริการที่ดีที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,* 8(1), 107-120.

ฐาปนา ฉิ่นไพศาล. (2559). *องค์กรและการจัดการ.* กรุงเทพฯ : ธนรัชการพิมพ์.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2556). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์.* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ทายาท ศรีปลั่ง. (2555). บริหารทรัพยากรบุคคลอย่างไร ในยุคอัตราการขยายตัวของประชากรเป็นศูนย์. *Journal of Human Resource intelligence*, 7(1), 60-63.

ทิฆัมพร ทับศรี, จินดารัตน์ ปิ่มณี และภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์. (2558). ผลกระทบของการตลาดบริการเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสปาในประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34 (3), 255-267 .

ทิพเนตร พวงจินดา และธีระ ฤทธิรอด. (2556). การจัดการความเสี่ยงด้านการบริหารงานบุคคลขององค์กรบริหารส่วนตำบลโพธิ์ไทร อำเภอพิบูลมังสาหาร จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 2 (2), 15-34.

นิคม ถนอมเสียง. (2550). *เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม.* ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2560, จาก http://web.kku.ac.th/nikom/item_relia_validity_2007_u1.pdf

เนตรชนก พรมนอก. (2556). *ผลกระทบของการบริหารความสัมพันธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการบริการด้านสุขภาพในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ปณิชา พงษ์นิกรและธนวิทย์ บุตรอุดม. (2557). กระบวนการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลของโรงพยาบาลมะเร็งลำปาง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 2 (2), 84 - 96.

พิชิต เทพวรรณ์. (2555). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

มยุรี สีเชียงหา, นวลละออง อรรถรังสรรค์และ พีรวัฒน์ ไชยล้อม. (2558). ผลกระทบของการบริหารภาพลักษณ์องค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือ .*วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34 (4), 104-116.

รัฐพล ชาวสี. (2558). *ผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ราณี อิสิชัยกุล. (2555). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว.* พิมพ์ครั้งที่3. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศักดิ์การณ์ ไชยเจริญ, วัลลภา อารีรัตน์ และจตุภูมิ เขตจัตุรัส. (2554). การบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรบุคคลในโรงเรียนมัธยมศึกษาอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น.*วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(2), 130-137.

สาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี.(2559).*จำนวนสปาในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ได้รับรองมาตรฐาน*. ค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2559 ,จาก http:// http://www.stpho.go.th/rx/down/spa.

สสว. (2556). *การจัดทำยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา*. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2559, จาก http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/สปาและบริการสุขภาพ%20_final.pdf.

สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). *ธุรกิจสปาไทย*. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2559, จาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/143532/143532.pdf.

สุณีย์ ล่องประเสริฐ. (2557). การพัฒนามาตรฐานธุรกิจสปาในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 1 (1), 125-141.

สุดสงวน บุญศิวนนท์, ปพฤกษ์ อุตสาหะวาณิชกิจ และพลาญ จันทรจตุรภัทร. (2554). ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 3(1), 96-107.

Berber, N., Đorđević, B. & Milanović, S. (2018). Electronic Human Resource Management (e-HRM): A New Concept for Digital Age. *Strategic Management*, (23) 2, 022-032.

Black, K. (2006). *Business statistics : for contemporary decision making*. USA : John wiley and Son.

Economic Intelligence Center (EIC). (2561). *Hotel spa โอกาสทางธุรกิจแบบ win-win*. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/4383/exu8jbu48o/NOTE_TH_Hotel-Spa_20180131.pdf

Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1993). Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, 74 (1), 75-85.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30 (3), 607-610.

ระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

Information Management System of SMEs in Northeastern of Thailand

ชูพงษ์ พันธุ์แดง[1] นิตยา ไหวดี[2] ศุภิกา ประเสริฐพร[3] นภัสวรรณ ดาทุมมา[4] รัชดา ศรีสุระพล[5] และกนกอร บุญมี[6]

Chupong Pundang* Nitaya Waidee[2] Suphika Prasertporn[3] Napassawan Dathumma[4] Ratchda Srisurapol[5] and Kanokon Boonmee[6]

Received: October 31,2018, Revised: January 6,2018, Accepted : January 22,2018

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการทดสอบและพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 384 ราย ใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และใช้โมเดลสมการโครงสร้างวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในโมเดล ผลการวิจัย พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล Chi-square=83.971, df=113, p=0.981, CMIN/DF=0.743, GFI=0.977, AGFI=0.965, CFI=1.000, RMR=0.020 และ RMSEA=0.000 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า องค์ประกอบ เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประโยชน์ของงานวิจัยนี้ เพื่อการพัฒนาโมเดลระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้เป็นข้อมูลในการพิจารณาวางแผนพัฒนาองค์ประกอบสำคัญในการลงทุนและบริหารจัดการธุรกิจ SMEs เพื่อนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

คำสำคัญ : เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร และผลการดำเนินงานของธุรกิจ

[1,2,3,4,5] อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

[1,2,3,4,5] Lecturer , Faculty of Business Administration, North Eastern University

[6] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

[6] Assistant Professor, Faculty of Business Administration, North Eastern University

Abstract

The purposes of this research was to test and develop a model of structural equation for information management system of SMEs in Northeastern of Thailand. The sample consisted of 384 Business SMEs in the Northeastern of Thailand by using multi-stage sampling technique. The instrument used in this research was questionnaire and structural equation model to find relationship of model elements. The research results showed that the model of structural equation for information management system of SMEs in Northeastern of Thailand was consistent with the empirical data via Chi-square=83.971, df=113, p=0.981, CMIN/DF=0.743, GFI=0.977, AGFI=0.965, CFI=1.000, RMR=0.020 and RMSEA=0.000 The results of hypothesis testing showed that the confirmatory factors of the Information technology, service quality and operation efficiency had positive influences on the business performance. This research benefits for developing the model of information management system of SMEs, and to be able to use the research results as the basis for planning, developing the key elements in investing and managing the SMEs in order to obtain the competitive advantage.

Keywords : Information Technology, Service Quality, Operation Efficiency, Business Performance

1. บทนำ

เศรษฐกิจประเทศไทยได้ขยายตัวในระดับสูงมาอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ธุรกิจ SMEs มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้เป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่ดี และเป็นหน่วยธุรกิจที่เชื่อมประสานระหว่างเศรษฐกิจระดับมหภาคและจุลภาค ที่สำคัญธุรกิจ SMEs เป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศสูงสุดเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องมีต้นทุนการผลิตในด้านเครื่องมือและเทคโนโลยีการผลิตรวมถึงต้นทุนวัตถุดิบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ธุรกิจ SMEs ยังทำให้เกิดการพัฒนาไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งถือเป็นการกระจายความเจริญสู่ชุมชน จากรายงานล่าสุดของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2.9 ล้านรายทั่วประเทศหรือคิดเป็นสัดส่วน 99 เปอร์เซ็นต์ ของวิสาหกิจทั้งหมด ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงาน 9.7 ล้านคน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศถึง 3.4 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 37.2 ของ GDP ของประเทศ และมีมูลค่าด้านการส่งออกทั้งสิ้นประมาณ 1.59 ล้าน ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561 : เว็บไซต์) การเติบโตของธุรกิจ SMEs ของไทยในช่วงแรกต้องอาศัยแรงงานที่มีราคาถูกและพึ่งพาตนเองเป็นหลัก ท่ามกลางการแข่งขันที่ยังไม่สูงมากนัก เมื่อมองในเชิงโครงสร้างพบว่า การพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหาระดับนโยบาย เช่น ขาดการกำหนดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาธุรกิจ ขาดการบริหารจัดการที่เป็นเอกภาพจากหน่วยงานรัฐ ขาดการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง ขาดความคิดสร้างสรรค์ การสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมที่เป็นของตัวเองเพื่อสร้างความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับบริษัทหรือองค์กร การแข่งขันในสภาวการณ์ปัจจุบันของธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องเรียนรู้และพัฒนาตนเองเพื่อความอยู่รอด และภาครัฐได้กำหนดธุรกิจ SMEs เป็นวาระแห่งชาติ โดยออกมาตรการช่วยเหลือเร่งด่วน เพื่อให้ธุรกิจมีความเข้มแข็งและเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สอดคล้องกับมุมมองของนักบริหารสถาบันการเงินที่พร้อมปล่อยสินเชื่อแก่ธุรกิจ SMEs และหลายหน่วยงานพยายามคิดค้นวิธีเพื่อกำหนด

นโยบายให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จ เช่น การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า มีความยืดหยุ่นในการตัดสินใจและสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงทีสร้างความได้เปรียบของการประดำเนินธุรกิจ มีนวัตกรรมที่เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมด้วยกระบวนการ ความคิด และลักษณะธุรกิจใหม่และดีกว่าด้วยการคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านการพัฒนาระบบการจัดการสารสนเทศที่ตอบสนองให้เกิดนวัตกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เป็นปัจจัยมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในการบริหารจัดการด้านข้อมูลและการให้บริการลูกค้ามีความสะดวกและรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้า (Dhaka and Nahar, 2014 : 2191-2194) ที่มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานในการให้บริการและการเข้าถึงข้อมูลของลูกค้า จะเห็นได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) มีความสำคัญกับธุรกิจมากอีกตัวหนึ่งในการสร้างความความสำเร็จ จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกินความพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer Loyalty) และผู้วิจัยจึงใช้การวัดคุณภาพการให้บริการ โดยใช้การวัดด้านสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ความรวดเร็ว (Responsiveness) การรับประกัน (Assurance) และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) (Mittal and Gera, 2012 : 57-73) ที่มุ่งเน้นศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการ ประกอบด้วย กายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน และการเอาใจใส่ เพื่อปรับปรุงและจัดการความคาดหวังและความจงรักภักดีของลูกค้า และจากการทบทวนวรรณกรรมยังพบอีกว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร (Operation Efficiency) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อระบบการจัดการลงทุนของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิด แบบจำลอง 7-S ของแมคคินซีย์ (Mckinsey 7-S Framwork) ประกอบด้วย กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) โครงสร้างของธุรกิจ (Structure) ระบบการปฏิบัติงาน (System) บุคลากร (Staff) ทักษะความรู้ความสามารถ (Skill) รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) และค่านิยมร่วม (Shared values) (Khan, 2015: 469-479) ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรธุรกิจ และนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยผลประกอบการที่ดีของธุรกิจ และผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวัดดัชนีความสำเร็จแบบสมดุล (Balance Scorecard: BSC) เป็นตัววัดผลการดำเนินงานของธุรกิจของ (Kaplan and Norton, 1996 : 53-79) ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Finance Performance) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance) และผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Performance) (Campbell et al., 2015 : 39-65) ที่มุ่งเน้นศึกษาระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

จากความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาโมเดลปัจจัยองค์ประกอบในด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และโมเดลสมการโครงสร้างหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ เพื่อทดสอบและพัฒนาโมเดลองค์ประกอบสำคัญของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะทำการทดสอบและพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2.1 เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เป็นการประยุกต์เอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาจัดการสารสนเทศที่ต้องการ โดยอาศัยเครื่องมือทางอินเตอร์เน็ตใหม่ ที่ความสอดคล้องระหว่างโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของ Olszak and Bartus. (2013 : 367-387) ประกอบด้วย

2.1.1 โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Infrastructure) การที่องค์กรมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีคุณภาพดี มีเทคโนโลยีที่สนับสนุนการจัดเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูล (Storage of Technology) คลังข้อมูล (Data Warehouse) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ใช้รวบรวมข้อมูลจำนวนมากจากหลายแหล่งภายในองค์กร และช่วยวิเคราะห์ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์กับลูกค้า และระบบเครือข่าย (Network) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ใช้เชื่อมโยงเอกสารเพื่อจัดระบบข้อมูลของลูกค้าภายในองค์กรและเอื้อต่อการบูรณาการฐานข้อมูลลูกค้า และการตอบสนองความต้องการตามความแตกต่างของลูกค้าแต่ละราย

2.1.2 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Application) การที่พนักงานมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเรียกใช้ข้อมูล การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลลูกค้า อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และความสามารถของลูกค้าในการใช้เทคโนโลยีที่สนับสนุนการสื่อสารและการใช้บริการ (Technology for Communication) ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้การใช้บริการของลูกค้าสะดวกและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ขององค์กรถึงลูกค้ารวดเร็วขึ้น

2.2 ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) การประเมินของผู้รับบริการโดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (expectation service) กับการบริการที่รับรู้จริง (perception service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้รับบริการ และทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Zeithaml and Bitner. (1996 : 31-46) ประกอบด้วย

2.2.1 สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) งานการบริการควรมีความเป็นรูปธรรมจับต้องได้ มีลักษณะเหมือนกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence) ที่ปรากฏให้เห็น เช่น อาคารของธุรกิจ วัสดุ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ให้บริการ ที่จอดรถ ห้องน้ำ ป้ายประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ที่มีความสะดวกสวยงามและสะอาด

2.2.2 ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการมอบบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าตามที่ได้สัญญาและควรจะถูกต้องตรงกับวัตถุประสงค์ของการบริการนั้น ภายในเวลาที่เหมาะสม และสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจจากลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.3 ความรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือและให้บริการอย่างรวดเร็วต่อลูกค้า แสดงออกถึงความตั้งใจในการให้บริการ เห็นลูกค้าที่เข้ารับบริการแล้วพนักงานสอบถามถึงความต้องการและวัตถุประสงค์ พร้อมให้ความช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว

2.2.4 การรับประกัน (Assurance) เป็นการรับประกันว่า พนักงานที่ให้บริการมีความรู้ ความสามารถ และมีจริยธรรมในการให้บริการ และคำนึงถึงความปลอดภัยเกี่ยวกับข้อมูลการทำธุรกรรมของลูกค้าตามมาตรฐาน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่จะได้รับบริการที่ดี

2.2.5 การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) เป็นการดูแลและเอาใจใส่ลูกค้าอย่างจริงจัง เนื่องจากเข้าใจในปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าแต่ละราย พร้อมหาแนวทางและกระบวนการที่จะแก้ปัญหา หรือให้บริการที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ทีการสื่อสารความเข้าใจกับลูกค้าอย่างชัดเจนและถูกต้อง

3. ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร (Operation Efficiency) เป็นการดำเนินงานภายในองค์กรธุรกิจ โดยมีการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ผู้วิจัยใช้แนวคิดแบบจำลอง 7-S ของแมคคินซีย์ (Mckinsey 7-S Framwork) ประกอบด้วย

3.1 กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารตอบคำถามที่สำคัญ เช่น องค์กรอยู่ที่ไหนในขณะนี้ องค์กรมีเป้าหมายอยู่ที่ไหน พันธกิจขององค์กรควรจะเป็นอะไรและการบริหารเชิงกลยุทธ์จะมีความสำคัญซึ่งสามารถที่จะกำหนดและพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นมาได้ และเป็นแนวทางที่บุคคลภายในองค์กรรู้ว่าจะใช้ความพยายามไปในทิศทางใดจึงจะประสบความสำเร็จ

3.2 โครงสร้างองค์กร (Structure) คือ โครงสร้างที่ได้ตั้งขึ้นตามกระบวนการ หรือหน้าที่ของงานโดยมีการรับบุคลากรให้เข้ามาทำงานร่วมกันในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมถึงการจัดระบบระเบียบให้กับบุคคล เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การจัดโครงสร้างองค์กรที่ดีจะมีส่วนช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ลดความซ้ำซ้อนหรือลดความขัดแย้งในหน้าที่

3.3 ระบบการปฏิบัติงาน (System) ในการปฏิบัติงานตามแนวทางเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้นอกจากการจัดโครงสร้างที่เหมาะสมและมีแนวทางที่ดีแล้ว การวิเคราะห์ถึงระบบงานขององค์กรในทุกๆ เรื่อง ทั้งเรื่องระบบการบริหารจัดการ ระบบการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสารสนเทศ ระบบการวางแผน ระบบงบประมาณ ระบบการควบคุม ระบบในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ตลอดจนระบบในการจ่ายผลตอบแทน การจัดระบบการทำงาน (Working System)

3.4 บุคลากร (Staff) ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ส่วนหนึ่งจะขึ้นอยู่กับการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ควรมีการวิเคราะห์ที่อยู่บนพื้นฐานของนโยบายองค์กรที่เป็นตัวกำหนดทิศทางที่องค์กรจะดำเนินไป

3.5 ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) ทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคลในองค์กรสามารถแยกทักษะออกเป็นสองด้าน คือ ทักษะด้านงานอาชีพ (Occupational Skills) เป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้ และทักษะความถนัดหรือความชาญฉลาดพิเศษ (Aptitudes and special talents) นั้นอาจเป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานนั้นๆโดดเด่นกว่าคนอื่น ซึ่งองค์กรคงต้องมุ่งเน้นในการพัฒนาความสามารถทั้งสองด้านควบคู่กัน

3.6 รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) แบบแผนในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และความเป็นผู้นำขององค์กรจะมีบทบาทที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้นำที่ประสบความสำเร็จจะต้องวางโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความสำเร็จขององค์กรและพฤติกรรมของพนักงานทางด้านจรรยาบรรณให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

3.7 ค่านิยมร่วม (Shared values) ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิกขององค์กรที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร และวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในองค์กร หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร รากฐานของวัฒนธรรมองค์กรก็คือ ความเชื่อ ค่านิยมที่สร้างฐานทางปรัชญาเพื่อทิศทางขององค์กร

4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) เป็นการวัดผลการดำเนินงานตามแผนที่ได้วางไว้ของธุรกิจ ผู้วิจัยใช้การวัดดัชนีความสำเร็จแบบสมดุล (Balance Scorecard: BSC) ของ Kaplan and Norton. (1996 : 53-79) ประกอบด้วย

4.1 มุมมองการดำเนินงานด้านการเงิน (Finance Performance) เป็นการตอบคำถามว่า “ถ้าองค์กรเราประสบความสำเร็จด้านการเงิน ผลการดำเนินงานทางการเงินควรเป็นอย่างไร” ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ของมุมมองด้านการเงิน เช่น การเติบโตของรายได้ (Revenue Growth) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยผลิต (Cost per Unit) มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Economic Value Added) เป็นต้น

4.2 มุมมองการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) เป็นการตอบคำถามว่า “เราควรตอบสนองลูกค้าอย่างไร” ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ของมุมมองด้านลูกค้า เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) การเพิ่มลูกค้า (Customer Acquisition) การรักษาลูกค้า (Customer Retention) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า (Customer Profitability)

4.3 มุมมองการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance) เป็นการตอบคำถามว่า “เพื่อตอบสนองความพอใจของผู้ถือหุ้นและลูกค้า องค์กรควรมีกระบวนการที่เป็นเลิศอย่างไรบ้าง” โดยกระบวนการที่สำคัญจะส่งมอบคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และสนองความพึงพอใจของลูกค้า ตัวชี้วัดที่นิยมใช้ของมุมมองด้านกระบวนการภายใน เช่น คุณภาพ (Quality) การผลิต (Productivity) การจัดส่ง (Logistics) ต้นทุน (Cost) เป็นต้น

4.4 มุมมองการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Performance) เป็นการตอบคำถามว่า “เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เราจะทำอย่างไรในการรักษาความสามารถในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา” การเรียนรู้และการพัฒนาของพนักงานในองค์กร จะเป็นดัชนีที่ส่งผลต่อกระบวนการทำงานภายในองค์กร และการพัฒนาขีดความสามารถของการเรียนรู้ จะทำให้กระบวนการทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมมติฐานการวิจัย

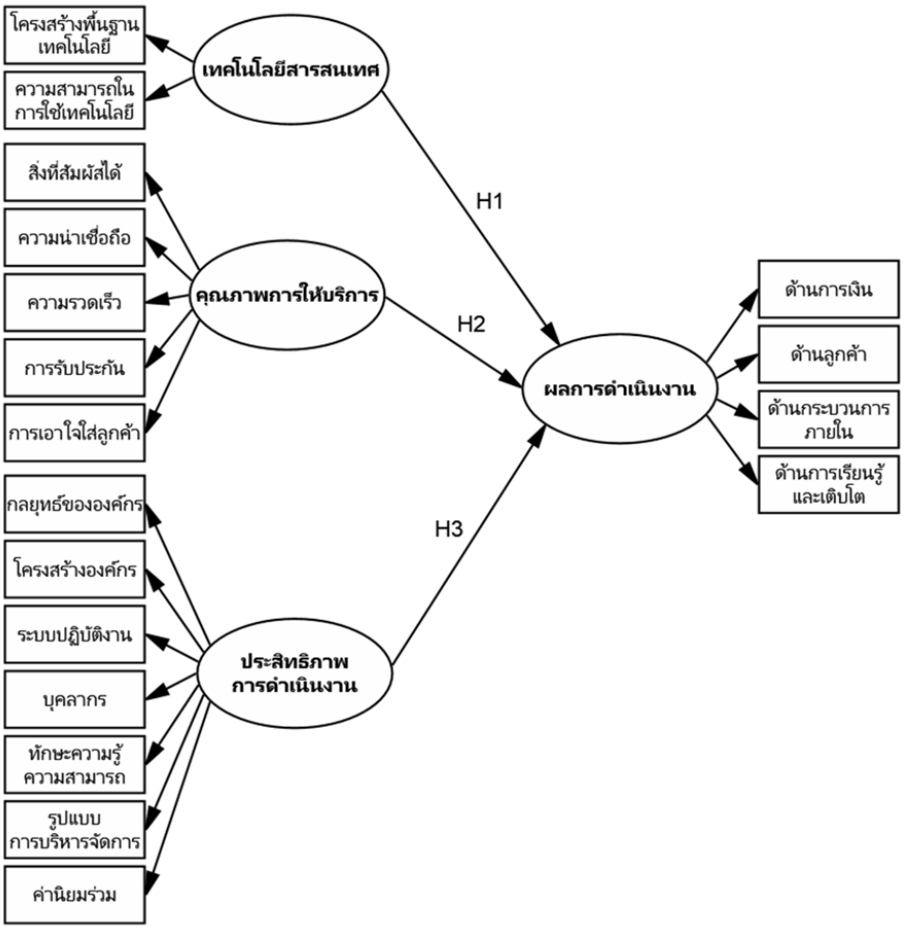
การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของปัจจัยเหตุและผลในระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1 (H_1) : เทคโนโลยีสารเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการลงทุนของธุรกิจ SMEs

สมมติฐานการวิจัย 2 (H_2) : คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการลงทุนของธุรกิจ SMEs

สมมติฐานการวิจัย 3 (H_3) : ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการลงทุนของธุรกิจ SMEs โดยแสดงดังรูปภาพประกอบที่ 1

รูปภาพประกอบที่ 1
โมเดลสมมติฐานระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 775,776 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561 : เว็บไซต์) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan. (1970: 608-610) ได้จำนวน 384 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเงื่อนไขในการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ประเภทพหุตัวแปร ควรกำหนดตัวอย่างประมาณ 15-20 เท่า ของตัวแปรที่ศึกษา (สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณาและรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์, 2554: 21-25) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi–stage Sampling) โดยขั้นที่ 1 เป็นการแบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตามการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) ของแต่ละจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนทั้งหมด 20 จังหวัด และขั้นที่ 2 เป็นการเลือกตัวแทนของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยเป็นการเลือกตัวอย่างที่ให้แต่ละหน่วยในประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่าๆ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555 : 44-45) โดยมีการสุ่มตัวอย่างเป็นช่วงๆ ช่วงละ 20 ตัวอย่าง จากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs

3.2 การวัดคุณภาพลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์ข้อมูล แนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ซึ่งสามารถจำแนกรายระเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) เพียงคำตอบเดียวตามข้อมูลความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list) เพียงคำตอบเดียวตามข้อมูลความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบสำคัญในระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Rating Scales) ประกอบด้วย 1) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Infrastructure) จำนวน 4 ข้อ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Application) จำนวน 4 ข้อ 2) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) จำนวน 4 ข้อ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) จำนวน 3 ข้อ ความรวดเร็ว (Responsiveness) จำนวน 5 ข้อ การรับประกัน (Assurance) จำนวน 3 ข้อ และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) จำนวน 4 ข้อ 3) ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร โดยใช้แนวคิดแบบจำลอง 7-S ของแมคคินซีย์ (Mckinsey 7-S Framwork) ประกอบด้วย กลยุทธ์ขององค์กร (Strategy) จำนวน 4 ข้อ โครงสร้างองค์การ(Structure) จำนวน 3 ข้อ ระบบการปฏิบัติงาน (System) จำนวน 4 ข้อ บุคลากร (Staff) จำนวน 4 ข้อ ทักษะความรู้ความสามารถ (Skill) จำนวน 4 ข้อ รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) จำนวน 3 ข้อ และค่านิยมร่วม (Shared values) จำนวน 3 ข้อ 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) จากกรอบแนวคิด Balance Scorecard (BSC) ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Finance Performance) จำนวน 4 ข้อ ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance) จำนวน 5 ข้อ ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance) จำนวน 4 ข้อ และผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Performance) จำนวน 4 ข้อ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างและพัฒนาขึ้นมาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content Validity) ในด้าน เนื้อหา ความหมาย ข้อความ เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัด ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องรวมทั้งฉบับเป็น 0.98 ซึ่งมีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 (IOC > 0.50) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2555 : 92) และเหมาะสมครอบคลุมเนื้อหาในการวิจัย

3.3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง (Tryout) จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย และได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟา (Alpha-reliability Coefficient) ของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับเป็น 0.971 และเมื่อจำแนกเป็นรายตัวแปรแฝง พบว่า

เทคโนโลยีสารสนเทศมีค่า 0.950 คุณภาพการให้บริการมีค่า 0.972 ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรมีค่า 0.971 และผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่า 0.974 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นได้ค่ามากกว่า 0.80 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551: 449) และทุกตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์ในการจัดการข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ AMOS เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) ซึ่งทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางลบ และขนาดของความสัมพันธ์มีค่าอยู่ในระดับใด เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์โมเดล

3.4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) โดยการทดสอบสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการวัด (Measurement model) ในแต่ละองค์ประกอบ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้ตรงกับการสร้างความสัมพันธ์ตามทฤษฎีหรือไม่ และเพื่อตรวจสอบโมเดลสมมติฐานที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (Model evaluation) เป็นการประเมินผลความถูกต้องของโมเดล โดยประเมิน 2 ส่วนคือ (1) ประเมินความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม (Overall model fit measure) และ (2) ประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล (Component fit measure) (Diamantopoulos and Siguaw, 2000 อ้างถึงใน สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์, 2554: 21-25)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 384 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.4 มีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 59.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ในช่วง 11-15 ปี มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และสถานภาพปัจจุบันในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs พบว่า โดยส่วนใหญ่มีการประกอบธุรกิจ SMEs ประเภทธุรกิจการค้า มีจำนวน 237 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 61.7 จำนวนเงินทุนจดทะเบียนอยู่ในช่วง 10,000,001-50,000,000 บาท มีจำนวน 174 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 45.3จำนวนพนักงานอยู่ในช่วง 26-50 คน มีจำนวน 178 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.4 มีจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการอยู่ในช่วง 2,001-5,000 ราย มีจำนวน 163 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 42.4 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจนับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งอยู่ในช่วง 11-15 ปี มีจำนวน 186 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 48.4

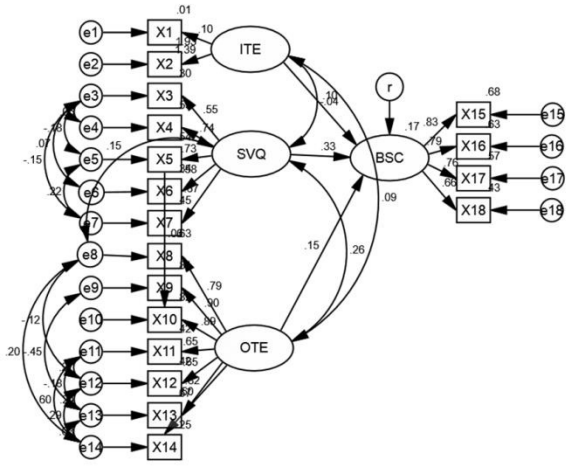
4.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) เพื่อการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยการทำ Correlation matrix เพื่อตรวจสอบปัญหาการที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง (Multicollinearity) ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่เกิน 0.80 ($r < 0.80$) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551: 449) หรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่เกิน 0.80 จึงสามารถวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ (Assessment of model fit) ผลการวิเคราะห์พบว่า ในภาพรวมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ส่วนใหญ่มีค่าไม่เกิน 0.80 ความสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้มีระดับความสัมพันธ์ไม่สูงมากนัก ไม่เกิดปัญหา Multicollineartiry และตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดอยู่บนองค์ประกอบร่วมกัน ดังนั้นมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis) เพื่อทดสอบโมเดลการวิจัยและทดสอบสมมติฐานได้

4.3 การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis: SEM) โดยการทดสอบสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Infrastructure: X1) ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Application: X2) สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles: X3) ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability: X4) ความรวดเร็ว (Responsiveness: X5) การรับประกัน (Assurance: X6) การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy: X7) กลยุทธ์ (Strategy: X8) โครงสร้าง(Structure: X9) ระบบการปฏิบัติงาน (System: X10) บุคลากร (Staff: X11) ทักษะความรู้ความสามารถ (Skill: X12) รูปแบบการบริหารจัดการ (Style: X13) ค่านิยมร่วม (Shared values: X14) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Finance Performance: 15) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Performance: 16) ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Performance: 17) และผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Performance: 18) แสดงดังรูปภาพประกอบที่ 2

รูปภาพประกอบที่ 2
ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์



Chi-square=83.971,df=113,p=.981
CMIN/DF=.743,GFI=.977,AGFI=.965,CFI=1.000,RMSEA=.000,RMR=.020

ตาราง 1 ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
Chi-square	P ≥ 0.05	0.981	ผ่านเกณฑ์
CMIN/DF	เข้าใกล้ 1	0.743	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.90	0.977	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.965	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	1.000	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	0.000	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.020	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 1 พบว่า โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis: SEM) ของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวม พบว่า การทดสอบไคว์-สแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (P = 0.981 ; ≥ 0.05) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อพิจารณาดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ดัชนีทุกตัวได้แก่ GFI = 0.977, AGFI = 0.965, CFI = 1.000 ผ่านเกณฑ์ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR = 0.000 และ RMSEA = 0.020 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ดัชนี CMIN/DF มีค่าเท่ากับ 0.743 ซึ่งเข้าใกล้ 1 ด้วย จึงสรุปได้ว่า โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis: SEM) ของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงในแต่ละองค์ประกอบภายใน โมเดลสมการโครงสร้างของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs

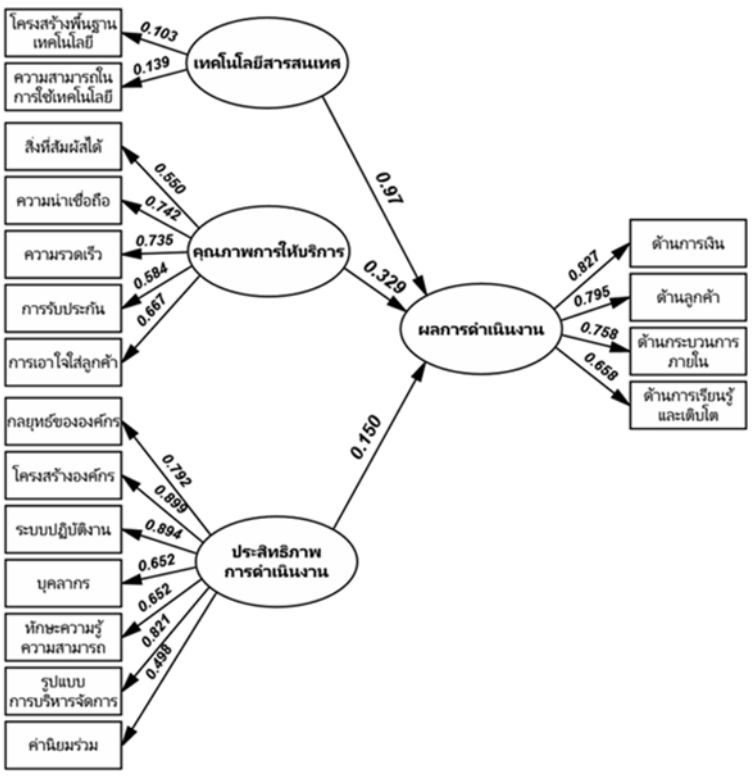
องค์ประกอบ /ตัวแปร	Factor loading			t	R^2
	B	S.E.	Beta		
ITE					
X1	0.046	0.157	0.011	0.291*	0.103
X2	1.000		0.193		0.139
SVQ					
X3	0.799	0.168	0.303	4.762*	0.550
X4	0.985	0.104	0.550	9.439*	0.742
X5	0.986	0.079	0.540	12.462*	0.735
X6	0.803	0.093	0.341	8.624*	0.584
X7	1.000		0.446		0.667
OTE					
X8	2.027	0.191	0.627	10.590*	0.792
X9	2.514	0.245	0.807	10.247*	0.899

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงในแต่ละองค์ประกอบภายใน โมเดลสมการโครงสร้างของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs (ต่อ)

องค์ประกอบ /ตัวแปร	Factor loading			t	R^2
	B	S.E.	Beta		
X10	2.308	0.224	0.823	10.299*	0.894
X11	1.519	0.114	0.425	13.276*	0.652
X12	1.556	0.150	0.425	10.359*	0.652
X13	2.007	0.202	0.674	9.954*	0.821
X14	1.000		0.248		0.498
BSC					
X15	1.000		0.684		0.827
X16	0.896	0.056	0.632	15.985*	0.795
X17	0.925	0.061	0.575	15.249*	0.758
X18	0.800	0.062	0.433	12.988*	0.658

* $p < 0.05$

รูปภาพประกอบที่ 3
โมเดลของปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย



จากตาราง 2 และรูปภาพประกอบที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) ของโมเดลการวัดองค์ประกอบเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการให้บริการ ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร และผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ซึ่งสามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

1) เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดทั้ง 2 มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.139) มีความผันแปรร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 19.3 และ โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Factor loading = 0.103) มีความผันแปรร่วมกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

2) คุณภาพการให้บริการ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดทั้ง 5 มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดความเชื่อถือและไว้วางใจได้มีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.742) มีความผันแปรร่วมกับคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 55.0 รองลงมาได้แก่ ตัวชี้วัดความรวดเร็ว (Factor loading = 0.735) มีความผันแปรร่วมกับคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 54.0 ตัวชี้วัดการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Factor loading = 0.667) มีความผันแปรร่วมกับคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 44.6 ตัวชี้วัดการรับประกัน (Factor loading = 0.584) มีความผันแปรร่วมกับคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 34.1 และตัวชี้วัดสิ่งที่สัมผัสได้ (Factor loading = 0.550) มีความผันแปรร่วมกับคุณภาพการให้บริการ ร้อยละ 30.3 ตามลำดับ

3) ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบ ของตัวชี้วัดทั้ง 7 มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดโครงสร้างของธุรกิจมีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.899) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ร้อยละ 80.7 รองลงมาได้แก่ ตัวชี้วัดระบบการปฏิบัติงาน (Factor loading = 0.894) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 82.3 ตัวชี้วัดรูปแบบการบริหารจัดการ (Factor loading = 0.821) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 67.4 ตัวชี้วัดกลยุทธ์ของธุรกิจ (Factor loading = 0.792) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 62.7 ตัวชี้วัดบุคลากร (Factor loading = 0.652) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 42.5 ตัวชี้วัดรูปแบบการบริหารจัดกา (Factor loading = 0.652) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 42.5 และตัวชี้วัดค่านิยมร่วม (Factor loading = 0.498) มีความผันแปรร่วมกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ร้อยละ 24.8 ตามลำดับ

4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของตัวชี้วัดทั้ง 4 มีค่าเป็นบวก โดยตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินมีความสำคัญมากที่สุด (Factor loading = 0.827) มีความผันแปรร่วมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ร้อยละ 68.4 รองลงมาได้แก่ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Factor loading = 0.795) มีความผันแปรร่วมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ร้อยละ 63.2 ตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Factor loading = 0.758) มีความผันแปรร่วมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ร้อยละ 57.5 และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Factor loading = 0.658) มีความผันแปรร่วมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ร้อยละ 43.3 ตามลำดับ

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุภายในโมเดลสมการโครงสร้าง ของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs

ตัวแปรผล	อิทธิพล	ตัวแปรเหตุ		
		ITB	SVQ	OTE
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BSC)	DE	0.097*	0.329*	0.150*
	IE	0.000	0.000	0.000
	TE	0.097*	0.329*	0.150*
R^2 = 0.166				

*p < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์โมเดลอิทธิพลของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถเขียนในรูปสมการโครงสร้าง (Structural equation model analysis: SEM) ได้ดังนี้

$$CRM = 0.097*ITE + 0.329*SVQ + 0.150*OTE \; ; \; R^2 = 0.166$$

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ข้อที่	สมมติฐาน	อิทธิพล	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	H1 : เทคโนโลยีสารเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	DE = 0.097*	ยอมรับ
2	H2 : คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	DE = 0.329*	ยอมรับ
3	H3 : ประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs	DE = 0.150*	ยอมรับ

จากตาราง 4 สามารถอธิบายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย และอภิปรายผลได้ดังนี้

4.4.1 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 (H_1) คือ เทคโนโลยีสารเทศมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs แสดงว่า เมื่อธุรกิจ SMEs มีเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในระดับสูง ย่อมทำให้ระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Olszak & Bartus. (2013 : 367-387) ที่พบว่า การออกแบบและพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นการจัดการความซับซ้อนในโลกสื่อสังคม ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นตัวช่วยในการจัดการและปรับเปลี่ยนข้อมูลและกิจกรรมที่แตกต่างกันในกับผู้รับบริการ ซึ่งด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศนั่น ธุรกิจต้องมีเทคโนโลยีที่ดี ทันสมัยในการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการจัดการข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงระหว่างฐานข้อมูลในการให้บริการกับลูกค้า และต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้เหมาะสมกับการใช้งานที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พนักงานต้องมีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี

สารสนเทศในการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า ช่องทางของข่าวสารในการแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4.4.2 ยอมรับสมมติฐานที่ 2 (H_2) คือ คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs แสดงว่า เมื่อธุรกิจ SMEs มีคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้า ในระดับสูง ย่อมทำให้ระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mittal and Gera. (2012 : 57-73) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้บริการของลูกค้า ได้แก่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านกายภาพ โดยมุ่งเน้นสภาพแวดล้อมโดยรวมที่มีความเหมาะสม ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจที่พนักงานต้องมี ลักษณะบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการ ด้านความรวดเร็วที่พนักงานต้องให้ความช่วยเหลือและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า ด้านการรับประกันที่ธุรกิจต้องให้บริการลูกค้าด้วยหลักจริยธรรม และการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าที่ธุรกิจต้องดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดีและให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างชัดเจนถูกต้อง

4.4.3 ยอมรับสมมติฐานที่ 3 (H_3) คือ การดำเนินงานภายในองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs แสดงว่า เมื่อธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ด้านกลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบการปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะความรู้ความสามารถ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วมในระดับสูง ย่อมทำให้ระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khan. (2015 : 469-479) ที่พบว่า องค์กรธุรกิจที่จะดำเนินการได้อย่างยั่งยืนต้องมีการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ และมีการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานในด้านกลยุทธ์ขององค์กร ที่ต้องมีเป้าหมายและพันธกิจที่สอดคล้องกัน และต้องมีการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านโครงสร้างขององค์กรธุรกิจเพื่อนำไปสู่เป้าหมาย และมีความคล่องตัวในการปฏิบัติงานลดความซ้ำซ้อนทำให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติหน้าที่ ด้านระบบการปฏิบัติงานนั้นควรมีระบบปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าที่ดีและเหมาะสม และต้องมีการปรับปรุงพัฒนาระบบการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ด้านบุคลากรขององค์กรต้องมีความพร้อมในการให้บริการกับลูกค้าและปฏิบัติหน้าที่อย่างมีจรรยาบรรณ ด้านทักษะความรู้ความสามารถต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถอย่างต่อเนื่อง ด้านรูปแบบการบริหารจัดการ ต้องมีความสอดคล้องชัดเจนและเป็นหนึ่งเดียวกัน และด้านค่านิยมร่วมที่องค์กรธุรกิจควรมีบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกัน ทำให้มีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีและเข้มแข็ง

5. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs เช่น องค์ประกอบด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ช่วยเพิ่มประสิทธิผลของธุรกิจ SMEs องค์ประกอบที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เป็นต้น

5.1.2 ควรมีการเปรียบเทียบระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs แต่ละภาคของประเทศ หรือกำหนดกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจ SMEs ทั้งประเทศเพื่อวิจัยในภาพรวม

5.1.3 ควรมีการนำโมเดลและองค์ประกอบที่ได้ไปทำการวิจัยซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างอื่นเพื่อตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไปและอาจจะนำตัวแปรที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ ไปทำการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่ภายในประเทศและต่างประเทศได้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรมีการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จะส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อบุคคลและองค์กร โดยผู้บริหารมีส่วนในการรับผิดชอบด้านการวางแผน การจัดองค์กร การสั่งการ และการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศต้องมีการติดตั้งเครื่องมือและถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจการใช้งานระบบ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้ระบบให้สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนการทำงาน และการส่งเสริมพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแก่กลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

5.2.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรมีการมุ่งเน้นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ด้านกายภาพ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ ความรวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับธุรกิจในการสร้างความความสำเร็จในการบริหารลูกค้าและการบริการที่ดีตรงกับความต้องการ ทำให้ลูกค้าเกินความพอใจและการรักษาฐานลูกค้าที่มีความภักดีต่อธุรกิจจำเป็นต้องรักษาคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวเปรียบเทียบความคาดหวังของลูกค้าต่อการรับรู้การดำเนินงานของธุรกิจ

5.2.3 ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กรด้านกลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบการปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะความรู้ความสามารถ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วม โดยการประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในของธุรกิจมีความจำเป็นอย่างยิ่งและมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์กรแบบยั่งยืน เนื่องจากจะทำให้เราได้รู้สภาพความเป็นจริงว่า ธุรกิจที่เปิดดำเนินการมีสมรรถนะอย่างไร แล้วยังเป็นการตรวจสอบการดำเนินการตามแผนที่กำหนดนั้นเป็นไปตามที่ได้วางแผนไว้หรือไม่ ตลอดจนการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้เกิดความเหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์สภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อการทดสอบและพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า โมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และองค์ประกอบสำคัญของระบบการจัดการสารสนเทศของการลงทุนธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้ด้านกายภาพ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ความรวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์ขององค์กร โครงสร้างองค์กร ระบบการปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะความรู้ความสามารถ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วม ถ้าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับองค์ประกอบดังกล่าวจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานงานของธุรกิจและนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย กาญจนวาสี. (2555). *สถิติประยุกต์สำหรับการวิจัย.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์. (2554). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561) . *บทบาทการส่งเสริมธุรกิจ SMEs สู่ยุค 4.0.* ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก http://sme.go.th/th/index.php/component/search/cms.php?modulekey=118.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561) . *สถิติการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ.* ค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2561 จาก http://www.sme.go.th/th/index.php? 22-8-61 The Office of SMEs Promotion (OSMEP)

Campbell, D., Datar, S. M., Kuip, S. L. and Narayanan, V. G. (2015). Testing Strategy with Multiple Performance Measures: Evidence from a Balanced Scorecard at Store24. *Journal of Management Accounting Research*, 27(2) : 39-65.

Dhaka, V. P. and Nahar, P. (2014). A Review : Benefits and Critical Factors of Customer Relationship Management. *International Journal of Advanced Networking and Applications.* 6(1) : 2191-2194.

Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California Management Review,* 39(1) : 53-79.

Khan, M. K. (2015). Factors Essential for Longevity Among Dow Jones Index Organizations : QCA Analysis. *The Journal of Developing Areas,* 49(6) : 469-479.

Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement,* 30 : 608-610.

Mittal, S. and Gera, R. (1012). Relationship Between Service Quality Dimensions and Behavioral Intentions: An Sem Study of Public Sector Retail Banking Customers in India. *Journal of Services Research,* 12(2) : 57-73.

Olszak, C. and Bartus, T. (2013). Multi-Agent Framework for Social Customer Relationship Management Systems. *Issues in Informing Science and Information Technology,* 10 : 367-387.

Zeithaml, V. A., Berry, L.L., and Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing,* 60(2) : 31-46.

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Effects of Efficiency of Accounting Information System on Firm Performance of Thai- Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand

เยาวนุช รักสงฆ์*

Yaowanuch Raksong[2]

Received: November 5,2018, Revised: December 10,2018, Accepted : January 8,2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 213 ราย โดยตัวแปรอิสระในงานวิจัย คือ ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลา และ ด้านความเข้าใจได้ และตัวแปรตาม คือผลการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วยผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ ด้านที่ไม่ใช่การเงิน

ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง และด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ในขณะที่ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลา และด้านความเข้าใจได้ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความถูกต้องและด้านความเข้าใจได้ มีผลกระทบเชิงบวกกับ ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานของธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ : ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ประสิทธิภาพ ผลการดำเนินงาน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

---

* อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* Lecturer ,Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

Abstract

This research aimed to examine the effects of efficiency of accounting information system on firm performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. The research was conducted by using questionnaires as research instruments for collecting data from 213 accounting executives of Thai- Listed Companies. The efficiency of accounting information system was set as independent variables, including, Accuracy, Completeness, Timeliness, and Understandability. The dependent variable is firm performance, which included financial and non-financial perspective.

The results found that the efficiency of accounting information system in aspects of accuracy and completeness had positive effect on overall firm performance of the Thai-listed companies.
The efficiency of accounting information system in aspects of accuracy, completeness, timeliness, and understandability had positive effect on firm performance in aspects to financial perspective of Thai-listed companies. The efficiency of accounting information system in aspects of accuracy and understandability had positive effect on firm performance in aspects to non-financial perspective. The Thai-listed companies and other related organization can apply this research for improving the accounting information system efficiency in order to increase business performance in the future.

Keyword: Accounting Information System, Efficiency, Performance, Thai-listed Company

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องโดยเฉพาะสถานการณ์ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีผลทำให้ภาคธุรกิจต้องเผชิญกับแข่งขันที่รุนแรงทางธุรกิจ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ธุรกิจต่างๆ จึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Marcus, 2015) โดยปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันแก่ธุรกิจในปัจจุบัน คือ การนำเอาระบบสารสนเทศมาใช้ โดยเฉพาะระบบสารสนเทศทางธุรกิจ ซึ่งเป็นระบบที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจ โดยถูกออกแบบและพัฒนาให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ทางธุรกิจ ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้องค์การสามารถประสานงานและใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ระดับปฏิบัติงานจนถึงระดับบริหาร โดยระบบสารสนเทศทางทางการธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการตัดสินใจของผู้บริหารและผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วย (Konthong and Ussahawanichakit, 2010)

ระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System : AIS) เป็นระบบที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อรวบรวม จัดเก็บ จัดระบบ ประมวลผล และนำเสนอข้อมูลและสารสนเทศทางบัญชีและการเงิน ที่ช่วยในการตัดสินใจแก่ผู้ใช้สารสนเทศทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งโดยทั่วไปมักจะเป็นระบบที่ทำงานบนคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการตรวจสอบกิจกรรมทางการบัญชีและเชื่อมโยงกับทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและรายงานทางการเงิน (Sajady et al, 2008) ซึ่งในอดีตงานทางด้านบัญชีจะมุ่งเน้นงานเชิงเอกสารซึ่งอาจจะต้องใช้เวลามาก และทำให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย แต่ในปัจจุบันที่ระบบสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการรายงานทางการบัญชีและการตัดสินใจทางธุรกิจ ทำให้ภาคธุรกิจจำนวนมากมีการนำระบบสารสนเทศทาง

การบัญชีมาใช้ในองค์กร (Thapayom and Ussahawanitchakit, 2015) เนื่องจาก ระบบสารสนเทศทางการบัญชีจะสามารถลดระยะเวลาและเพิ่มความถูกต้องใน การทำงาน และสามารถสนับสนุนการดำเนินงานได้ (Bebeselea, 2014)

ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Effects of Efficiency of Accounting Information System) หมายถึง ความสามารถของระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการรวบรวม จัดระบบ และนำเสนอสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังรวมถึงความสามารถในการออกแบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีความสอดคล้องกับนโยบาย เป้าหมาย และกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งสารสนเทศทางการบัญชีที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถให้ข้อมูลและรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวม การวิเคราะห์ การรายงานข้อมูลทางการเงินเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะต้องครอบคลุมรายการค้าทั้งหมดที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชีเพื่อให้รายงานทางการเงินเกิดความครบถ้วน ถูกต้อง ทันต่อเวลาและเชื่อถือได้ (อุเทน เลานำทา, 2559) โดยประสิทธิภาพการรายงานทางการบัญชีมีผลกรทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เนื่องจาก รายงานทางการบัญชีที่ดี ถูกต้องและเหมาะสม จะทำให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจได้อย่างถูกต้องและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Suryanto, 2016 และ Wright, 2016) โดยในงานวิจัยนี้ ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี สามารถวัดได้จากคุณภาพของรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วยด้านความถูกต้อง (Accuracy) ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness) ด้านความทันต่อเวลา (Timeliness) และด้านความเข้าใจได้ (Understandability) (Malekinejad, 2016)

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Listed company) เป็นบริษัทจดทะเบียนเป็นบริษัทมหาชนจำกัด ที่ได้รับอนุมัติจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ให้สามารถออกและเสนอขายหลักทรัพย์ต่อประชาชน และได้รับอนุมัติจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้เข้าเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามขนาดของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว โดยบริษัทเหล่านี้จะให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพ เพื่อจูงใจนักลงทุน ซึ่งงานวิจัยในอดีตพบว่าข้อมูลทางการเงินที่ดีจะมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์และการตัดสินใจลงทุน (Cheng et al., 2005 และ Berger, 2011) ดังนั้นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงได้มีการนำเอาระบบสารสนเทศทางการบัญชีเข้ามาใช้เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและคุณภาพรายงานทางการเงิน โดยในอดีต ได้มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับ ระบบสารสนเทศทางการบัญชีในตลาดทุนไว้บ้าง โดยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ ระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับมูลค่าหุ้นโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เช่น Lam et al. (2013), Omokhudu and Ibadin,. (2015) ที่เน้นการศึกษาความสัมพันธ์ของมูลค่าของกิจการและสารสนเทศทางบัญชี นอกจากนี้ Arunruangsirilert (2017) ได้ศึกษาผลกระทบของสารสนเทศทางการบัญชีบริหารต่อมูลค่ากิจการข้อมูลของบริษัทในดัชนี SET100 ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยการวิเคราะห์มูลค่ากิจการผ่าน Tobin's Q ซึ่งจะสังเกตได้ว่า งานในอดีตนั้นยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ผลกระทบและความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงาน ทั้งๆ ที่ประสิทธิภาพของระบบระบบสารสนเทศทางการบัญชีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจของผู้บริหารและส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและวางแผนการใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชีให้สอดคล้องกับธุรกิจและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ ความคิดเห็นของผู้บริหารฝ่ายบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

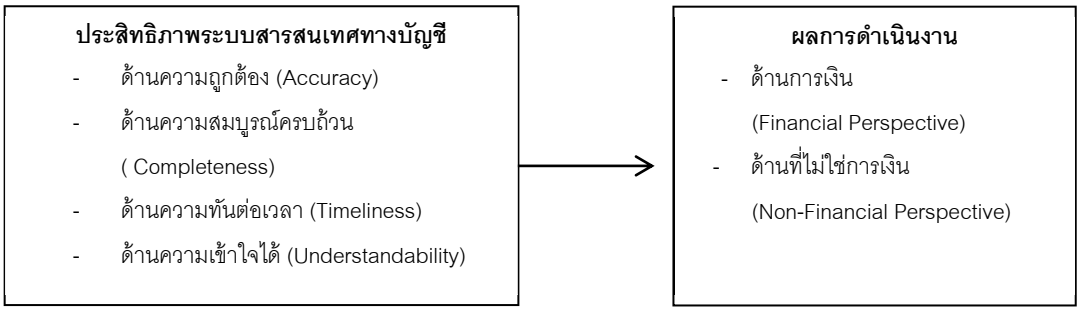
งานวิจัยในอดีตได้มีการศึกษาถึงความสำคัญและประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี โดยส่วนใหญ่เป็นการวัดประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีผ่านคุณภาพของรายงานทางการเงินที่ได้จากการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เช่น Malekinejad (2016) กล่าวถึงประสิทธิภาพรายงานทางการเงินว่า การวัดผลประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินจะทำให้ทราบถึงคุณภาพในการจัดทำรายงานการเงิน ซึ่งมักจะวัดประเมินจากความรวดเร็วหรือทันต่อเวลา นอกจากนี้ ยังสามารถวัดประเมินจากความถูกต้องและครบถ้วนของรายงานทางการเงินและบัญชี (Angeloni, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วรรณวิมล ศรีหิรัญ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า คุณภาพของระบบสารสนเทศทางบัญชี เป็นผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศทางบัญชีที่มีคุณลักษณะถูกต้อง น่าเชื่อถือได้ ครบถ้วน และทันเวลา นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศทางการบัญชี และเน้นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชี เช่น งานวิจัยของ ปัทมาวดี ดวงดารา (2558) ที่ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการ

การศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ มักมีแนวทางการวัดสองแนวทาง คือ ผลการดำเนินงานที่เป็นด้านการเงิน ซึ่งมักจะดูจากผลตอบแทนจากการลงทุน นอกจากนี้ยังพิจารณาที่ยอดขาย กำไร ในขณะที่อีกด้านหนึ่งคือการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงินเป็นการประเมินที่มุ่งเน้นผลการดำเนินงานทางธุรกิจนอกเหนือจากด้านการเงิน เช่น ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการบริหารภายใน และด้านการพัฒนาบุคลากร (Oluwafemi et. al., 2014) ซึ่งงานวิจัยในอดีตหลายงานพบว่าประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางบัญชีและคุณภาพของรายงานทางการเงินมีผลกระทบทางบวกต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร และผลการดำเนินงาน (Beyer et. al. 2010) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Elbanna, et. al. (2013) ที่พบว่าคุณภาพของรายงานทางการเงินนอกจากจะสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารแล้ว ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจแก่นักลงทุนซึ่งส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้วย นอกจากนี้ดลฤดี ใต้เวชศาสตร์ และ วิชิต อู่อ้น (2560) ได้ศึกษาถึง ประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยเน้นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงิน ซึ่งพบว่าประสิทธิภาพการรายงานทางการเงิน ซึ่งประกอบด้วย การรายงานที่ตรงต่อเวลา การรายงานที่ถูกต้องแม่นยำ การรายงานที่โปร่งใส ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

ในการศึกษาประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ในงานวิจัยนี้ ได้ประยุกต์จากแนวคิดลักษณะที่ดีของระบบสารสนเทศทางการบัญชีและประสิทธิภาพการรายงานทางการเงิน ของ Malekinejad (2016) โดยมีกรอบวิจัยดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลกรอบประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับผลการดำเนินงาน



ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง ความสามารถของระบบสารสนเทศทางการบัญชีในการรวบรวม จัดระบบ และนำเสนอสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย

- ด้านความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่ดีควรจะมีความถูกต้องแม่นยำสูง หรือถ้ามีความคลาดเคลื่อน (errors) ปนอยู่บ้าง ก็ควรที่มีขนาดของความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด
- ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (Completeness) หมายถึง ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากระบบสารสนเทศทางการบัญชี จะต้องเป็นข้อมูลที่ให้ข้อเท็จจริง (facts) หรือข่าวสาร (information) ที่ครบถ้วนทุกด้านทุกประการ มิใช่ขาดส่วนหนึ่งส่วนใดไปทำให้นำไปใช้การไม่ได้
- ด้านความทันต่อเวลา (Timeliness) หมายถึง ระบบสารสนเทศทางการบัญชีจะต้องสามารถให้ข้อมูลที่ทันสมัย (up to date) และทันต่อความต้องการของผู้ใช้ ถ้าผลิตข้อมูลออกมาช้า ก็ไม่มีคุณค่าถึงแม้จะเป็นข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ
- ด้านความเข้าใจได้ (Understandability) หมายถึง ข้อมูลในงบการเงินที่ได้จะต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งควรเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้งบการเงินเข้าใจได้โดยตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าผู้ใช้งบการเงินมีความรู้ ตามควรเกี่ยวกับธุรกิจ กิจกรรมเชิงเศรษฐกิจและการบัญชี

ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์จากการทำงานขององค์การที่เป็นไปตามเป้าหมายและจุดประสงค์องค์กร และยังมีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ โดยในงานวิจัยนี้จะแบ่งเป็น 2 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงินและมุมมองด้านที่ไม่ใช่การเงิน

- ด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น การเพิ่มรายได้, ประสิทธิภาพในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำและมีการสูญเสียระหว่างผลิตน้อย, การหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ
- ด้านที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Financial Perspective) เป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการเงิน ได้แก่ การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน การประสานงานภายในองค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์องค์กร และการจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์

สมมติฐานในการวิจัย

1. ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลาและ ด้านความเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

2. ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลาและ ด้านความเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

3. ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลาและ ด้านความเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

4.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 551 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2561) โดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารฝ่ายบัญชีหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจด้านการเงินและบัญชีของบริษัท

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยผู้วิจัยได้ใช้มาตรวัดในลักษณะ Likert Scale 5 ระดับ ในการวัดประสิทธิภาพของสารสนเทศทางการบัญชีและผลการดำเนินงาน โดยกำหนดให้ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด จนถึง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งช่วงคะแนนสำหรับการแปรความหมายออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้ ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51–5.00 เป็นระดับที่เห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51–4.50 เป็นระดับที่เห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.01–3.50 เป็นระดับที่เห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.51–3.00 เป็นระดับที่เห็นด้วยค่อนข้างน้อย ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.51–2.50 เป็นระดับที่เห็นด้วยน้อย และค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00–1.50 เป็นระดับที่เห็นด้วยน้อยที่สุด

เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้สร้างขึ้นตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งเป็นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชี ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่งในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลการดำเนินงาน

4.3 การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 551 ชุด ไปยังบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและปรากฏว่ามีแบบสอบถามถูกส่งกลับคืนจำนวน 11 ชุดเนื่องจากมีการย้ายหรือเปลี่ยนแปลงที่อยู่ ซึ่งทำให้มีจำนวนแบบสอบถามที่ส่งถึงผู้รับจำนวน 540 ชุด และเมื่อครบกำหนด ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมา จำนวน 213 ชุด ซึ่งถือว่ามีอัตราการตอบกลับร้อยละ 39.44 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, และ Day (2001) ที่กล่าวไว้ว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีและผลการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในขณะที่การทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานใช้การวิเคราะห์

สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression)

4.4 การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการ ทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือจากแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้โดย การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discrimination Power)โดยใช้เทคนิค Item-Total Correlation ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ตัวแปรประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีค่าระหว่าง 0.667 – 0.962 และตัวแปรผลการดำเนินงานมีค่าระหว่าง 0.739 – 0.878 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al (2006) ซึ่งแนะนำว่าค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อไม่ควรต่ำกว่า 0.40 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ยังได้หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยการประเมินจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยจากการทดสอบพบว่าตัวแปรประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีค่าความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง 0.898 – 0.964 และตัวแปรผลการดำเนินงาน มีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.801 – 0.899 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ที่กล่าวไว้ว่าความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach alpha ซึ่งแนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.00 และเพศหญิง ร้อยละ 47.00 เมื่อพิจารณาถึงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง อายุ 40 – 45 ปี (ร้อยละ 42.41) ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชี ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 62.12) รองลงมาคือกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 22.22) สำหรับประสบการณ์การทำงานด้านบัญชีพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณทำงานด้านบัญชี 11 -15 ปี (ร้อยละ 31.13) สำหรับตำแหน่งงานในปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานในตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 44.20) รองลงมา ผู้จัดการฝ่ายบัญชี (ร้อยละ 37.41) นอกจากนี้ ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,000 – 75,000 บาท (ร้อยละ 31.59)

5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีและผลการดำเนินงาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ผลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารฝ่ายบัญชีเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20) และ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุด โดยมีระดับอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.53) นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีมีระดับความคิดเห็นในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านความถูกต้อง (Accuracy) ($\bar{x}$ = 4.36) ด้านความเข้าใจได้ (Understandability) ($\bar{x}$ = 4.28) และ ด้านความทันต่อ เวลา (Timeliness) ($\bar{x}$ = 3.73)

จากผลข้างต้นจะพบว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน มากที่สุดเนื่องจาก ความสมบูรณ์ครบถ้วนของบัญชีมีผลสำคัญต่อความการตัดสินใจของผู้บริหาร เนื่องจาก การตัดสินใจทางธุรกิจ จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และเชื่อถือได้ หากสารสนเทศทางการบัญชีขององค์กรมีข้อผิดพลาด ก็จะส่งผลทำให้การตัดสินใจเกิดความผิดพลาดได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Wright (2016) และ Kardan et al.,(2016) ที่กล่าวว่า ระบบบัญชีที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจะสามารถสร้างรายงานทางเงินที่สนับสนุน การตัดสินใจของผู้บริหารและเกิดผลที่ดีต่อองค์กร

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี	$\overline{X}$	S.D	**ระดับความคิดเห็น**
1 ด้านความถูกต้อง (ACC)	4.36	0.66	มาก
2 ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM)	4.53	0.78	มากที่สุด
3 ด้านความทันต่อเวลา (TIM)	3.73	0.82	มาก
4. ด้านความเข้าใจได้ (UND)	4.28	0.86	มาก
โดยรวม	4.20	0.79	มาก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารฝ่ายบัญชีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทั้ง 2 ด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการเงิน ($\bar{x}$ = 3.77) และด้านที่ไม่ใช่การเงิน ($\bar{x}$ = 3.70) ซึ่งจากผลข้างต้นจะเห็นว่าผู้บริหารฝ่ายบัญชีให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานทั้งสองด้าน ทั้งด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงินมาก เนื่องจากผลการดำเนินงานทั้งสองด้าน เป็นเครื่องชี้วัดถึงความสำเร็จและความสามารถในการทำงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pun and White (2005) พบว่า การวัดผลการดำเนินงานเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารองค์กร ซึ่งจะต้องให้ความสำคัญทั้งในด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน เช่น กระบวนการภายใน และด้านลูกค้า เป็นต้น

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน (PER)	$\overline{X}$	S.D.	**ระดับความคิดเห็น**
1. ด้านการเงิน (FIN)	3.77	1.07	มาก
2. ด้านที่ไม่ใช่การเงิน (NOF)	3.70	1.12	มาก
โดยรวม	3.73	1.09	มาก

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานในการศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานในครั้งนี้ ได้เริ่มจากใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ ก่อนที่จะนำตัวแปรไปทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ระหว่าง -0.150 – 0.740 ซึ่งอาจจะเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า มีค่า VIFs มีค่า ระหว่าง 1.108 – 1.959 ซึ่งทุกค่ามีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่มีผลทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Hair et al., 1995)

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ตัวแปรประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงาน

ตัวแปร	PER	FIN	NON	ACC	COM	TIM	UND	VIFs
$\bar{x}$	3.73	3.77	3.73	4.36	4.53	3.73	4.28	
S.D.	1.09	1.07	1.12	0.66	0.78	0.82	0.86	
PER	-	0.361*	-0.662*	-0.150*	-0.322*	0.337*	0.121*	1.191
FIN		-	0.363*	0.135*	0.111*	0.067	0.047	1.959
NON			-	0.634**	0.029	0.740*	-0.062	1.785
ACC				-	0.226*	0.198*	-0.005	1.206
COM					-	0.384*	0.198*	1.435
TIM						-	0.323*	1.142
UND							-	1.108

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงาน

งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงาน โดยในงานวิจัยนี้ได้ทดสอบผลการดำเนินงานเป็น 3 แบบ คือ ผลการดำเนินงานโดยรวม ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

ผลจากการวิเคราะห์ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ในตาราง 4 พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง (ACC) และด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM) มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ผลการดำเนินงานโดยรวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความทันต่อเวลา และ(TIM) ด้านความเข้าใจได้ (UND) มีผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงานโดยรวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10

ตาราง 4 ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานโดยรวม

ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.197	0.363	3.294	0.001*
ด้านความถูกต้อง (ACC)	0.222	0.072	0.085	0.002*
ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM)	0.330	0.093	3.551	0.000*
ด้านความทันต่อ เวลา (TIM)	0.140	0.081	1.726	0.086**
ด้านความเข้าใจได้ (UND)	0.152	0.081	1.183	0.062**
F = 10.572 p = 0.000 AdjR^2 = 0.411				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ในตาราง 5 พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีทุกด้านประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง (ACC) ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM) ด้านความทันต่อเวลา (TIM) และด้านความเข้าใจได้ (UND) มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 5 ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน

ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี	ผลการดำเนินงานด้านการเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	2.700	0.778	3.468	0.001*
ด้านความถูกต้อง (ACC)	0.343	0.130	2.640	0.009*
ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM)	0.458	0.115	3.981	0.000*
ด้านความทันต่อ เวลา (TIM)	0.325	0.116	2.804	0.005*
ด้านความเข้าใจได้ (UND)	0.101	0.335	0.738	0.034*
F = 4.737 p = 0.000 AdjR^2 = 0.589				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

ผลจากการวิเคราะห์ผลกระทบประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน ในตารางที่ 6 พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง (ACC) และด้านความเข้าใจได้ (UND) มี ผลกระทบต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ในขณะที่ ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้าน

ความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM) และ ด้านความทันต่อเวลา (TIM) ไม่ส่งผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตาราง 6 ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี	ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.939	0.338	5.743	0.000*
ด้านความถูกต้อง (ACC)	0.611	0.090	6.780	0.000*
ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน (COM)	0.111	0.081	1.372	0.171
ด้านความทันต่อ เวลา (TIM))	0.059	0.081	0.724	0.470
ด้านความเข้าใจได้ (UND))	0.304	0.080	.0787	0.000*
F = 18.266 p = 0.000 $AdjR^2$ = 0.510				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ พบว่า ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความถูกต้อง มีผลกระทบทางบวกต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และ ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน เนื่องจาก ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีประสิทธิภาพด้านความถูกต้อง จะทำให้ได้รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ ปราศจากข้อผิดพลาด ซึ่งจะส่งผลให้การตัดสินใจทางธุรกิจของผู้บริหารถูกต้องและเป็นผลดีต่อกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับ Bishop (2017) ที่พบว่า ความถูกต้องครบถ้วนของรายงานทางการเงินและไม่มีข้อผิดพลาดสามารถบอกถึงคุณภาพของรายงานทางเงิน และจะเป็นผลดีต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ

นอกจากนี้ ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยรวม และ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เนื่องจาก ความสมบูรณ์ครบถ้วนของรายงานทางบัญชีและการเงินมีส่วนสำคัญต่อความการตัดสินใจของผู้บริหาร โดยเฉพาะการตัดสินใจด้านการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mohammed, Rashid และ Tahir, (2014) ที่พบว่า ความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการรายงานทางการเงิน ขึ้นอยู่กับการทำงานที่มีประสิทธิภาพและต้องมีเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะสามารถเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์กรได้ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความทันต่อเวลา มีต่อผลการดำเนินงานด้านการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bebeselea, (2014) ที่พบว่าประสิทธิภาพระบบสารสนเทศจะสามารถทำให้ลดระยะเวลาในการทำงานให้สั้นลง ประหยัดต้นทุน และการยกระดับการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความเข้าใจได้ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ทั้งด้านการเงินและไม่ใช่การเงิน เนื่องจากข้อมูลทางการเงินที่สามารถให้ผู้ใช้เข้าใจได้จะสามารถช่วยในการตัดสินใจได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับ Socea (2012) ที่กล่าวว่า ข้อมูลทางการเงินและรายงานทางการเงินจะต้องไม่ซับซ้อนและสามารถเข้าใจได้ง่ายจะทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจทางการเงินได้อย่างถูกต้อง

6.ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ในมุมมองของผู้บริหารฝ่ายบัญชี ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องอื่น เช่น นักลงทุน หรือ ผู้บริหาร เป็นต้น เนื่องจาก ผู้มีส่วนได้เสีย และ ผู้ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีไม่ได้มีแค่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชี แต่ยังมีบุคคลอื่น ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้น การวิเคราะห์หลากหลายมุมมอง จะทำให้งานวิจัยมีความน่าสนใจมากขึ้น

6.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

1. ผู้บริหารสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบสารสนเทศทางบัญชีให้มีประสิทธิภาพ

2. นักลงทุน สามารถใช้ข้อมูลการวิจัยในการตัดสินใจลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

7. สรุป

ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี จะทำให้ได้รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ และจะมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานของธุรกิจ เนื่องจากรายงานทางการเงินที่ดี ถูกต้องและเหมาะสม จะทำให้ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถประเมินสถานการณ์ทางธุรกิจได้อย่างถูกต้องและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชี จำนวน 213 ชุด ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้องและด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน มีผลกระทบเชิงบวกกับ ผลการดำเนินงานโดยรวม ในขณะที่ ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความสมบูรณ์ครบถ้วน ด้านความทันต่อเวลา และ ด้านความเข้าใจได้ มีผลกระทบเชิงบวกกับ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน นอกจากนี้ ยังพบว่า ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านความถูกต้อง และ ด้านความเข้าใจได้ มีผลกระทบเชิงบวกกับ ผลการดำเนินงานด้านที่ไม่ใช่การเงิน

เอกสารอ้างอิง

ปัทมาวดี ดวงดารา. (2558). ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของสถานประกอบการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ* สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). 4 (1) : 9 – 20

ดลฤดี ใต้เวชศาสตร์ และ วิชิต อู่อ้น (2560). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการบัญชีและผลการดาเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย, *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ* มหาวิทยาเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 11 (2) 137 - 158

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2561). ข้อมูลบริษัท/หลักทรัพย์. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2561, จากhttps://www.set.or.th/set/todaynews.do?language=th&country=TH

วรรณวิมล ศรีหิรัญ. (2553) .*ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการใช้สารสนเทศทางการบัญชีของผู้บริหารบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. มหาวิทยาลัยราชมงคลพระนคร

อุเทน เลานำทา. (2559). ผลกระทบของประสิทธิผลของการออกแบบระบบบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพของกระบวนการดำเนินงานและความสำเร็จของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย, *วารสารราชมงคลล้านนา,* 4(2) : 91 – 100

Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son

Angeloni, S. (2016). Cautiousness on convergence of accounting standards across countries. *Corporate Communications: An International Journal*, 21(2) : 246-267.

Arunruangsirilert, T (2017). Does management accounting information affect firm value? Evidence from the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Accounting Profession*, 13(40): 42 - 55

Bebeselea, M. (2014). Accounting Information and Its Users. A Study of the Supply and Demand of Accounting Information in Romania. *Economics, Management, & Financial Markets,* 9(4) : 150-157.

Berger,G.R. (2011) Challenges and opportunities in disclosure research—A discussion of 'the financial reporting environment: Review of the recent literature. *Journal of Accounting and Economics*, 51(1-2) : 204-218

Beyer,A, Cohen, D.A., Lys, T.Z. & Walther,B.R. (2010) The financial reporting environment: Review of the recent literature *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3) : 296-343

Bishop, W. A. (2017). Addressing The Challenge Of Strategic Alignment Faced By Small And Medium-Sized Entities During The Selection Of Accounting Software Packages. The International Business & Economics Research Journal (Online): Littleton, 16(1), 31-54.

Cheng et al., (2005). The Value Relevance of Earnigs and Book Value Under and Purchase Accounting, *Advance in Accounting*, 21 : 25 – 59

Elbanna, Child, & Dayan .(2013). A model of antecedents and consequences of intuition in strategic decision-making: Evidence from Egypt. *Long Range Planning*. 46 : 149-176

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). Uppersaddle River, N.J.: Pearson Prentice Hall.

Kardan, B., Salehi, M., & Abdollahi, R. (2016). The relationship between the outside financing and the quality of financial reporting: evidence from Iran. *Journal of Asia Business Studies: Bingley,* 10(1), 20-40.

Konthong, K., Ussahawanitchakit, P. (2010). AIS competency, accounting outcomes, and firm performance: An empirical study of Thai-listed firms. *Journal of International Management Studies*, 10(3): 43-67

Lam, K. C. K., Sami, H., & Zhou, H. (2013). Changes in the value relevance of accounting information over time: Evidence from the emerging market of China. *Journal of Contemporary Accounting& Economics*, 9(2): 123–135. doi: https://doi. org/10.1016/j.jcae.2013.06.001

Malekinejad. R.(2016). The effectiveness of financial statement in management decision making. *International Journal of Accounting Research*.2(11),91 – 95.

Marcus, M. L. (2015). Accessing vs Sourcing Knowledge: A Comparative Study of R&D Internationalization Between Emerging and Advanced Economy Firms. *Journal of International Business Studies*, 46(1) : 63-86.

Mohammed, A. A., Rashid, B. B., & Tahir, S. B. (2014). Customer Relationship Management (CRM) Technology and Organization Performance: Is Marketing Capability a Missing Link? An Empirical Study in the Malaysian Hotel Industry. *Asian Social Science*, 1(10), 197-121.

Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory. New York : McGraw-Hill.

Oluwafemi, A.S, Israel, A. N., Simeon, A.O., & Olawale, O. (2014.) Risk management and financila performance of banks in Nigeria*. European Journal of Business and Management. 6 (31):336 - 342*

Omokhudu, O. O., & Ibadin, P. O. (2015). The value relevance of accounting information: evidence from Nigeria. *Accounting and Finance Research,4*(3), 20–30. doi: https://doi.org/10.5430/afr.v4n3p20

Pun and White (2005). A performance measurement paradigm for integrating strategy formulation: A review of systems and frameworks. *International Journal of Management Reviews* .7(1): 49-71

Sajady H, Dastgir M, Nejad HH (2008) Evaluation of the effectiveness of accounting information systems. *International Journal of Information Science and Management* 6: 49-59

Socea, A. (2012). Managerial Decision-Making and Financial Accounting Information. *Procidia- Social and behavior Science*, 58 47 -55.

Suryanto, T. (2016). Audit Delay and Its Implication for Fraudulent Financial Reporting: A Study of Companies Listed in the Indonesian Stock Exchange. *European Research Studies Journal*, 19(1) : 18-31

Thapayom, A. & Ussahawanitchakit, P. (2015). Accounting information system excellence and goal achievement: evidence from information and communication technology businesses in Thailand. *The Business and Management Review*, 7(1) : 309-321

Wright, K. L. T. (2016). *Financial summary*. Annual Report, 3-18, Retrieved from http://nyassembly.gov/comm/Housing/2016Annual/index.pdf

การพัฒนาโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย

The Development of Supporting Reinforcement and Intrinsic Reward Model affecting to Loyalty Behavior to Organization and Job Performance of the Staff in Software Industry in Thailand.

ชลธิชา ทิพย์ประทุม*, จิราวรรณ คงคล้าย[2] และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์[3]

Chonticha Tippratum[*], Jirawan Kongklay[2] and Viroj Jadesadalug[3]

Received: July 9,2017, Revised: October 7,2017, Accepted : October 27,2017

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณจากการเก็บข้อมูลกับโปรแกรมเมอร์ 660 คน และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน 2 อันดับ และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลการวัดการสนับสนุนแรงเสริม ประกอบด้วย ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก การเสริมสร้างพลังอำนาจ และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน โมเดลการวัดรางวัลภายในประกอบด้วย ความรู้สึกถึงการมีความหมาย ความรู้สึกถึงความสำเร็จ และความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง โมเดลการวัดพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ ประกอบด้วย ความตั้งใจคงอยู่ ความผูกพันด้านจิตใจ และความพึงพอใจในงาน และโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยผลการปฏิบัติงานในเนื้องาน และพฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่ ซึ่งโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = 94.653, Chi-square/df = 2.958, p = .000, GFI = .975, TLI = .977, CFI = .986, NFI = .980, RMSEA = .055) และมีอิทธิพลต่อกันทั้งทางตรงและทางอ้อมในเชิงบวก

คำสำคัญ: การสนับสนุนแรงเสริม รางวัลภายใน พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ ผลการปฏิบัติงาน โมเดลสมการโครงสร้าง

[*] นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* Doctor Student, Doctor of Philosophy Program, Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

[2] รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[2] Associate Professor, Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

[3] Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

Abstract

The aim of research is to develop supporting reinforcement and intrinsic reward model affecting to loyalty behavior to organization and job performance of the staff in software industry in Thailand. The research uses quantitative methodology by collecting data from 660 staff. Statistical analysis methods include confirmatory factor analysis (second order) and structural equation modelling. The findings show that model of supporting reinforcement include positive working experience, empowerment and supervisory supporting, while model of intrinsic reward consists of sense of meaningful, achievement and recognition and praise. Model of loyalty behavior to organization included intention to stay, effective commitment, and job satisfaction; Model of job performance includes task performance and contextual performance. Furthermore, the study indicated that the supporting reinforcement and intrinsic reward model affected to loyalty behavior to organization and job performance of the staff in software industry in Thailand, which corresponded to empirical data (Chi-square = 94.653, Chi-square/df = 2.958, p = .000, GFI = .975, TLI = .977, CFI = .986, NFI = .980, RMSEA = .055) and both positive direct and indirect influence can be found.

Key words: supporting reinforcement, intrinsic reward, loyalty behavior to organization, job performance and structural equation modeling.

1. บทนำ

รางวัล (reward) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในระดับกลยุทธ์และกระบวนการทำงาน (Armstrong, 2007; Gill, 2007) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจ ดึงดูด และธำรงรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ ตลอดจนกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมและมีความพยายามในการทำงานมากขึ้น (Cao, Chen and Song, 2013; Lardner, 2015) ซึ่งรางวัลที่องค์การมอบให้จะสะท้อนถึงคุณค่าของพนักงานที่ใช้ความพยายามในการทำงานจนก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (ชลธิชา ทิพย์ประทุม, จิราวรรณ คงคล้าย และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2560) แต่การจูงใจด้วยรางวัลภายนอกจะไม่มีความคงทนถาวร เพราะพนักงานจะแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการรางวัลเท่านั้น (ชลธิชา ทิพย์ประทุม, 2558) ตรงข้ามกับรางวัลภายในที่มีความคงทนถาวรมากกว่า เนื่องจากเป็นการตอบสนองจากภายใน จนก่อให้เกิดความรู้สึกรักและมีความกระตือรือร้นในการทำงาน (Conger and Kanungo, 1988; Armstrong, 2007; Macey and Schneider, 2008) ซึ่งปัจจัยที่สนับสนุนแรงเสริมให้พนักงานได้รับรางวัลภายใน คือ การที่พนักงานมีประสบการณ์การทำงานเชิงบวก (positive work experience) (Conger and Kanungo, 1988; Spreizer, Kizilos and Nason, 1997; Thomas and Tymon, 1997; Hatice, 2012; Tippratum, 2016) ได้รับการเสริมสร้างพลังอำนาจ (empowerment) (Conger and Kanungo, 1988; Thomas and Tymon, 1994; Macey and Schneider, 2008; Tymon, Stumpf and Doh, 2010; Stumpf et al., 2013; Meng et al., 2015; Tippratum, 2016) และได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (supervisory support) (Thomas and Tymon, 1994; Ambrose and Kulik, 1999; Gomez and Rosen, 2001; Sylvia, 2014; Tippratum, 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า รางวัลภายในถูกนำมาใช้เป็นปัจจัยบำรุงรักษาสำหรับองค์การสมรรถนะสูง (High Performance Organization: HPO) (Lutz et al., 2012) เพราะมีส่วนช่วยในการธำรงรักษาพนักงานที่มีศักยภาพไว้ผ่านการแสดงความพยายามขององค์การที่ต้องการรักษาพนักงาน ตลอดจนป้องกันไม่ให้พนักงานที่มีความชำนาญออก

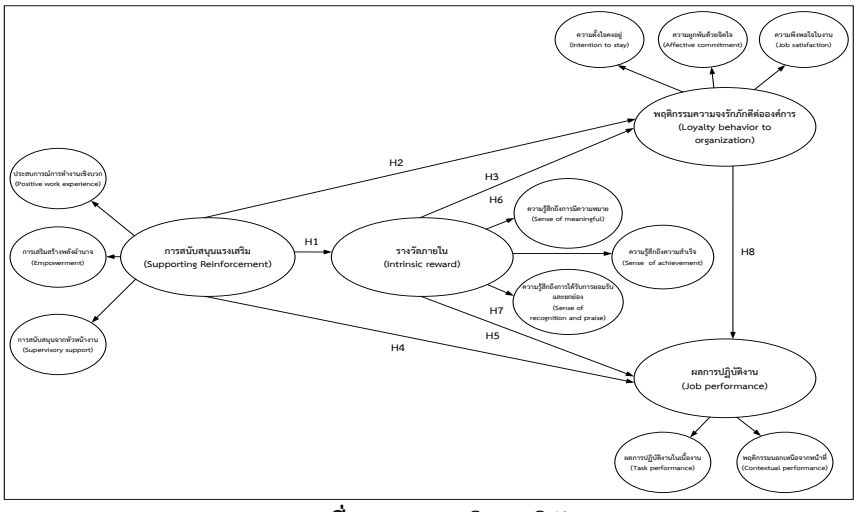
จากงาน เพื่อช่วยขับเคลื่อนองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Frank, Finnegan and Taylor, 2004; Chiboiwa, Samuel and Chipunza, 2010) โดยการกระตุ้นให้พนักงานมีความรู้สึกถึงการมีความหมาย (sense of meaningful) (Tymon, Stumpf and Doh, 2010; Stumpf et al., 2013; Tippratum, 2016; ชลธิชา ทิพย์ประทุม, 2560) มีความรู้สึกถึงความสำเร็จ (sense of achievement) (Hatice, 2012; Tippratum, 2016; ชลธิชา ทิพย์ประทุม, 2560) และมีความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง (sense of recognition and praise) (Yap, Bove and Beverland, 2009; Tippratum, 2016) ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวจะส่งผลทางบวกกับองค์การมากมาย ดังผลงานวิจัยหลายงาน ที่พบว่า รางวัลภายในมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สะท้อนมาจากความตั้งใจคงอยู่ (intention to stay) (Dehghani, Gharooni and Arabzadeh, 2014; Meleddu, Paci and Pulina, 2015) ความผูกพันด้านจิตใจ (affective commitment) (Rashid, Sambasivan and Johari, 2003; Pinprayong and Siengtai , 2012; Dehghani, Gharooni and Arabzadeh, 2014) และความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) (Dehghani, Gharooni and Arabzadeh, 2014; Meleddu, Paci and Pulina, 2015;) ตลอดจนทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานดีขึ้นทั้งในส่วนของการปฏิบัติงานในเนื้องาน (task performance) และพฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่ (contextual performance) (Callea, Urbini and Chirumbolo, 2016; Rashida et al., 2016; Johari and Yahya, 2016)

แต่อย่างไรก็ตาม ประสิทธิผลของรางวัลภายในย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานในแต่ละอาชีพ โดยเฉพาะบางอาชีพที่พนักงานมีความเป็นศิลปะ และมีความเป็นตัวของตัวเองค่อนข้างสูง การทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัลภายในอาจเป็นเรื่องยาก โดยเฉพาะอาชีพโปรแกรมเมอร์ (programmer) ที่ในปัจจุบันประสบปัญหาขาดตลาด และมีแนวโน้มเปลี่ยนงานทุก ๆ 2 ปี (เดลินิวส์, 2560) ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากลักษณะทั่วไปของโปรแกรมเมอร์จะมีความรักในความเป็นอิสระและไม่ชอบยึดติดอยู่ในกรอบ (สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย, 2560) ทำให้ 70 - 80 % ของโปรแกรมเมอร์ ตัดสินใจลาออกจากงานได้ไม่ยาก (เดลินิวส์, 2560) ปัญหานี้จึงส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กลุ่มการผลิตซอฟต์แวร์ ที่มีขยายตัวของเศรษฐกิจและเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2558)

ซึ่งพบว่า มีผลงานวิจัยในต่างประเทศอยู่จำนวนหนึ่ง แต่ก็ไม่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ในประเทศไทยได้ในทุกมิติเนื่องจากการตีความเกี่ยวกับการสนับสนุนแรงเสริม รางวัลภายใน พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงาน ย่อมมีความแตกต่างกันตามธรรมชาติของบุคคล และองค์การ ดังนั้น หลักฐานเชิงประจักษ์ที่ถูกค้นพบโดยการวิจัยในต่างประเทศจึงอาจไม่สามารถอนุมานได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความเป็นตัวตนของโปรแกรมเมอร์ที่มีลักษณะเฉพาะและเข้าถึงได้ยาก ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางเสริมสร้างพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนธำรงรักษาพนักงาน โดยการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานและประสบการณ์การทำงานที่ดีผ่านการสนับสนุนแรงเสริมที่มีคุณค่าจากองค์การ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัลภายใน

2. กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนแรงเสริม รางวัลภายในพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงาน สามารถสรุปกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตาราง 1 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่	รายละเอียดของสมมติฐาน
H1	การสนับสนุนแรงเสริมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรางวัลภายใน
H2	การสนับสนุนแรงเสริมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ
H3	การสนับสนุนแรงเสริมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ โดยมีรางวัลภายในทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลาง
H4	การสนับสนุนแรงเสริมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน
H5	การสนับสนุนแรงเสริมมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานโดยมีรางวัลภายในทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลาง
H6	รางวัลภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ
H7	รางวัลภายในมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน
H8	พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (causal research) ผ่านการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุและตัวแปรผลลัพธ์ตามกรอบแนวคิดการวิจัย และพิสูจน์สมมติฐานด้วยวิธีการทางสถิติและยืนยันผลลัพธ์ภายใต้ความสอดคล้องกับองค์ความรู้ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานตำแหน่งโปรแกรมเมอร์ของบริษัทที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดตัวอย่าง คือ ตัวอย่าง 20 หน่วย ต่อ 1 พารามิเตอร์หรือ 1 ตัวแปรสังเกต (Kline, 2011) โดยการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต 33 ตัวแปร คูณด้วย 20 หน่วย จึงได้ตัวอย่างจำนวน 660 คน

เครื่องมือสำหรับการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยพบว่ามีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.60 ขึ้นไป จึงถือว่ายอมรับได้ (Rovinelli and Hambleton, 1977; พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (reliability) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.75 ขึ้นไป โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.977 ซึ่งมีค่ามากกว่า

0.75 ขึ้นไป จึงถือว่ายอมรับได้ (Crano, Brewer and Lac: 2015) และค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป โดยค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.663 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป จึงถือว่ายอมรับได้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540; ประจักษ์ ปฏิทัศน์, 2559) รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) และค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient)	ค่าอำนาจจำแนก (discrimination power)
การสนับสนุนแรงเสริม		
ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก	0.976	0.745
การเสริมสร้างพลังอำนาจ	0.976	0.788
การสนับสนุนจากหัวหน้างาน	0.976	0.789

ตาราง 1 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) และค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) ของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient)	ค่าอำนาจจำแนก (discrimination power)
รางวัลภายใน		
ความรู้สึกถึงการมีความหมาย	0.977	0.532
ความรู้สึกถึงความสำเร็จ	0.977	0.650
ความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง	0.977	0.639
พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ		
ความตั้งใจคงอยู่	0.976	0.714
ความผูกพันด้านจิตใจ	0.976	0.705
ความพึงพอใจในงาน	0.976	0.770
ผลการปฏิบัติงาน		
ผลการปฏิบัติงานในเนื้องาน	0.977	0.448
พฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่	0.977	0.510
รวม	**0.977**	**0.663**

ตัวแปรที่ศึกษา เกิดจากการทบทวนวรรณกรรม และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย โดยสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ การสนับสนุนแรงเสริม (SR) ประกอบด้วย ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก (PWE) การเสริมสร้างพลังอำนาจ (EM) และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (SS) (Conger and Kanungo, 1988; Spreizer, Kizilos and Nason, 1997; Thomas and Tymon, 1997; Tymon, Stumpf and Doh, 2010; Hatice, 2012; Stumpf et al., 2013; Tippratum, 2016) และ 2) ตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ รางวัลภายใน (IR) ประกอบด้วย ความรู้สึกถึงการมีความหมาย (SM) ความรู้สึกถึงความสำเร็จ (SA) และความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง (SRP) (Thomas and Tymon, 2009; Yap, Bove and Beverland, 2009; Tymon, Stumpf and Doh, 2010; Stumpf et al., 2013; Tippratum, 2016; ชลธิชา ทิพย์ประทุม, 2560) พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ ประกอบด้วย ความตั้งใจคงอยู่ (IS) ความผูกพันด้านจิตใจ (AC) และความพึงพอใจในงาน (JS) (Dehghani, Gharooni and Arabzadeh, 2014; Meleddu, Paci and Pulina,

2015; Giner and Rillo, 2016) ผลการปฏิบัติงาน (JP) ประกอบด้วย ผลการปฏิบัติงานในเนื้องาน (TP) และพฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่ (CP) (Callea, Urbini and Chirumbolo, 2016; Rashida et al., 2016; Johari and Yahya, 2016)

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทดสอบเงื่อนไขพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) โดยการวิเคราะห์การแจกแจงข้อมูลแบบปกติ โดยใช้การทดสอบค่าความเบ้ (skewness) และค่าความโด่ง (kurtosis) (ยุทธ์ ไกยวรรณ์, 2556) ตลอดจนวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อทดสอบและยืนยันว่าตัวแปรสังเกตมีความสามารถในการวัดตัวแปรแฝง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสองอันดับ (second order confirmatory factor analysis) เพื่อที่จะยืนยันและจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบใหม่ที่พัฒนาขึ้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550; ยุทธ์ ไกยวรรณ์, 2556) โดยการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (model fit) การตรวจสอบความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (construct reliability: PC) ความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (average variance extracted: PV) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized factor loading) (สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์, 2554; ยุทธ์ ไกยวรรณ์, 2556)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation modeling) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล และประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตลอดจนตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (model fit) และวิเคราะห์ค่าอิทธิพลของโมเดล

4. ผลการวิจัย

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -1.338 ถึง 0.009 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.673 ถึง 2.967 ซึ่งค่าความเบ้ (skewness) อยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 และค่าความโด่ง (kurtosis) อยู่ระหว่าง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงข้อมูลแบบปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550; ยุทธ์ ไกยวรรณ์, 2556)

2. ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต 33 ตัว จำนวน 258 คู่ พบว่า มีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นไปในทิศทางบวกทุกคู่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.120-0.750 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร มีค่าไม่เกิน 0.80 ทำให้ไม่มีภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (multicollinearity) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550; ยุทธ์ ไกยวรรณ์, 2556)

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งของโมเดลการวัด สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

3.1 โมเดลการวัดการสนับสนุนแรงเสริม พบว่า มีค่า Chi-square= 49.162, Chi-square/df= 2.892, df= 17, p= .000, GFI= .984, TLI= .982, CFI= .991, NFI= .987, RMSEA= .054 ซึ่งมีเพียงค่าสถิติไคสแควร์ (p-value of chi-square) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสทำให้เกิดนัยสำคัญทางสถิติได้มาก โดยวิธีการที่แนะนำ คือ การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ พบว่า มีค่าน้อยกว่า 3 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ นอกจากนี้ พบว่า ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก (PWE) มีค่า PC= 0.749, PV= 0.501 การเสริมสร้างพลังอำนาจ (EM) มีค่า PC= 0.749, PV= 0.501 และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (SS) มีค่า PC= 0.749, PV= 0.500 ตลอดจน ผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดลโดยเน้นที่ข้อตกลงเบื้องต้น จากการกำหนดความสัมพันธ์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกต โดยการปรับรูปแบบความสัมพันธ์จากการพิจารณาค่า

เสนอแนะจากโปรแกรม (Model Modification Indices) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดการสนับสนุนแรงเสริมจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้

3.2 โมเดลการวัดรางวัลภายใน พบว่า มีค่า Chi-square= 52.085, Chi-square/df= 2.894, df= 18, p= .000, GFI= .983, TLI= .980, CFI= .990, NFI= .985, RMSEA= .054 ซึ่งมีเพียงค่าสถิติไคสแควร์ (p-value of chi-square) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสทำให้เกิดนัยสำคัญทางสถิติได้มาก โดยวิธีการที่แนะนำ คือ การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ พบว่ามีค่าน้อยกว่า 3 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ นอกจากนี้ พบว่า ความรู้สึกถึงการมีความหมาย (SM) มีค่า PC= 0.751 , PV= 0.502 ความรู้สึกถึงความสำเร็จ (SA) มีค่า PC= 0.750, PV= 0.500 และความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง (SRP) มีค่า PC= 0.749, PV= 0.500 ตลอดจน ผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดลโดยเน้นที่ข้อตกลงเบื้องต้นจากการกำหนดความสัมพันธ์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกต โดยการปรับรูปแบบความสัมพันธ์จากการพิจารณาค่าเสนอแนะจากโปรแกรม (Model Modification Indices) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดรางวัลภายในจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้

3.3 โมเดลการวัดพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ พบว่า มีค่า Chi-square= 40.142, Chi-square/df= 2.867, df= 14, p= .000, GFI= .987, TLI= .978, CFI= .992, NFI= .988, RMSEA= .056 ซึ่งมีเพียงค่าสถิติไคสแควร์ (p-value of chi-square) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสทำให้เกิดนัยสำคัญทางสถิติได้มาก โดยวิธีการที่แนะนำ คือ การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ พบว่ามีค่าน้อยกว่า 3 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ นอกจากนี้ พบว่า ความตั้งใจคงอยู่ (IS) มีค่า PC= 0.810, PV= 0.500 ความผูกพันด้านจิตใจ (AC) มีค่า PC= 0.750, PV= 0.500 และความพึงพอใจในงาน (JS) มีค่า PC= 0.749, PV= 0.500 ตลอดจน ผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดลโดยเน้นที่ข้อตกลงเบื้องต้น จากการกำหนดความสัมพันธ์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกต โดยการปรับรูปแบบความสัมพันธ์จากการพิจารณาค่าเสนอแนะจากโปรแกรม (Model Modification Indices) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้

3.4 โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงาน พบว่า มีค่า Chi-square= 4.674, Chi-square/df= 1.169, df= 4, p= .322, GFI= .998, TLI= .998, CFI= .999, NFI= .997, RMSEA= .016 ซึ่งดัชนีทุกตัวมีค่าผ่านเกณฑ์ นอกจากนี้ พบว่า ผลการปฏิบัติงานในเนื้องาน (TP) มีค่า PC= 0.748, PV= 0.500 และพฤติกรรมนอกเหนือจากหน้าที่ (CP) มีค่า PC= 0.750, PV= 0.502 ตลอดจน ผู้วิจัยได้ทำการปรับโมเดลโดยเน้นที่ข้อตกลงเบื้องต้น จากการกำหนดความสัมพันธ์ให้ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกต โดยการปรับรูปแบบความสัมพันธ์จากการพิจารณาค่าเสนอแนะจากโปรแกรม (Model Modification Indices) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับหนึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้

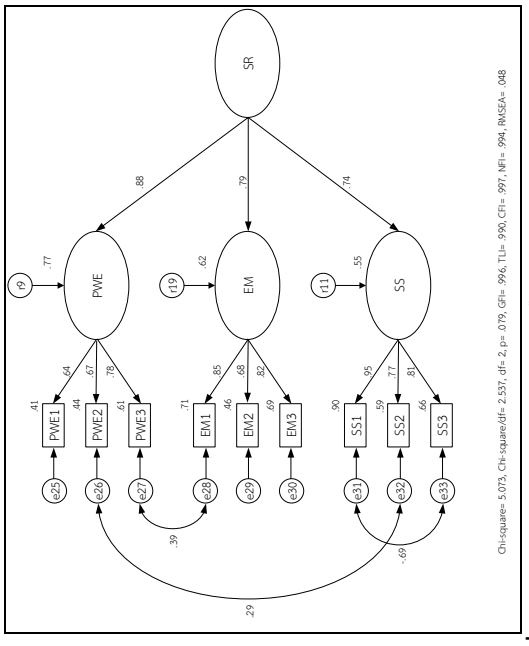
4. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัด สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

4.1 โมเดลการวัดการสนับสนุนแรงเสริม พบว่า มีค่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์ และ มีค่า PC= 0.750, PV= 0.501 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดการสนับสนุนแรงเสริมจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้ ดังแสดงในภาพ 2

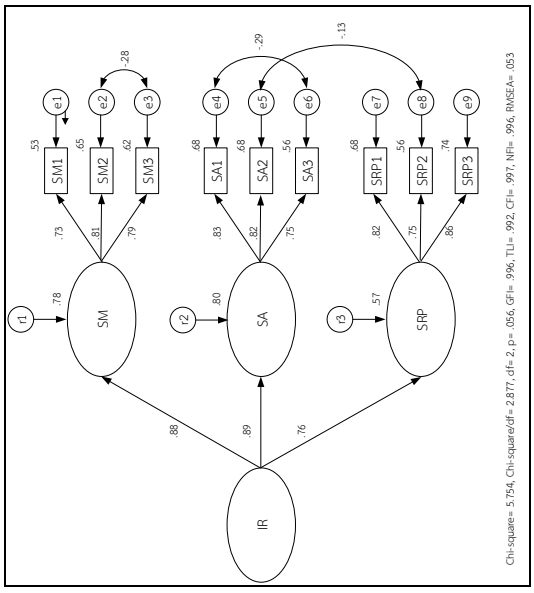
4.2 โมเดลการวัดรางวัลภายใน พบว่า มีค่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์ และมีค่า PC= 0.749, PV= 0.500 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดรางวัลภายในจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้ ดังแสดงในภาพที่ 3

4.3 โมเดลการวัดพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ พบว่า มีค่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์ และมีค่า PC= 0.747, PV= 0.503 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้ ดังแสดงในภาพที่ 4

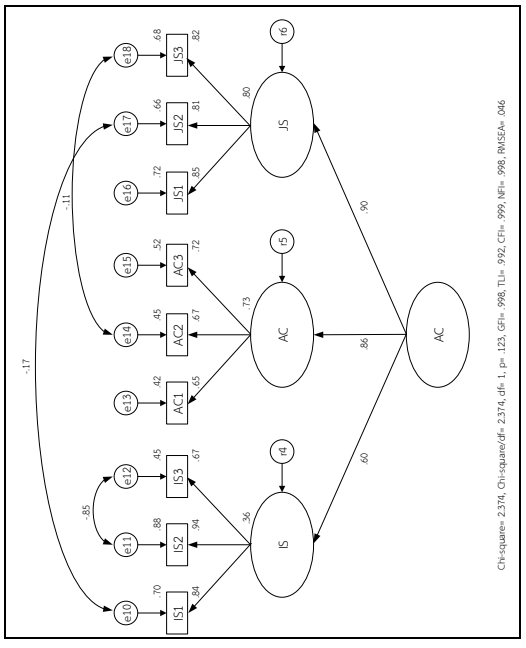
4.4 โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงาน พบว่า มีค่าดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์ และ มีค่า PC= 0.749, PV= 0.500 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีความเชื่อถือได้ ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัด SR



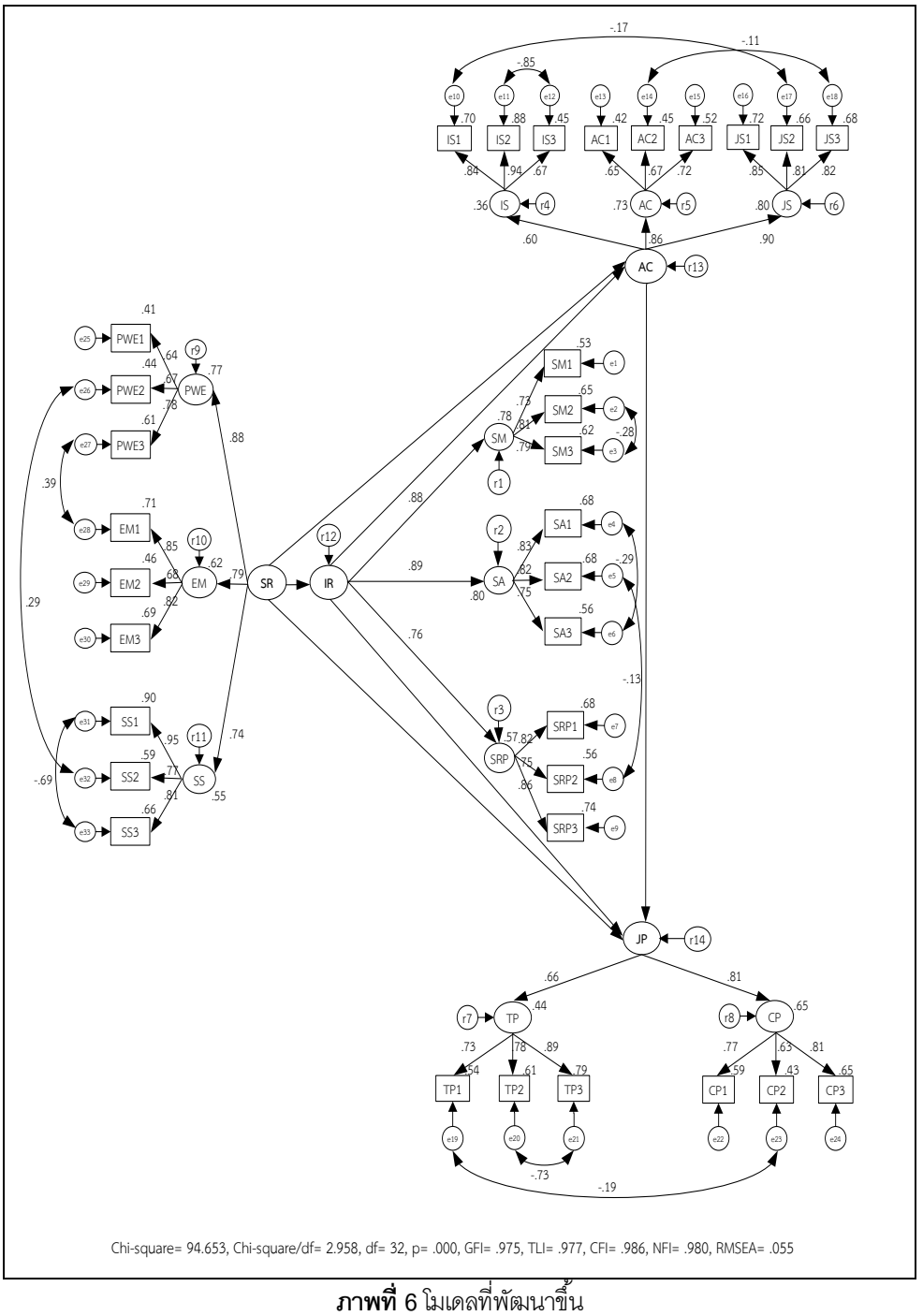
ภาพที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัด IR



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัด LBO

ภาพที่ 5 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองของโมเดลการวัด JP

5. ผลการวิเคราะห์โมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ (p-value of chi-square) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสทำให้เกิดนัยสำคัญทางสถิติได้มาก โดยวิธีการที่แนะนำ คือ การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Kline, 2011; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) พบว่า มีค่าเท่ากับ 2.958 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ ประกอบกับค่าดัชนีทุกตัวมีค่าผ่านเกณฑ์ ตลอดจน SR มีค่า PC= 0.749; PV= 0.500, IR มีค่า PC= 0.749; PV= 0.500, LBO มีค่า PC= 0.742; PV= 0.500 และ JP มีค่า PC= 0.666; PV= 0.501 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 โมเดลที่พัฒนาขึ้น

6. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร

สมมติฐานที่ 1: การสนับสนุนแรงเสริม (SR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อรางวัลภายใน (IR) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.797 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.797 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2: การสนับสนุนแรงเสริม (SR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ (LBO) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.907 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.960 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3: การสนับสนุนแรงเสริม (SR) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ (LBO) โดยมีรางวัลภายใน (IR) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลาง โดยมีค่าอิทธิพลอ้อมเท่ากับ 0.053 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.960 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4: การสนับสนุนแรงเสริม (SR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (JP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.776 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.802 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5: การสนับสนุนแรงเสริม (SR) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (JP) โดยมีรางวัลภายใน (IR) ทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลาง โดยมีค่าอิทธิพลอ้อมเท่ากับ 0.026 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.802 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6: รางวัลภายใน (IR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ (LBO) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.066 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.066 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานที่ 7: รางวัลภายใน (IR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (JP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.865 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.865 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานที่ 8: พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ (LBO) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน (JP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.548 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.548 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ยอมรับสมมติฐานที่ 8

ตาราง 2 อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ของโมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย

ตัวแปรสาเหตุ (antecedents)	**ตัวแปรผล** (consequences)								
	IR			LBO			JP		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SR	0.797	-	0.797	0.907	0.053	0.960	0.776	0.026	0.802
IR	-	-	-	0.066	-	0.066	0.865	-	0.865
LBO	-	-	-	-	-	-	0.548	-	0.548
R^2		0.636			0.925			0.511	

*p<0.05

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์โมเดลการสนับสนุนแรงเสริมและรางวัลภายในที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย พบว่า ค่าสถิติไคสแควร์ (p-value of chi-square) เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ทำให้ไม่ผ่านเกณฑ์ ซึ่งอาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่ จึงมีโอกาสทำให้เกิดนัยสำคัญทางสถิติได้มาก โดยวิธีการที่แนะนำ คือ การพิจารณาค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (relative chi-square หรือ CMIN/DF) (Kline, 2011; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) ซึ่งค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 2.958 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 จึงถือว่าผ่านเกณฑ์ ประกอบกับค่าดัชนีทุกตัวมีค่าผ่านเกณฑ์ ตลอดจน SR มีค่า PC= 0.749; PV= 0.500, IR มีค่า PC= 0.749; PV= 0.500, LBO มีค่า PC= 0.742; PV= 0.500 และ JP มีค่า PC= 0.666; PV= 0.501 ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สอดคล้องกับทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ซึ่งยอมรับว่ามนุษย์ทุกคนย่อมมีการแลกเปลี่ยนระหว่างกันบนรากฐานทฤษฎีที่ว่ามนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีเหตุผลที่พยายามมองหาผลตอบแทนและหลีกเลี่ยงการลงโทษ (Homans, 1958) ตลอดจนมีจุดเน้นอยู่ที่การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ผ่านการแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกันทางสังคม (Emerson, 1976; Chang et al., 2015) กล่าวคือ พนักงานทุกคนย่อมมีความคาดหวังผลประโยชน์จากองค์การ ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก การเสริมสร้างพลังอำนาจ และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ซึ่งหากพนักงานเกิดการรับรู้ว่าผลประโยชน์นั้นมีความสอดคล้องและเป็นไปดังที่ต้องการจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัลภายใน ได้แก่ ความรู้สึกถึงการมีความหมาย ความรู้สึกถึงความสำเร็จ และความรู้สึกถึงการได้รับการยอมรับและยกย่อง และพนักงานจะตอบสนองกลับไปในกระบวนการแลกเปลี่ยนทางสังคมด้วยการแสดงพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ ได้แก่ ความตั้งใจคงอยู่ ความผูกพันด้านจิตใจ และความพึงพอใจในงาน ประกอบกับมีความตั้งใจในการปฏิบัติงานส่งผลทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งในแง่ของผลการปฏิบัติงานในเนื้องาน และพฤติกรรมนอกเหนือจากงานเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งสะท้อนให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์การดีขึ้นตามไปด้วย ซึ่งถือเป็นการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันระหว่างพนักงานและองค์การ (Molm, Peterson and Takahashi, 1999; Colquitt et al., 2013)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในบริบททางสังคมและวิธีการที่คนเรียนรู้จากคนอื่น (Bethards, 2014) ที่อยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์และการยอมรับในบรรทัดฐานทางสังคมและก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมใหม่ (Bandura, 1977) กล่าวคือ พนักงานจะเกิดการเรียนรู้และแสดงพฤติกรรมความจงรักภักดีอย่างคงทนถาวรเมื่อพนักงานเรียนรู้จากพนักงานคนอื่นๆ ในองค์การเกี่ยวกับการได้รับแรงเสริมต่างๆ จนเกิดการเรียนรู้และนำมาเป็นต้นแบบเพื่อกระทำตามจนตนเองได้รับรางวัลภายใน ทำให้พนักงานมีพลังที่ก่อกำเนิดพฤติกรรมที่ดีอันจะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของตนเองมีประสิทธิภาพ ดังที่ Chang et al. (2015) กล่าวว่า การเรียนรู้ทางสังคมได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้สมรรถนะของตนเองและการรับรู้จากบุคคลอื่นในองค์การ ซึ่งอยู่ภายใต้กระบวนการสร้างการเรียนรู้ที่เกิดจากการสังเกตรูปแบบหรือสัญลักษณ์ กระบวนการที่ทำซ้ำเดิม กลยุทธ์ รูปแบบงาน ตลอดจนทักษะที่สะท้อนออกมาเป็นรูปแบบที่ชัดเจน (Bandura, 1977) และทฤษฎีการจูงใจ กล่าวคือ องค์การจะสามารถจูงใจพนักงานให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้ โดยการจูงใจนั้นต้องสอดคล้องกับสิ่งที่พนักงานคาดหวังจึงจะนำไปสู่การสร้างรางวัลภายในขึ้นในภายตัวพนักงาน ซึ่งองค์การสามารถเสนอสิ่งจูงใจผ่านการสนับสนุนแรงเสริมต่างๆ เข้าไปในสถานการณ์ที่พนักงานต้องเผชิญ ได้แก่ ประสบการณ์การทำงานเชิงบวก การเสริมสร้างพลังอำนาจ และการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมานี้ถือเป็นการตอบสนองจากองค์การตามลำดับขั้นความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน จึงส่งผลทำให้พนักงานเกิดความรู้สึก

ว่าตนเองได้รับรางวัลภายในที่มีคุณค่าอย่างแท้จริง ซึ่ง Chen, Ellis and Suresh (2016) กล่าวว่า คุณค่าและความสำคัญของรางวัลหรือผลตอบแทนและความคาดหวังของการได้มาซึ่งผลลัพธ์หรือผลตอบแทนมีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแปรกลางที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมในระดับองค์การ และกิจกรรมระหว่างองค์การ และในทางตรงกันข้ามองค์การก็มีความคาดหวังในตัวพนักงานเช่นเดียวกัน โดยต้องการให้พนักงานแสดงพฤติกรรมที่มีความจงรักภักดีและมีผลการปฏิบัติงานที่ดี ซึ่งเมื่อต่างฝ่ายต่างมีความคาดหวังให้ฝั่งตรงข้ามตอบสนองสิ่งที่ต้องการกลับมา จึงเกิดการแสดงพฤติกรรมที่นำไปสู่การบรรลุความคาดหวังนั้น ๆ แต่หากพนักงานไม่มีความคาดหวังเกี่ยวกับการทำงานจะทำให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและมีโอกาสที่จะกระทำการทุจริตมากขึ้น (Wardayati, 2016) ดังนั้น รางวัลภายในจึงเป็นพลังผลักดันให้พนักงานมีพฤติกรรมการแสดงออกที่มีความแข็งแกร่งมากขึ้น เนื่องจากเป็นการกระทำที่มีความรู้สึกภายในโดยปราศจากการบังคับใด ๆ นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยหลายงานที่พบอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกของตัวแปรทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ การสนับสนุนแรงเสริม รางวัลภายใน พฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงาน (Stumpf et al., 2016; Tippratum, 2016; Wang et al., 2017)

6. ประโยชน์ของการวิจัย

โมเดลการวิจัยนี้สามารถอธิบายปรากฏการณ์บริบทของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทยได้ดี เนื่องจากการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลในปัจจุบันทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้โปรแกรมเมอร์มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การเป็นอย่างยิ่ง เพราะองค์การที่ต้องการอยู่รอดและเติบโตในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในระยะยาว จำเป็นต้องสร้างทรัพย์สินทางปัญญาจากการผลิตซอฟต์แวร์คุณภาพสูงที่ตอบโจทย์เฉพาะสาขาธุรกิจ จากการใช้ทักษะและความเชี่ยวชาญของโปรแกรมเมอร์ที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ประกอบกับพยายามค้นหาและรักษาโปรแกรมเมอร์ที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์การในระยะยาว ผลการวิจัยนี้จึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาพฤติกรรมความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานผ่านรางวัลภายในและการสนับสนุนแรงเสริมของโปรแกรมเมอร์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

7.1 สามารถนำโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาศึกษาและต่อยอดในเชิงลึก ด้วยวิธีวิจัยวิทยาเชิงคุณภาพ เช่น การวิเคราะห์วาทกรรม (discourse analysis) เพื่อให้ได้มาซึ่งตัวบท (text) ในการนำไปเป็นตัวแปรสำหรับการศึกษาวิจัยเชิงลึกต่อไป หรือการสร้างทฤษฎีฐานราก (grounded theory) เพื่ออธิบายอย่างเฉพาะเจาะจงกับบริบทที่ต้องการศึกษา โดยมุ่งเน้นความสอดคล้องกับสถานการณ์การปฏิบัติจริง และสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มนั้นๆ ได้ครอบคลุมทุกมิติ

7.2 สามารถพัฒนาหรือปรับปรุงโมเดลการวิจัยด้วยการเพิ่มเติมตัวแปรอื่นๆ ที่ผ่านการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ตลอดจนผ่านการยืนยันด้วยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในบริบทที่ศึกษา เช่น ความเหนื่อยหน่ายในงาน การสร้างแรงบันดาลใจ การเป็นองค์การสมรรถนะสูง เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชลธิชา ทิพย์ประทุม, จิราวรรณ คงคล้าย และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2560). บทบาทของรางวัลในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 11(1)*, 190-201.

ชลธิชา ทิพย์ประทุม. (2560). องค์ประกอบของรางวัลภายในในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. *Proceeding การประชุมนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย*, 167-168.

เดลินิวส์. (2560). *ปัญหาโปรแกรมเมอร์ขาดตลาด*. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.dailynews.co.th/article/

ประจักษ์ ปฏิทัศน์. (2559). *เอกสารประกอบการฝึกอบรมสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่: การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ยุทธ์ ไกยวรรณ์. (2556). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมาคมโปรแกรมเมอร์ไทย. (2560). *ตลาดโปรแกรมเมอร์*. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2560. จาก http://thaiprogrammer.org/objectives/

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์. (2554). *สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2558). *อุตสาหกรรมซอฟแวร์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Software industry in the Digital Economy Era)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน).

Ambrose, Maureen. L. & Kulik, Carol. T. (1999). Old friends, new faces: Motivation research in the 1990s. *Journal of Management, 25,* 231-292.

Armstrong, Michael. (2007). *A handbook of Employee Reward Management and Practice*. 2nd ed. London and Philadelphia: Kogan.

Bandura, Albert. (1977). *Social learning theory*. New Jersey: Prentice-Hall.

Bethards, Melody. L. (2014). Applying Social Learning Theory to the Observer Role in Simulation. *Clinical Simulation in Nursing, 10,* 65-69.

Callea, Antonino, Urbini, Flavio & Chirumbolo, Antonio. (2016). The mediating role of organizational identification in the relationship between qualitative job insecurity, OCB and job performance. *Journal of Management Development, 35(6),* 735-746.

Cao, Z., Chen, J. & Song, Y. (2013). Does Total Rewards Reduce the Core Employees' Turnover Intentions? *International Journal of Business and Management, 8(20),* 62-75.

Chang, Hsin. Hsin. et al. (2015). Building long-term partnerships by certificate implementation: a social exchange theory perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing, 30(7),* 867-879.

Chen, Liang., Ellis, Scott. C. & Suresh, Nallan. (2016). A supplier development adoption framework using expectancy theory. *International Journal of Operations & Production Management, 36(5),* 592-615.

Chiboiwa, Malvern. W., Samuel, Michael. O. and Chipunza, Crispen. (2010). An Examination of Employee Retention Strategy in a Private organization in Zimbabwe. *African Journal of Business Management, 4(10),* 2103-2109.

Colquitt, Jason. A. et al. (2013). Justice at the millennium, a decade later: a meta-analytic test of social exchange and affect-based perspectives. *Journal of Applied Psychology, 98(2),* 199.

Conger, Jay. A. & Kanungo, Rabindra. N. (1988). The empowerment process: Integrating theory and practice. *Academy of Management Review, 13*, 471-482.

Crano, William. D., Brewer, Marilynn. B. & Lac, Alvaro. (2015). *Principles and Methods of social research.* 3rd ed. New York: Routledge.

Dehghani, Saleh., Gharooni, Amin. & Arabzadeh, Atefeh. (2014). Staff Empowerment, Entrepreneurial Behaviors and Organizational Efficiency in Iranian Headquarter Education. *Social and Behavioral Sciences, 109,*1130-1141.

Emerson, Richard. M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology, 2,* 335-362.

Gomez, Carolina. & Rosen, Benson. (2001). The leader–member exchange as a link between managerial trust and employee empowerment. *Group & Organization Management, 26,* 53-69.

Frank, Fredric. D., Finnegan, Richard. P. & Taylor, Craig. R. (2004). The Race for Talent: Retaining and Engaging Workers in the 21st Century. *Human Resource Planning, 27(3),* 12-25.

Gill, Ali. (2007). O2 makes work a rewarding experience: How to update rewards to match employee needs. *Strategic HR Review, 6(6),* 20-23.

Hatice, Ozutku. (2012). The Influence of Intrinsic and Extrinsic Rewards on Employee Results: An Empirical Analysis in Turkish Manufacturing. *Industry Business and Economics Research Journal, 3(3)*, 29-48.

Homans, George. C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology, 63(6)*, 597-606.

Johari, Johanim. & Yahya, Khulida. K. (2016). Job characteristics, work involvement, and job performance of public servants. *European Journal of Training and Development, 40(7).* 554-575.

Kline, Rex B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling.* 3rd ed. New York: The Guilford Press.

Lardner, Sarah. (2015). Effective reward ensures effective engagement. *Strategic HR Review, 14(4),* 131-134.

Lutz, Kai. et al. (2012). The rewarding value of good motor performance in the context of monetary incentives. *Neuropsychological, 50,* 1739-1747.

Macey, William. H. & Schneider, Benjamin. (2008). The meaning of employee engagement. *Industrial and Organizational Psychology, 1,* 3-30.

Meleddu, Marta., Paci, Raffaele. & Pulina, Manuela. (2015). Repeated behaviour and destination loyalty. *Tourism Management, 50,* 159-171.

Meng, Yi. et al. (2015). Supervisors' leadership and health science researchers' intrinsic motivation. *Nankai Business Review International, 6(1),* 68-81.

Molm, Linda. D., Peterson, Gretchen. & Takahashi, Nobuyuki. (1999). Power in negotiated and reciprocal exchange. *American Sociological Review, 64(6),* 876-890.

Pinprayong, Boriboon. & Siengtai, Sununta. (2012). Restructuring for organizational efficiency in the banking sector in thailand: a case study of siam commercial bank. *Far East Journal of Psychology and Business, 8(2),* 29-42.

Rashid, Zabid. A., Sambasivan, Murali. & Johari, Juliana. (2003). The influence of corporate culture and organisational commitment on performance. *Journal of Management Development, 22(8),* 708- 728.

Rovinelli, Richard. J. & Hambleton, Ronald. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research, 2,* 49-60.

Spreitzer, Gretchen. M., Kizilos, Mark. A. & Nason, Stephen. W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness, satisfaction, and strain. *Journal of Management 23,* 679- 704.

Stumpf, Stephen A. et al. (2013). Employees and change initiatives: intrinsic rewards and feeling valued. *Journal of Business Strategy, 34(2),* 21-29.

Stumpf, Stephen A. et al. (2016). Leading to intrinsically reward professionals for sustained engagement. *Leadership & Organization Development Journal, 37(4),* 467- 486.

Thomas, Kenneth. W. & Tymon, Walter.G. Jr. (1994). Does empowerment always work: understanding the role of intrinsic motivation and personal interpretation. *Journal of Management Systems, 6(2),* 1-13.

Thomas, Kenneth. W. & Tymon, Walter.G. Jr. (1997). Bridging the motivation gap in total quality. *Quality Management Journal, 4(2),* 80-96.

Tippratum, Chonticha. (2016). Intrinsic reward of retirees: study for grounded theory. *Proceeding The 41st National and 5th International Graduate Research Conference Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Rayal Patronahe.* 45-56.

Tymon, Walter.G. Jr., Stumpf, Stephen. A. & Doh, Jonathan. P. (2010). Exploring Talent Management in India: The Neglected Role of Intrinsic Rewards. *Journal of World Business, 45(2),* 109-121.

Wang, Jijie. et al. (2017). Impacts of organizational commitment, interpersonal closeness, and Confucian ethics on willingness to report bad news in software projects. *The Journal of Systems and Software*, *125,* 220-233.

Wardayati, Siti. M. (2016). The implement of COSO concept in “Vroom” expectancy theory on PT. UMC Zusuki Jember. *Procedia-Social and behavioral sciences, 219,* 784-791.

Yap, Jo. En., Bove, Liliana. L. & Beverland, Michael. B. (2009). Exploring the Effects of Different Reward Programs on In-Role and Extra-Role Performance of Retail Sales Associates. *Qualitative Market Research: An International Journal, 12(3),* 279-294.

An SEM Analysis of the Competence to Reduce Transaction Costs of Export Management Companies in Thailand

Pornlapas Suwannarat*, Sommai Khantong[2], Napat Jantarajaturapath[3]

Received: December 12,2018, Revised: February 2,2019, Accepted : February 18,2019

Abstract

This study has primarily focused on the competence of export management companies in reducing transaction costs, which relates to their performance. Structural equation modelling (SEM) technique has been adopted to test the relationship of each variable in the model of the study and examine the direct influence, indirect influence, and total influence of the independent variables on the dependent variables. The study has been provided the official database of export intermediary firms by the Department of Export Promotion, Ministry of Commerce, Thailand. The samples of 400 export intermediary firms were identified from the 1,486 population firms. The postal questionnaires were sent to these sample firms. Based on three theories, transaction cost, agency and resource-based theory, the results indicate that three valuable resources of export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness have direct and indirect effect on export intermediary performance and these resources have also been partially found their impact on the competence to reduce clients' transaction costs. Further, the result of the study indicates that model of the study has good fit to the empirical data.

Keywords: Export Intermediary Company, Export Management Company, Export Agent, Transaction Cost, Resource-Based Theory; Agency Theory, Export Performance

* Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2,3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

1. Introduction

An export intermediary company or export management company is defined as a "specialist firm that functions as export departments of several manufacturers in non-competitive lines" (Root, 1994: 102). Root (1994); Peng and York (2001); Julien and Ramangalahy (2003); Sharma (2005); Shama, Tainai, and Sariteke (2006); Kumar and Bergstrom (2007); Shahrul (2011); Suwannarat (2016a, 2016b) argue that these companies play an important role in enabling exporters to enter wider overseas markets. By mediating between individuals and organisations which would not otherwise have come into contact, they provide a valuable service. Smaller firms may be alarmed by problems they anticipate if they move into exporting. Larger firms, in spite of their more extensive resources, may be reluctant to make the effort to enter new markets when they are performing satisfactorily in their existing markets. Both may see export agencies as a kind of new distribution channel linking them with foreign customers. The service provided by these intermediary firms in the exporting country range from freight forwarding and customs broking to trading, while in the importing country they can act as manufacturers' representatives and distributors.

Although research increasingly supports the view that intermediary companies can benefit exporters by facilitating their entry to a greater number of foreign markets (Ilinitch, Peng, Eastin, and Paun, 1994; Peng and York, 2001), to date the literature has largely concentrated on firms that export their own products (Vogel, 2009); focused on export intermediary firms from developed countries (Balabanis, 2000); or on such major emerging market economies as China (Feenstra and Hanson, 2004). As a result, a more rigorous understanding of the determinants of export intermediary performance could provide one of the critical missing link in existing research (Peng and Ilinitch, 1996: 609 cited in Peng and York, 2001: 328).

Hence, this paper attempts to propose a new research framework that concentrates on the justification to use the export intermediary firms as facilitators in reducing transaction costs by the exporters. The paper is structured as follows: first, the theoretical foundations of the study and related literatures are discussed. Then, the conceptual model and proposition development are presented, followed by the research method and results of the study. The final section is theoretical and managerial contribution of this study.

2. Literature Review

The literature suggests that examination of the determinants of export management firms' performance may provide insights to those engaged in this area and to policy makers, as well as to academics (Peng and Ilinitch, 1998; Shahrul, 2001; Balabanis, 2000, 2001, 2005, 2015; Ellis, 2003; Julien and Ramangalahy, 2003; Kumar and Bergstrom, 2007). There are a number of outstanding academic issues in need of illumination, such as why steady progress in internalising processes, which is found in much of the literature, does not always occur (Leonidou and Katsikeas, 1996; Peng and York, 2001). This may in part be due to the contribution of export intermediaries, who may facilitate a dramatic

increase in exporting on the part of certain manufacturers (Ilinitch, *et al*., 1994). On the other hand, some export management companies may seek to inhibit manufacturers' too rapid progress in developing their exports for fear they will no longer need the services of intermediaries. Needless to say, this may prove a short-sighted practice by alienating existing clients and deterring potential customers. Export management companies need to find a way to optimise their own performance without alienating their customers. Also, interestingly, the study of Sharma (2005) proposes the paradigm that the rapid growth of e-business would positively affect the survival of intermediary firm. These firms could incorporate e-business into export intermediary firm's operation. Sharma (2005) concludes that well established intermediaries would not only be able to enhance their capabilities but also be able to conduct them more efficiently and effectively. However, this issue has been still a serious debate among researchers. Whilst the study of Shahrul (2011) in presenting the framework of factors that affect intermediaries' competitive strategies and export performance, which is moderated by external environments. This could be re-conducted to test the applicability of his framework. Recently, Balabanis (2015) argues that most of the existing research on export intermediary firm focuses on the service structure and factors that influence on intermediary's choice of transaction creating services or physical fulfillment services. It fails to take into account how external and internal factors tie in with an export intermediary firm's service offering and how this combination affects export performance. In his study, Balabanis (2015) finds that co-alignment of an export intermediary's service mix configuration to a number of the contingencies lead to higher levels of profitability and efficiency.

This is clearly of practical importance to export intermediary firms and of commercial benefit to their clients. Establishing the determinants of export intermediary performance may also assist policy makers attempting to promote exports. (Peng, 1998; Peng and Ilinitch, 1998; and Peng and York, 2001). The present paper focuses on the identification of the performance determinants of export intermediary firms. It draws on transaction cost, agency, and resource-based theory and suggests that there are unavoidable constraints on transaction costs and frictions arising between client and agent, which mean that how successful export intermediary companies prove to be dependent on their possessing unique resources which enable them to reduce their clients' transaction and agency costs. In addition, this paper also emphasizes on the mediating role of the competence to reduce transaction costs in mediating the association between resources and the performance of export intermediary firms.

2.1 Theoretical Background

Three theories have underpinned this study. Transaction cost theory explains why exporters may choose intermediaries in the first place, while agency theory provides insights into the cost and benefits associated with intermediaries. Lastly, resource-based theory explains why some intermediaries utperform others.

2.1.1 Transaction Cost Theory

The central contention of transaction cost theory is that transactions can be classified by organisational form. Coase (1937) presented the idea that trading on the open market and keeping

everything within the firm are alternative ways of organising similar kinds of transaction, and that one or the other may prove to have a reduce cost depending on the circumstances of the transaction. The theory was further developed by Williamson (1975; 1985), who introduced the classification of "markets" and "hierarchies". This defines a set of human factors and a set of environmental factors which, taken together, establish the efficiency of a particular form of contracting. The human factors are bounded rationality and opportunism. The environmental factors are uncertainty and small numbers. Where these factors are problematical they may encourage a firm to bypass the market and resort to hierarchical modes of organisation, keeping transactions 'in-house'. Firms make choices depending on which choice minimises transaction costs. Such costs are likely to arise due to the bounded rationality of decision makers, uncertainty and complexity of the environment, and asymmetric distribution of information between parties to an exchange. Because these costs are likely to be substantial when transacting across borders, export intermediaries may be chosen "in order to minimise the cost of achieving export sales" (Beamish, *et al*., 1999: 39 cited in Peng and York, 2001). To explain the application of transaction cost theory in an international context, it needs to be recognised that, when exporting, manufacturers have two options: to export directly, or to export indirectly via intermediaries. If exporters are to be persuaded to choose the second option, export intermediary firms need to be able to reduce demonstrably their clients' export-related transaction cost relative to direct exporting. Their performance depends on how successful they are in reducing these costs.

2.1.2 Agency Theory

If transaction cost theory focuses on the choice between trading in-house rather than in the open market, agency theory focuses on the differing interests of the principal and the principal's agent (Jensen and Meckling, 1976; Peng and York, 2001; Shapiro, 2005). While exporters are seeking to enhance their export performance through the use of agents, agents (export intermediary firms) may be primarily interested in maximising the fee for their services while minimising their effort. They may exaggerate their skills and knowledge, and this problem becomes acute if principals are unable accurately to assess the agents' skills and monitor their activity. Principals have to seek to minimise information asymmetry by monitoring activity to curb agents' opportunism, or structure incentives to ensure that both parties' interests are aligned. These costs of "monitoring expenditures of the principal, the bonding expenditures by the agent, and the residual loss" are known as agency costs (Jensen and Meckling, 1976: 308). Theoretically, the best performing intermediaries will be those who also minimize agency costs for their clients.

2.1.3 Resource-Based Theory

Resource-based theory emphasises analysis of the resources firms possess, some of which may be firm-specific and non-transferable. Through these firms can gain competitive advantage and enhance performance. (Barney, 1991; Barney and Clark, 2007). These resources are often intangible, embedded within the firm, and knowledge-based. In the case of export intermediaries, market knowledge and negotiation skills may be important for minimising the search and negotiation costs associated with export transactions. From the standpoint of this theory, the success or otherwise of export intermediary

firms will depend on the extent to which they are able to acquire and deploy unique resources. Without this, manufacturers might decide to develop their own in-house export capabilities. Many large manufacturers do just that, obliging intermediaries to service smaller firms, or to concentrate on larger firms' marginal markets.

2.1.4 Theory Integration

Each of these theories illustrates one aspect of export management. Transaction cost theory attempts to predict firms' governance choices, while agency theory draws attention to the underlying conflict between principals and agents. And indeed, most transaction cost and agency theory-based research focuses on the ways in which manufacturers arrive at decisions about how to implement export policy (Aulakh and Kotabe, 1997; Campa and Guillen, 1999). Intermediaries, however, can also employ resources to influence the relationship (Peng and York, 2001). Resource-based theory focuses on how they exploit their unique capabilities to reduce transaction and agency costs and enhance their own performance. Transaction cost theory has been criticised as having limited applicability in placing too much emphasis on the structural features of trading at the expense of other important aspects. Zajac and Olsen (1993) suggest that it has encouraged management to focus more on anticipated gains than anticipated losses incurred in attempting to restrict opportunistic behaviour. Its critics also see the approach as mistaken in its explicit or implicit assumption that the firms in a given industry are homogeneous. In the real world, no two firms have identical resources and technologies (Kogut, 1988; Dyer, 1997). "Firm homogeneity is unrealistically assumed" (Robson *et al* 2002: 389).

Agency theory, for its part, has been critcised for overlapping with transaction cost theory. Williamson (1988: 569 cited in Peng and York, 2001) argues that the two theories are very similar in their orientation on managerial discretion and efficient contracting, and that their behavioural assumptions are "substantially identical". Resource-based theory, meanwhile, is criticised for defining competitive advantage as a value-creating strategy based on resources that are, along with other characteristics, valuable. The reasoning is said to be circular and therefore "operationally invalid" (Priem and Butler, 2001a: 31). Resource-based theory is criticised for ignoring external factors related to an industry as a whole. The industry structure as well as other external factor analysis should also be considered. (Lippman & Rumelt, 1982). Through external change an initial competitive advantage could be nullified or even transformed into a weakness (Priem and Butler, 2001b; Peteraf, 1993; Rumelt, 1984). Given these deficiencies, a combination of the theories seems likely to provide a more satisfactory conceptual framework. An integrated approach suggests that the export intermediary firm can be seen as an agent whose resources help to reduce export-related agency costs and transaction costs for its principals (Peng, 1998: 67).

2.2 Resources

Export knowledge

Competency to reduce clients' search costs can be impacted by export knowledge - the knowledge of foreign markets and export processes. This knowledge has been studied and measured in many preceding studies (e.g., Cavusgil and Zou, 1994; Eriksson et al., 1997; Peng & York, 2001). Employing a

multidimensional approach, Peng (1998), and Peng and York (2001) measured the export knowledge of export intermediaries by eliciting information focusing on the export agent's experience with key decision maker's experience in foreign cultures, experience in the particular industry, and so forth. It was found that export knowledge can positively affect the competency to reduce clients' search costs. This knowledge, says Peng (1998), can be regarded as a unique, valuable, intangible resource, that cannot be easily replicated by rivals.

Negotiation skills

Negotiation skills have also been regarded as a valuable asset [resource] as it can positively impact on the competency of export intermediary firms to reduce clients' negotiation costs. Tung (1988) and Peng and York (2001) noted that this antecedent factor has been operationalised as negotiation expertise and frequency. Peng and York (2001) further defined it as "possessing an intangible resource embodied in ability [competency] to handle export negotiations" (Peng & York, 2001, p. 333).

Specialisation and trustworthiness

In addition, Peng and Ilinitch (1998) had also stressed that export intermediary firms normally specialise in certain areas. They deal with products made by locals or by foreign market or both. Because of this specialisation, these firms know the products and the markets they serve very well. They usually have well-established networks of foreign distribution already in place. Hence, specialisation could be regarded as a valuable asset of intermediaries that cannot be easily transferred or imitated by others. This specialisation can enhance their competency to reduce transaction costs for clients, especially clients' monitoring and enforcement costs whilst also positively impacting on their own performance.

3. Conceptual Background and Hypothesis Development

According to Peng and York (2001), transaction cost, agency, and resource-based theory indicates that export-related costs can be broken down into three main constituent parts: (1) search costs, (2) negotiation costs, and (3) monitoring and enforcement costs. The resources commonly possessed by export intermediary firms are likely to enable exporters to reduce these costs. Peng and York (2001) derive a model by focusing on the effect of ability to lower transaction costs on export intermediary performance. They point out that "we derive a research model, which posits that as long as the export intermediary possesses resources that will help exporters lower export-related costs along these three dimensions, its services will be sought, its survival viable, and its success likely" (Peng and York, 2001: 332). Also, in their research model, Peng and York (2001) define ability to lower transaction costs in terms of resources that intermediaries possess. However, according to Barney (1991), resources can be seen in a number of forms both intangible and tangible aspects. Resources may have relationships among themselves and affect export intermediaries' performance. Thus, the different approach has been applied in this study by re-defining the variables; this study operationises resources separately from competence to reduce transaction costs in order to study the direct effect of resources on the competence to reduce transaction

costs and the direct impact of competence to reduce transaction costs on intermediary firm's performance. As well, the indirect effect of resources on the intermediary's performance has been established to study. In addition, the mediating role of the competence to reduce transaction costs that mediate the relationship between resources and intermediaries' performance has also been set up to test in the study. Given that the competitive advantage of export intermediary firms grows out of their intangible resources, the strategic management literature on the resource-based view of firm (Barney, 1991; Barney and Clark, 2007), the transaction cost paradigm (Williamson, 1975, 1985), as well as the agent theory (Jensen and Meckling, 1976) enable researcher to generate a research model in Figure 1 and set of the following hypotheses.

3.1 Minimising Search Cost

Search costs typically include the upfront costs of market research and planning. Without extraneous help this can be expensive and time-consuming (Eriksson et al., 1997). Peng and York (2001); Julien and Ramangalahy (2003); Balabanis, 2000, 2001, 2005; Shahrul (2011) argue that these costs deter many manufacturers from expanding into international markets, and if the attempt is made to cut corners, inadequate prior information increases the likelihood that their venture into exporting may be unsuccessful. Export intermediaries are able to provide crucial knowledge about foreign markets, and are likely to be familiar with export procedures and internatonal marketing strategies. They can also leverage this knowledge across a plurality of client firms and products, achieving economies of scale in overseas distribution which are beyond the reach of individual exporters. For leading export intermediary firms, their knowledge and competence to leverage it can be seen in terms of resource-based theory as a unique, intangible resource. In the study of Peng and York (2001), they find the strong support of the influence of knowledge on export intermediary firms.

3.2 Minimising Negotiation Cost

Negotiation costs include such direct costs as travel, communication and staff, but also the costs of potential risk when dealing with unfamiliar foreign customers (Tung, 1988: Weiss, 1994). Exporters may find their lack of experience exacerbated by a lack of knowledge about culturally derived negotiation norms (Lewicki, Litterer, Minton, and Saunders, 1994), resulting in disadvantageous deals. The expertise of export intermediary firms may often enable them to obtain a better deal for their clients. Excelling with this intangible resource of skills in the handling of export negotiations can give intermediaries a competitive edge (DeNoble, Castaldi, and Moliver, 1989; Peng and York, 2001; Shahrul (2011). The partial influence of negotiation skills on intermediary firms' performance can be found from the study of Peng and York (2001).

3.3 Minimising Monitoring and Enforcement Cost

Peng and Ilinitch (1998) argue that export intermediary firms normally specialise either by product or by foreign market or both. Because of their specialisation operated by skilled staffs, they know their products and markets they serve very well and usually have well-established networks of foreign distribution already in place. Hence, specialisation could be regarded as one of valuable resources of

intermediaries that cannot easily be transferred or imitated by others and this could lead to the enhancement of the competence to reduce transaction costs for their clients, and positively impact on their performance.

According Sabel (1993); Barney and Hansen (1994), trust is the mutual confidence that no party to an exchange will exploit another's vulnerabilities. Parties to an exchange can be vulnerable in several different ways. When parties to an exchange find it very costly to evaluate accurately the quality of the resources or assets others assert they will bring to an exchange, these economic actors are subject to adverse selection vulnerabilities (Akerlof, 1970) and when parties to an exchange find it very costly to evaluate accurately the quality of the resources or assets others are actually offering in exchange, these economic actors are subject to moral hazard vulnerabilities (Holmstrom, 1979). Also, when parties to an exchange make large, asymmetric transaction-specific investment in an exchange, they are subject to hold-up vulnerabilities (Klein, Crawford, and Alchian, 1978). Sable (1993) argues that when parties to an exchange trust each other, they share a mutual confidence that others will not exploit any adverse selection, moral hazard, hold-up, or any other vulnerabilities that might exist in a particular exchange. Sabel (1993) point out that a definition of trustworthiness follows directly from Sable's definition of trust. As the word itself implied, an exchange partner is trustworthy when it is worthy of the trust of others. An exchange partner worthy of trust is one that will not exploit other's exchange vulnerabilities. Barney and Hansen (1994) point out that whilst trust is an attribute of a relationship between partners [company], trustworthiness is an attribute of individual exchange partner [company] and they summarise from their study that trustworthiness could be a [valuable resource] and a source of competitive advantage of each firm.

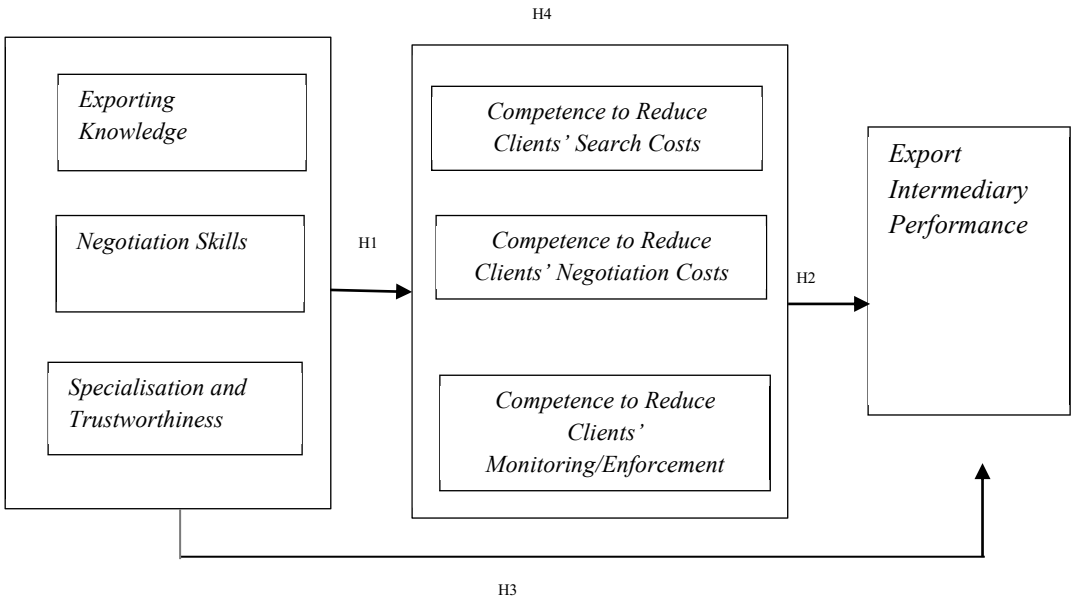
Furthermore, Bergen, Dutta, and Walker (1992); Peng and Ilinitch (1998) argue that the use of intermediaries introduces potential agency costs in the manufacturer-intermediary [intermediary and its clients] relationship. As agents, intermediaries may behave in a way that is not always in the best interests of their principals. If agency costs in this relationship are deemed to be too high, the manufacturer (principal) may (i) opt to integrate the intermediary function, i.e., "direct export", (ii) elect to use overseas-based "import intermediary"; and/or (iii) quit exporting at all. Each of these options depresses the demand for export intermediary services. Thus, export intermediaries' chances of being selected and retained by exporters also depend on whether they can assure their clients that the potential agency costs will be less than monitoring/enforcement costs manufacturers would have incurred when engaging in direct export (Peng, Ilinitch, and Hill, 1998). Apart from export knowledge and negotiation skills in exporting, therefore, trustworthiness of intermediary firm can be regarded as one of the important resources in assuring clients and enhancing the competence to reduce the monitoring and enforcement costs for its clients and then, it leads to the better chance of intermediaries being selected by their clients, and eventually, the better performance of intermediary firm will be achieved (Cosimano, 1996; Peng and Ilinitch, 1998; Peng and York, 2001; Shahrul, 2011).

As well, after contracts have been signed, there is a need for ongoing monitoring and enforcement of contractual obligations. Non-observance of the terms may result from foreign buyers' misunderstanding as

a result of cultural differences, or from deliberate opportunistic behaviour (Williamson, 1985). Exporters (principal) must be constantly on the look-out for such hazards, and will often resort to the services of export intermediaries to reduce these costs (Peng and York, 2001). Based on the literature above, the following hypotheses have been established.

Hypothesis 1: The greater the export intermediary firm's resources (export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness), the higher the competence to reduce clients' transaction costs (search costs, negotiation costs, and monitoring and enforcement costs).

Figure 1 – The Proposed Model



Hunt and Morgan (1995); Peng and Ilinitch (1998) argue that the marketing and strategic management literature generally concentrate on the determinants of firm performance as the main research question. Particularly, "research should focus on what determines export intermediary performance, a question that has consistently puzzled scholars, practitioners, and policymakers worldwide (Peng, 1998 cited in Peng and Ilinitch, 1998: 615). The competitive advantage of export intermediary firms focusing on their intangible resources has been indicated in the literature particularly in the form of export knowledge, negotiation skills, specialisation and trustworthiness; these intangible resources could help to reduce the transaction costs of the intermediaries' clients or the exporters, Then, it leads to the better chance of intermediaries being selected by their clients, and eventually, the better performance of intermediary firm will be achieved (Cosimano, 1996; Peng and Ilinitch, 1998; Peng and York, 2001; Shahrul, 2011). Therefore, this leads to the following hypotheses.

Hypothesis 2: The greater the competence to reduce clients' transaction costs (search costs, negotiation costs, and monitoring and enforcement costs), the stronger the performance of Thai export intermediary firms.

Hypothesis 3: The greater the export intermediary firm's resources (export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness), the stronger the performance of Thai export intermediary firms.

3.4 The Competence to Reduce Transaction Costs as Mediator

As the literature and the established propositions shown above, it can be seen that the direct impact of resources on the competence to reduce transaction costs and the direct influence of competence to reduce transaction costs on intermediary firm's performance have been investigated. In addition, the indirect effect of resources on the intermediary's performance has also been examined. Thus, the competence to reduce transaction costs, in the study model, could be the mediator that mediates the relationship between resources and intermediaries' performance. Hence,

Hypothesis 4: The relationship between resources and performance of Thai export intermediary firms is mediated by the competence to reduce transaction costs (search costs, negotiation costs, and monitoring and enforcement costs).

4. Research Methodology

4.1 Sample and Data Collection

Compiling a database from the financial and business press is problematic. Glaister and Buckley (1994); Hergert and Morris (1988) point out that it is likely that only large and well known firms will be reported in the press, with perhaps many small ventures going unreported. Accordingly, this study follows their approach and has used an official database of export intermediary firms provided by the Department of Export Promotion, Ministry of Commerce, Thailand. There were 1,486 firms. An adequate sampling was determined by using the sample size table of Krejcie and Morgan (1970). A simple random sample of 400 export intermediary firms was identified from the population firms. The postal questionnaire in Thai and English was sent to the sample companies, addressed to the target respondents of this study, the chief executive officer (CEO) or managing director of the export intermediary firm. The response rate was 25.50%. To test non-response bias, a comparison was made between early and late respondents, as suggested by Armstrong and Overton (1977). The results showed no significant differences between early and late responses.

4.2 Measurement

4.2.1 Dependent Variable

The dependent variable in this research is export intermediary performance. It was measured by six items dealing with performance of an export intermediary firm. These include the acquisition of new clients, the retention of existing clients, goal achievement, market share, income, and export growth, which were developed from the study of Shoham (1998).

4.2.2 Independent Variable

The constructs of independent variables in this research consist of exporting knowledge, negotiation skills, and specialisation as well as trustworthiness. These are the resources of firms, defined and developed from the literature presented above. Export knowledge is measured by five items concerning knowledge competence about export operation, development of knowledge of the staff, knowledge of the overseas connection, knowledge of the overseas environment, and knowledge of the customer's needs. Negotiation skills are measured by five components involving negotiation skills, successful negotiation, negotiation strategy, compromise skills, and the exchange of negotiation techniques and strategy, while specialisation and trustworthiness of the export intermediary firm are measured in terms of reputation and image, honesty and trustworthiness, expertise, specialisation transformation, and mindfulness of the interests of clients.

4.2.3 Mediator Variable

The mediator variable in this study is the competence of the export intermediary firm to reduce clients' transaction costs. These constructs are derived from the literature review and conceptual background, discussed above. Competence to lower clients' search costs is measured by four items, which are the costs of searching for information about the legal procedures and environment of overseas countries; the characteristics and needs of foreign customers; exporting procedure; and knowledge across multiple parties. Competence to lower clients' negotiation costs is measured by four items which reduce the following costs: negotiation direct costs, negotiation indirect costs, communication difficulties, and losses incurred through negotiation. Competence to reduce clients' monitoring and enforcement costs comprises the following three items: monitoring and enforcing compliance by overseas partners with contractual obligations; monitoring and protecting the interests of clients; and helping clients' overseas partners to understand the contracts and agreements correctly.

4.2.4 Control Variable

Firm size and firm operational capital are the control variables of the study. Firm size was measured by the number of employees, while firm operational capital was established from the value of operational capital. According to the literature (Husted and Allen, 2007; Ciliberti, Pontrandolfo and Scozzi, 2008), larger firms tend to have more resources and to be more active than smaller firms in strategic planning, as well as better utilising resources to accomplish the firm's goals. Hence, the dummy variables distinguish firms' size and firms' operational capital.

4.3 Reliability and Validity

Reliability of the measurements was computed by Cronbach Alpha coefficients. In the scale of reliability, the coefficient values in this study are greater than 0.70; this can be interpreted as meaning that the scale of all measures is internally consistent (Nunnally and Bernstien, 1994). Factor analysis is employed to test the validity of data in the questionnaire. According to the rule of thumb of Nunnally and Bernstein (1994), if all factor loadings are greater than 0.40 cut-offs and are statistically significant, this can

be taken as showing the validity of instruments. All the results of this study comply with this rule as can be seen at Table 1.

Table 1: Result of Measure Validation

Variables	Factor Loadings	Reliability(Alpha)
Exporting Knowledge (EK)	0.591-0.869	0.722
Negotiation Skills (NS)	0.648-0.811	0.723
Specialisation and Trust(NS)	0.591-0.862	0.749
Competence to Lower Clients' Search Cost(ALCSC)	0.815-0.929	0.911
Competence to Lower Clients' Negotiation Cost (ALCNC)	0.812-.923	0.909
Competence to Lower Clients' Monitoring/Enforcement Cost (ALCME)	0.866-0.913	0.877
Performance (EP)	0.556-0.935	0.901

4.4 Statistical Technique

Structural equation modelling (SEM) techniques particularly in the form of path analysis has been adopted to test the proposed theoretical model shown in Figure 1, because they allow simultaneous estimation of multiple relationships among observed constructs, and account for measurement error. This study uses IBM/AMOS 20 to run the analysis.

5. Findings and Discussion

Table 2: Correlation Matrix of Variables

Variable	EK	NS	ST	ALCSC	ALCNC	ALCME	EP
Export Knowledge (EK)	1						
Negotiation Skill (NS)	.676**	1					
Specialisation and Trustworthiness (ST)	.625**	.629**	1				
Competence to Reduce Clients' Search Cost (ALCSC)	.325**	.324**	.328**	1			
Competence to Reduce Clients' Negotiation Costs (ALCNC)	.371**	.429**	.298**	.660**	1		
Competence to Reduce Clients' Monitoring and Enforcement Costs (ALCME)	.362**	.472**	.274**	.649**	.659**	1	
Export Intermediary Performance (EP)	.578**	.639**	.385**	.276**	.410**	.353**	1

**p<0.01; Minimum VIF = 2.323; Maximum VIF = 5.894

Table 2 shows the correlation matrix of the variables. Possible problems relating to multicolinearity, occur when two or more independent variables are linearly related very closely. This problem was also monitored. Hair, *et al* (2006) argue that a correlation with a value above 0.80 should be considered a serious problem. After the simple correlations between independent variables and standard errors of the estimated coefficients had been examined, the data showed there was no serious multicolinearity which would distort the efficiency of the estimate. Also, the variance inflation factor (VIF) has been used to check the multicolinearity problem between the independent variables. The VIF value of this study (ranging from 2.323 to 5.894) is below the cut-off value of 10; this indicates that the independent variables do not correlate to any great extent with each other (Neter, William and Michael, 1985).

5.1 The Overall Model Fit

Table 3 illustrates the results of the overall model fit testing. The data indicate that the good fit between empirical data and the established model can be found. To check the overall model fit, Kline (2005) argues that the test could be based on the statistical values of indices that have been classified into three categories: absolute fit indices, comparative fit index, and miscellaneous indices. Regarding the absolute fit indices, Hair et al., (2006) point out that this type of index shows the difference between the implied variances and covariance and empirical sample variances and covariance. The chi-square with probability value that is greater than 0.05 indicates the fit between empirical data and model (Hoyle, 1995). The result of the study in Table 3 shows 2.779 Chi-square value with 4 degrees of freedom at 0.595 probability level. This means the fit between empirical data and established model. Kline (2005) further explains that other indices in this category for testing the model fit consisting of root mean square error of approximation (RMSEA), standardized root mean square residual (SRMR), and goodness of fit index (GFI). RMSEA as well as SRMR are the badness-of-fit indices. If these indices show zero value, it can be interpreted as perfect fit of empirical data with the model. The acceptable range of RMSEA, SRMR values could be 0.00-0.08 (Kline, 2005). Goodness of fit index (GFI) is similar to squared multiple correlation; it shows the proportion of observed covariance that can be explained. The GFI with 1 value means the perfect fit. The acceptable range could be 0 – 1. The data of this study fully corresponds to these criteria. Table 3 shows 0.00 RMSEA value (perfect fit); it also shows p-value or PCLOSE at 0.696 values, which is greater than 0.05 indicating good fit. SRMR value is 0.027, whilst GFI value shows the high fit value of 0.992.

With the second index, the comparative fit index (CFI), McDonald and Marsh (1990); Arbuckle and Wothke (1999); Kline (2005) point out that this index compares the model of interest with some alternative, such as the null or independent model. Specifically, the CFI compares the fit of a target model to the fit of an independent model—a model in which the variables are assumed to be uncorrelated. Lattin et al., (2003) argue that the acceptable CFI value could be 0.90 and 1.00. The outcome of this study (CFI=1) completely match with this criterion.

Arbuckle and Wothke (1999) explain that the miscellaneous indices include CMIN/DF index, modification indices, standard errors, HOELTER index, and so forth. However, the Chi-square statistic

comparing the tested model and the independent model with the saturated model (CMIN/DF) has been used widely among scholars to test the model fit. The acceptable CMIN/DF value could be lower than 3 (Arbuckle and Wothke, 1999). The result of this study shows a good outcome of 0.695 CMIN/DF value, whilst the HOELTER index that shows 325 value meaning the appropriateness of sample size of the study (greater than 200). The overall adjusted model fit has been shown at Figure 2 and Figure 3.

Further, this study also finds the direct, indirect, and total influence of independent variables on dependent variables in the model as shown in Table 6 – Table 8. Regarding the indirect effect, two intangible resources (negotiation skills and specialisation and trustworthiness) have been found their positive indirect effects on export intermediary performance with 0.017 and 0.034 estimate values respectively, whereas export knowledge shows negative indirect effect on export intermediary performance with -0.001 estimate values. In terms of direct effect, the data show the details are in the following: a) specialisation and trustworthiness has direct effect on competence to reduce search costs (0.345), competence to reduce monitoring/enforcement costs (-0.171), and export intermediary performance (-0.380); b) negotiation skills has direct effects on competence to reduce monitoring/enforcement costs (0.675), competence to reduce negotiation costs (0.536), export intermediary performance (0.816); c) export knowledge has direct effects on competence to reduce search costs (0.080), and export intermediary performance (0.422); d) competence to reduce monitoring/enforcement costs, competence to reduce negotiation costs, competence to reduce search costs have direct effects on performance of export intermediary firms (-0.123, 0.218, -0.012). Also, these direct effects can be seen from Figure 2 and Figure 3.

Figure 2: The Adjusted Model with Unstandardised Estimates

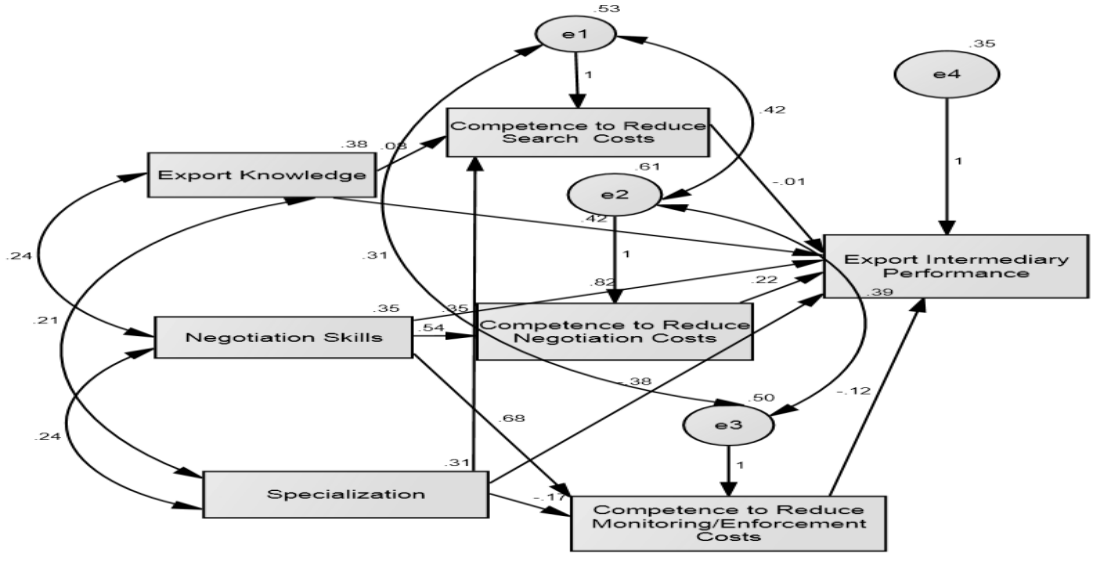
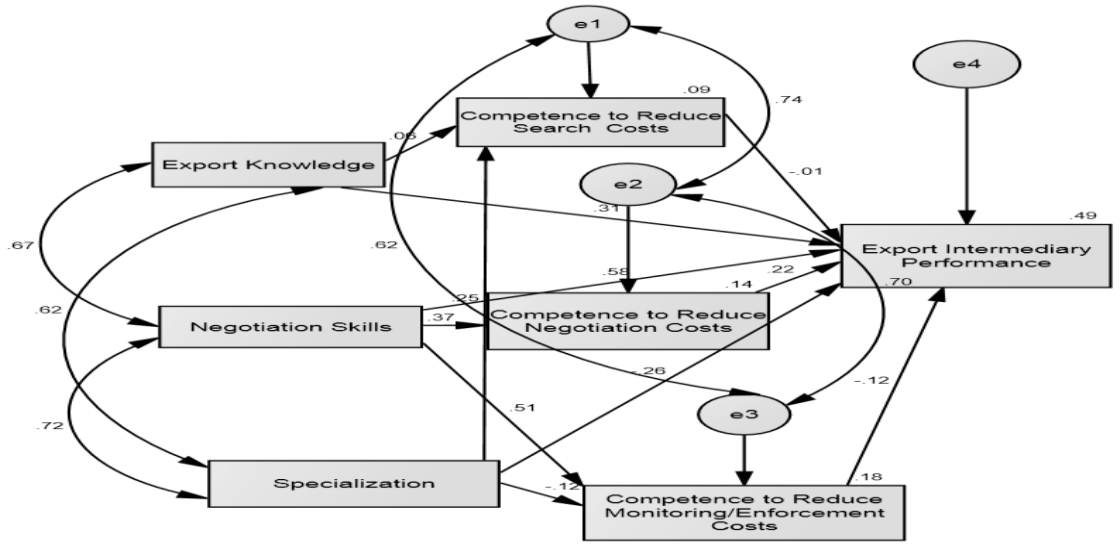


Figure 3: The Adjusted Model with Standardised Estimates



5.2 The influence of export intermediary firm's resources on the competence to reduce clients' transaction costs

Table 4 and Table 5 show the regression weights and standardized regression weight. They inform the results of the relationships between the intangible resources of the export intermediary firm and the competence in reducing transaction costs for its clients. The results indicate that intangible resources have significant effect on the competence to reduce transaction costs which are in the following: negotiation skills impact on the competence to reduce negotiation costs (β= 0.536, p<.001); negotiation skills affect on the competence to reduce monitoring and enforcement costs (β= 0.536, p<.001); specialisation and trustworthiness influence on the competence to reduce search costs (β= 0.345, p<.01). Whilst other two pairs of the relationships between export knowledge and competence to reduce search cost; specialisation/trustworthiness and competence to reduce monitoring and enforcement costs do not show the significant association (β= 0.080, p>0.05; β= -0.171, p>0.05). The outcomes in this study are both consistent and different to those in previous studies. Suwannarat (2016a, 2016b) can find the significant positive associations of all intangible resources on the competence to reduce transaction costs with the regression analysis via SPSS program. These different findings may result from the simultaneous estimation of multiple relationships among observed constructs of AMOS analysis technique, which this study adopts to use. Peng and Ilinitch (1998) argue that, in terms of search cost minimising, export intermediaries with extensive knowledge about foreign markets and export process could help to reduce clients' search cost since these firms already know the markets and products in which they specialise, and they also have a ready list of customers and long –standing connections and networks within those markets. This knowledge could be regarded as an intangible resources, which cannot be easily imitated

(Barney, 1991). However, the significant influence of export knowledge on competence to reduce search cost cannot be found.

Remarkably, this study can find the significant positive impact of specialisation/trustworthiness on the competence to reduce clients' search costs (β= 0.345, p<.01). Specialisation of export intermediary firm either by product or by foreign market or both, which results from experiences and routine working for a period of time, could enhance its competence to reduce clients' search costs because its specialisation usually has well-established networks of foreign distribution already in place. This could help to reduce search costs for its client. In addition, according to Barney and Hansen (1994), trustworthiness could be regarded as a valuable resource and a source of competitive advantage of each firm. This type of resource could create mutual confidence among the parties and no party to an exchange will exploit another's vulnerabilities. This resource could augment its competence to reduce clients' search costs by leveraging its knowledge about overseas markets and export procedure across a plurality of clients firms and products and fulfilling economies of scale in foreign distribution which individual exporters cannot do by themselves. These perhaps could be new knowledge filling the gap in the literature.

Regarding the competence to reduce clients' negotiation costs, the results of this study correspond to those from previous studies (e.g., Suwannarat, 2016a, 2016b). Peng and York (2001) point out that intermediary firm could save the cost of negotiation for its clients; export-related negotiation costs may be substantial because these costs not only include the logistical costs of conducting international negotiations, but also include the costs of potential hazard when dealing with unfamiliar foreign negotiator. For inexperienced exports, lacking of knowledge and experience in export markets is often synchronising with lacking of understanding of, and sensitivity to, the intricacies or international negotiation. Hence, export intermediaries could often reduce these costs as a result of their expertise and experience in foreign negotiations, their networks and contacts overseas, and their competence to prevent and resolve misunderstandings owing to language and cultural gaps (Weiss, 1993 cited in Peng and Ilinitch, 1998).

In addition to reducing search and negotiation costs, successful intermediaries could also provide services in ways that reduce the monitoring costs of their clients, not only the behavior of overseas customers, but also of the intermediaries themselves. A number of researchers (Burgen, Dutta, and Walker, 1992, Peng and Ilinitch, 1998) rationalise the exporter – intermediary relationship via the agency costs. As agents, intermediary firms may behave in a way that is not always in the best interests of the principals (clients or exporters), for example, withholding critical information about overseas markets, monopolising the communication between exporters and foreign buyers, or simply failing to perform as promised (Sharma, 1997; Peng and Ilinitch, 1998). If such agency costs in this relationship are deemed to be too high, the principals (exporters or clients) may choose to operate this function by themselves instead, or may use overseas-based "import intermediaries" (Peng and Ilinitch, 1998: 611), or quiting exporting. Thus, Peng and Ilinitch (1998); Peng, Ilinitch, and Hill, (1998); Peng and and York (2001) assert that the export intermediaries' chance of being selected and retained by exporters depends on whether

they can assure their clients that the potential agency costs will be less than the monitoring/enforcement costs exporters would have incurred when engaging in direct export. Therefore, the intermediary who is specialised, honest and trustworthy and has the good reputation and image is likely to be selected by exporters. Because dealing with such sincere intermediary firms would help exporters to reduce the monitoring/enforcement costs: costs in detecting and monitoring the behavior of overseas trade partners. Also, the agency cost of using services from the honest and trustworthy intermediary firm would be reduce than monitoring and enforcement costs that exporters would have expended via direct export. The result of this study cannot be found the significant association between specialisation/ trustworthiness and the competence to reduce clients' monitoring and enforcement costs.

However, interestingly, this study can find the significant positive influence of the negotiation skills on the competence to reduce monitoring and enforcement costs (β= 0.675, p<.001). This, in other words, could explain that the expertise of negotiation of export intermediary firm can foster its competence to reduce clients' monitoring and enforcement costs. When the contract have been signed between manufacturers (exporters) and overseas trading partners, the negotiation skills of export intermediary firm could help to enforce the contractual obligations and ongoing monitoring for the sake of its clients. Therefore, altogether, **Hypothesis 1 is partially supported.**

5.3 The impact of the competence to reduce the clients' transaction costs on the performance of intermediary firm; and the effect of the export intermediary firm's resources on the intermediary's performance.

Table 4 and Table 5 show the regression weights and standardized regression weight. Tables indicate the results of the relationships between the competence to lower transaction costs and performance of export intermediary firm. It can be seen that the significant relationships cannot be found: competence to reduce search costs on export intermediary performance (β= -0.012, p>0.05); competence to reduce negotiation costs on export intermediary performance (β= 0.218, p>0.05); competence to reduce monitoring/enforcement costs on export intermediary performance(β= -0.123, p>0.05). This leads to the **rejection of the Hypothesis 2.** This differs from the findings of Suwannarat (2016a, 2016b) that he finds significant association of all pairs of relationships between competence to reduce transaction costs and export intermediary performance. This difference may come from the closely association of independent variables (resources and competence to reduce transaction costs), but still be in the accepted range, and the simultaneous estimation of multiple relationships among observed constructs. This may trigger to the elimination of the influence of the competence to reduce transaction costs on export intermediary performance by export intermediary firm's resources (export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness).

A number of international business researchers (Cosimano, 1996: Peng, Ilinitch and Hill, 1998; Peng and York, 2001) argue in this respect that the export intermediary firms' likelihood of being selected and retained by exporters depend on whether these export intermediary companies can assure their

exporters (clients) that the transaction cost of exporting operation run by intermediary firms will be reduce than those costs that clients would have incurred if this function is operated by the exporters themselves. In other words, intermediaries that can help reduce these transaction costs will be sought by the clients since these intermediaries can produce a better and tighter deal, which reduces the probability of export failure (Cosimano, 1996; Peng and Ilinitch, 1998). Consequently, the more clients, the better performance of intermediary firms.

Also, Table 4 and Table 5 show that the intangible resources of the export intermediaries: the export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustfulness, have positive effects on their performance significantly (β= 0.422, p<.01; β=0.816, p<0.001, β= -0.380, p<.05). This result indicates that export intermediary firms with greater the intangible resources in terms of the export knowledge and negotiation skills appear to have the better performance, whilst the specialisation and trustworthiness shows the opposite direction: the greater specialisation and trustworthiness, the lower performance. Perhaps, this could be the interesting outcome especially in the issue of corporate governance of intermediary firm since the findings imply that the lower the trustworthiness, the higher performance of export intermediary firms. The deliberate opportunistic behaviors (Williamson, 1985) of agents may result in the better performance of them. Hence, the above outcomes are partially consistent to those in the literature of export intermediaries, especially the determinants of the performance of intermediary firms. The export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustfulness are commonly regarded as the intangible resources and cannot be easily replicated (Barney, 1991; Barney and Hansen, 1994); they could enhance the competitiveness of the firm and, accordingly, improve the firm performance (Peng and York, 2001: Suwannarat, 2016a, 2016b). Hence, the **Hypothesis 3 is partially supported.**

5.4 The Mediating Effect of the Competence to Reduce Transaction Cost

According to data in Table 4 and Table 5, as mentioned earlier, it can be seen that there is no significant direct relationship between competence to reduce transaction costs and performance of export intermediary firm. Hence, it can be interpreted that the relationship between resources and performance of export intermediary firms is not mediated by the competence to reduce transaction costs (search costs, negotiation costs, and monitoring and enforcement costs). This result differs from that of Suwannarat (2016a) that can find the partial mediating impact of the competence to reduce transaction cost via the SPSS regression analysis, whilst this study simultaneously runs the relationship analysis of all variables via AMOS. This different data analysis technique may contribute to this dissimilar result. Therefore, **Hypothesis 4 cannot be accepted**.

Table 3: The result of the Overall Model Fit Test

Default Model

Chi-square = 2.779

Degrees of freedom = 4

Probability level = .595

RMSEA

Model	RMSEA	PCLOSE
Default model	.000	.696

SRMR, GFI

Model	SRMR	GFI
Default model	.027	.992

Baseline Comparisons

Model	CFI
Default model	1.000

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	24	2.779	4	.595	.695

HOELTER

Model	HOELTER .05
Default model	325

Table 4: The Results of the Regression Weights

			Estimate	S.E.	C.R.	P
ALCSC	<---	Export_Knowledge	.080	.105	.757	.449
ALCNC	<---	Negotiation Skills	.536	.112	4.763	***
ALCME	<---	Specialisation	-.171	.132	-1.298	.194
ALCME	<---	Negotiation Skills	.675	.137	4.929	***
ALCSC	<---	Specialisation	.345	.121	2.862	.004
Performance	<---	ALCSC	-.012	.127	-.094	.925
Performance	<---	ALCNC	.218	.130	1.685	.092
Performance	<---	ALCME	-.123	.124	-.995	.320
Performance	<---	Export Knowledge	.422	.138	3.058	.002
Performance	<---	Negotiation Skills	.816	.182	4.480	***
Performance	<---	Specialisation	-.380	.171	-2.228	.026

***p<0.001

Table 5: The Results of the Standardized Regression Weights

			Estimate
ALCSC	<---	Export Knowledge	.064
ALCNC	<---	Negotiation Skills	.373
ALCME	<---	Specialisation	-.123
ALCME	<---	Negotiation Skills	.509
ALCSC	<---	Specialisation	.254
Performance	<---	ALCSC	-.011
Performance	<---	ALCNC	.223
Performance	<---	ALCME	-.116
Performance	<---	Export Knowledge	.314
Performance	<---	Negotiation Skills	.580
Performance	<---	Specialisation	-.257

Table 6: The Results of Direct Effects

	Specialisation	Negotiation Skills	Export Knowledge	ALCM	ALCN	ALCS
ALCME	-.171	.675	.000	.000	.000	.000
ALCNC	.000	.536	.000	.000	.000	.000
ALCSC	.345	.000	.080	.000	.000	.000
Performance	-.380	.816	.422	-.123	.218	-.012

Table 7: The Results of Indirect Effects

	Specialisation	Negotiation Skills	Export Knowledge	ALCM	ALCN	ALCS
ALCME	.000	.000	.000	.000	.000	.000
ALCNC	.000	.000	.000	.000	.000	.000
ALCSC	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Performance	.017	.034	-.001	.000	.000	.000

Table 8: The Results of Total Effects

	Specialisation	Negotiation Skills	Export Knowledge	ALCM	ALCN	ALCS
ALCME	-.171	.675	.000	.000	.000	.000
ALCNC	.000	.536	.000	.000	.000	.000
ALCSC	.345	.000	.080	.000	.000	.000
Performance	-.363	.850	.421	-.123	.218	-.012

6. Theoretical And Managerial Contribution

This study focuses on the competence to reduce the transaction costs of the export intermediary firms. It has made a number of valuable contributions to the literature and has achieved its objectives.

Firstly, this research has provided a new insight of the determinants of the export intermediary firms. It integrates three complementary theoretical approaches. Also, this study has made further contribution to the literature by analysing the data with structural equation modelling (SEM) techniques in order to ascertain the relationships of each variable in model simultaneously. This is the first attempt for the study in this issue in order to fill the knowledge gap in the literature. Thirdly, this study focuses on the direct, indirect, and total effects of determinants of export intermediary performance. To date, a few researches have been conducted in this issue. Accordingly, this provides new data and empirical insights into the study of export intermediary firms.

Also, present and future export intermediary firms could benefit from this study. Unique resources such as export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness, which

can only be developed over a considerable period of time, appear to be key factors in enabling them to reduce their clients' transaction costs and hence in improving their performance. Any export intermediary firm without substantial export knowledge and skills is obviously at a severe competitive disadvantage. Manufacturing executives and policy makers may also benefit from the findings of the study, since an awareness of the determinants of the performance of export intermediary firms will facilitate selection. Intermediaries' competence to reduce transaction cost is difficult for exporters to verify other than by examining their track records (Peng and York, 2001).

7. Limitation And Future Directions

The first limitation is the lack of support for the set of Hypothesis 2 and Hypothesis 4. The competence to reduce transaction costs has been expected to have the positive impact on the export intermediary performance, and the competence to reduce transaction costs has also been anticipated as the mediator that mediates the relationship between intangible resources (export knowledge, negotiation skills, and specialisation and trustworthiness) and export intermediary performance. However, this does not appear to be the case. Perhaps, other external factors beyond this study may influence this relationship such as foreign exchange rate, business cycle, and so forth. As well, a much larger sample size might have generated different results when using such causal modelling data analysis techniques analysis. Ideally, future research could be conducted on a larger scale by a research team in order to compare the results with this study. Also, this study has shown the similar and different outcomes compared to those from the literature that using different analysis method (e.g., multiple regression). Future studies are encouraged to conduct the comparative study to compare the results of this study with those that use the same and different techniques.

Finally, future study could be employed a matched-sample design, comparing and contrasting the performance of two samples of comparable exporters (clients); one using export intermediaries and the other adopting a direct export strategy in order to demonstrate whether the principal's export performance is actually improved by employing export intermediaries.

8. Conclusions

This study has focused on the determinants of export intermediary firms via structural equation modelling (SEM), which the relationships of each variable in model have been analysed simultaneously. This is the first attempt in this issue in order to fill the knowledge gap in the literature. The findings indicate that model of the study has good fit to the empirical data. Also, it can be seen that the greater the export intermediary firms possess resources, the higher the competence to reduce clients' transaction costs, and eventually the better the performance of export intermediary firms. However, the study cannot find the mediating role and direct effect of the competence to reduce clients' transaction costs on the performance of export intermediary firms. Future research is encouraged to be conducted with the same and different

statistical analysis techniques to this study in other ASEAN countries in order to compare its outcomes with this study. Also, to confirm the role of export intermediary firms, future study is also encouraged to be employed a matched-sample design, comparing and contrasting the performance of two samples of comparable exporters (clients); one using export intermediaries and the other adopting a direct export strategy.

Reference

Akerlof, G.A., (1970). The Market for Lemon Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84, 488-500.

Arbuckle,, J.L., & W. Wothke. (1999). *AMOS 4.0 User's Guide*. Chicago, Small Waters Corporation.

Armstrong, J.S., & Overton, T.S. (1977). Estimating Non-response Bias in Mail Surveys. *Journal of Marketing Research*, 16, 396-402.

Aulakh, P., & Kotabe, M. (1997). Antecedents and Performance Implications of Channel Integration in Foreign Markets. *Journal of International Business Studies*, 28, 145-175.

Aulakh, P.S., Kotabe, M., & Teegan, H. (2000). Export Strategy and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43(3), 342-361.

Baker, W.E., & Sinkula, J.M., (1999). The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27(4), 411-427.

Balabanis, I.G., (2000). Factors Affecting Export Intermediaries' Service Offerings: The British Example. *Journal of International Business Studies*, 31(1), 83-99.

_____ . (2001). The Relationship between Diversification and Performance in Export Intermediary Firms. *British Journal of Management*, 12, 67-84.

_____ . (2005). Determinants of Export Intermediaries' Service-mix Configuration. *International Marketing Review*, 22(4), 436-459.

_____ . (2015). Matching Service Mixes to Internal and External Contingencies in Export Intermediary Firms: Profitability and Efficiency Implications. In *Assessing the Different Roles of Marketing Theory and Practice in the Jaws of Economic Uncertainty*, 123-123. Springer International Publishing.

Barney, J.B., (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Barney, J. B., & Clark, D.N., (2007). *Resource-based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press.

Barney, J.B., & Hansen, M.K., (1994). Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, 15, 175-190.

Beamish, P., Karavis, L., Goerzen, A., & Lane, C., (1999). The Relationship Between Organization Structure and Export Performance. *Management International Review*, 39: 37-54.

Burgen, M., Dutta, S., & Walker, C, O., (1992). Agency Relationships in Marketing: A Review. *Journal of Marketing*, 56(3), 1-24.

Campa, J., & Guillen, M., (1999). The Internalization of Exports, *Management Science*, 45, 1463-1478.

Cavusgil, S.T., & Zou, S. (1994). Marketing Strategy Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, *58*(1), 1-21.

Ciliberti, F., P. Pontrandolfo & B. Scozzi., (2008). Investigating Corporate Social Responsibility in Supply Chains: a SME Perspective, *Journal of Cleaner Production*, 16 : 1579-1588.

Coase, R.H., (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4 (November), 386-405.

Cosimano, T,F., (1996). Intermediation. *Economica*, 63, 131-143.

Dyer, J.H., (1997). Effective Inter-firm Collaboration: How Firms Minimise Transaction Costs and Maximise Transaction Value. *Strategic Management Journal*, 18(7), 535-556.

Eriksson, K., Johanson,J.,Majkgard, A., & Sharma, D., (1997). Experiential Knowledge and Cost in the Internalization Process. *Journal of International Business Studies*, 28, 337-360.

Feenstra, C.R., & Hanson, H.G., (2004). Intermediaries in Entrepot Trade: Hong Kong Re-Exports of Chinese Goods. *Journal of Economics and Management Strategy*, 13(1), 3-35.

Frazier, P., Tix, A.P., & Barron, K.E., (2004). Testing Moderator and Mediator Effects in Counseling Psychology Research. *Journal of Counselling Psychology*, 51(1), 115-134.

Glaister, K.W., & Buckley, P.J., (1994). UK International Joint Ventures: An Analysis of Patterns of Activity and Distribution. *British Journal of Management*, 5(1), 33-51.

Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B., Anderson, R.E., & Tatham, R.L., (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th Edition, New York: Prentice Hall.

Hergert, M., & Morris, D., (1988). Trends in International Collaborative Agreements. In Contractor, F.J., and Lorange, P. (eds.), *Co-operative Strategies in International Business.* MA: Lexington Books, 99-109.

Holmstrom, B., (1979) Moral Hazard and Observability. *Bell Journal of Economics*, 10, 74-91.

Hoyle, R.H., (1995). *Structural Equation Modelling: Concept, Issues, and Application*. California, Sage Publications, Inc.

Hunt, S.D., & Morgan, R.M., (1995). The Comparative Advantage Theory of Competition. *Journal of Marketing*, 59 (April), 1-15.

Husted, B. W. & D. B. Allen., (2007). Corporate Social Strategy in Multinational Enterprises: Antecedents and Value Creation. *Journal of Business Ethics*, 74 : 345-361.

Ilinitch, A.Y., Peng, N.W., Eastin, I., & Paun, D., (1994). Developing Intangible Resources: The New Battleground for Export for Small and Mid-Sized Firms. *Working Paper*, Seattle: University of Washington School of Forestry.

Jensen, M., & Meckling, W., (1976). Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.

Julien, P.A., & Ramangalahy, C., (2003). Competitive Strategy and Performance of Exporting SMEs: An Empirical Investigation of the Impact of Their Export Information Search and Competencies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 227-249.

Kline, R.B., 2005. *Principles and Practice of Structural Equation Modelling*. New York, The Guilford Press.

Klien, R.B., Crawford, R.A., & Alchian, A.A., (1978). Vertical Integration, Appropriable Rents, and the Competitive Contracting Process. *Journal of Law and Economics*, 21, 297-326.

Kogut, B., (1988). Joint Ventures: Theoretical and Empirical Perspectives. *Strategic Management Journal,* 9(4), 319-332.

Kreicie, R.V., & Morgan, D.W., (1970). Determining Sample Size for Research Actvities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.

Kumar, S., & Bergstrom, T., (2007). An Exploratory Study of the Relationship of Export Intermediaries and Their Trading Partners. *Supply Chain Forum*, 8(1), 12-31.

Lattin, J.M., Carroll, J.D., Green, J.D., & Green, P.E., (2003). *Analysing Multivariate Data*. California, Thomson Learning Inc.

Leonidou, L., & Katsikeas., C.,(1996). The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models, *Journal of International Business Studies*, 27: 517-551.

Leonidou, L., & Kaleka, A., (1998). Behavioral Aspects of International Buyer-Seller Relationships: Their Association with Export Involvement. *International Marketing Review*, 15, 373-397.

Lewicki, R., Litterer, J., Minton, J., & Saunders, D., (1994). *Negotiation*, 2nd ed. Chicago: Irwin.

McDonald, R.P., & Marsh, H.W., (1990). Choosing a Multivariate Model: Noncentrality and Goodness of Fit. *Psychological Bulletin*, 107(2), 247-255.

Morris, D., & Hergert, M., (1987). Trends in International Collaborative Agreements. *Columbia Journal of World Business*, 22(2) : 15-21.

Neter, J., William, W., & Michael, H.K., (1985). *Applied Linear Statistical Models: Regression Analysis of Variance, and Experimental Design*, 2nd Edition, Homewood: Richard D.Trwin.

Nunnally, J. C. & I. H. Bernstein., (1994). *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill.

OECD. (2003). *International Investment Perspectives*, OECD, Paris.

———.(2004). *International Investment Perspectives*, OECD, Paris.

Peng, M.W. (1998). *Behind the Success and Failure of U.S. Export Intermediaries: Transaction, Agents, and Resources*. Westport, CT: Quorum.

Peng, W.M., & Ilinitch, A.Y., (1998). Export Intermediary Firms: A Note on Export Development Research. *Journal of International Business Studies*, 29(3), 609-620.

Peng, M.W., & Wang, H., (2001). An Intermediation-based View of Entrepreneurship. In Hitt, M., Amit, R., Lucier, C., Nixon, R., and Torsilier, J., (eds), *Strategies in the Entrepreneurial Millennium*, Boston: Blackwell.

Peng W.M., & York, S. A., (2001). Behind Intermediary Performance in Export Trade: Transactions, Agent, and Resources. *Journal of International Business Studies*, 32(2), 327-346.

Peng, W.M., Ilinitch, A.Y., & Hill, C.E.L., (1998). Entrepreneurs as Agent in Export Trade: A Resource-based Perspective. *Working Paper*, Hong Kong: The Chinese University of Hong Kong.

Peteraf, M.A., (1993). The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191.

Priem, R.L., Butler, J.E., (2001a). Is the Resource-Based Theory a Useful Perspective for Strategic Management Research? *Academy of Management Review*, 26(1), 22–40.

————. (2001b). Tautology in the Resource-Based View and Implications of Externally Determined Resource Value: Further Comments. *Academy of Management Review*, 26(1), 57–66.

Robson, M.J., Leonidou, L.C., Katsikeas, C.S., (2002). Factors Influencing International Joint Venture Performance: Theoretical Perspectives, Assessment, and Future Directions. *Management International Review*, 42(4), 385-418.

Root, F., (1994). *Entry Strategies for International Markets*. Lexington, MA: Lexington Books.

Rumelt, M.J., (1984). Towards a Strategic Theory of the Firm. In R.B. Lamb (ed.), *Competitive Strategic Management*, 556-570. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Sabel, C.F., (1993). Studied Trust: Building New Forms of Cooperation in a Volatile Economy. *Human Relations*, 46(9), 1133-1170.

Sharma, A., (1997). Professional as Agent: Knowledge Asymmetry in Agency Exchange. *Academy of Management Review*, 22, 758-798.

Shahrul, N., (2011). Factors Influencing Export Intermediaries' Competitive Strategies and Performance: A Conceptual Paper. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 5(4), 145-153.

Shapiro, S., (2005). Agency Theory. *Annual Review of Sociology*, 31, 263-284.

Sharma, V.M., (2005). Export Management Companies and E-business: Impact on Export Services, Product Portfolio, and Global Market Coverage. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 61-71.

Sharma, V.M., Tainai, V.P., & Sariteke, A.A., (2006). Impact of E-business on the Exporting Services of Export Management Companies. *International Journal of Commerce and Management*, 16(1), 29-40.

Shipley, D., & Prinja, S., (1988). The Services and Supplier Choice Influences of Industrial Distributors. *Service Industries Journal*, 8, 176-186.

Shoham, A. (1998). Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment, *Journal of International Marketing,* 6(3), 59-81.

Suwannarat, P., (2016a). The Study of Export Intermediary Performance Determinants, *Multinational Business Review*, 24(2), 123-143.

_____ .(2016b). Export Intermediaries and Their Competency to Reduce Transaction Costs: Examining the Mediating Role of Learning Orientation, *Asian Journal of Business and Accounting*, 9(2), 181-217.

Tung, R., (1988). Toward a Conceptual Paradigm of International Business Negotiations. *Advances in International Comparative Management*, 3, 203-219.

Vogel, A., (2009). Exporter performance in the German Business Service Sector: First Evidence from the Services Statistics Panel. *Working Paper No.111*, Working Paper Series in Economics, Lüneburg: University of Lüneburg.

Weiss, S, (1994). Negotiating with "Romans". *Sloan Management Review*, 35, 51-62.

Williamson, O.E., (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications.* New York: Free Press.

_____ . (1985). *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. New York: Free Press.

_____. (1988). Corporate Finance and Corporate Governance. *Journal of Finance*, WLIII, 567-591.

Zajac, E.J., & Olsen, C.P., (1993). From Transaction Cost to Transactional Value Analysis: Implications for the Study of Interorganisational Strategies, *Journal of Management Studies*, 30(1), 131-145.

คำแนะนำและการจัดเตรียมต้นฉบับ
วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอบทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

- การบัญชี
- การจัดการ
- การประกอบการ
- เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ
- การเงิน
- ธุรกิจระหว่างประเทศ
- การตลาด
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์
- คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- เศรษฐศาสตร์
- หัวข้ออื่นที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript preparation)

ต้นฉบับที่ส่งมายังบรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการต้องประกอบด้วยบทความต้นฉบับ จำนวน 3 ชุด และแผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีที่บรรจุข้อมูลต้นฉบับ 1 แผ่น ระบุชื่อบทความ และชื่อผู้เขียนกำกับไว้ที่แผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีทุกแผ่น (หากมีมากกว่า 1 แผ่น)

<u>เอกสารอื่นที่ต้องแนบมาพร้อมกับต้นฉบับ</u>

- บันทึกข้อความขอส่งต้นฉบับลงตีพิมพ์ในวารสารฯ จำนวน 1 ชุด
- แบบเสนอต้นฉบับเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารฯ (ตามแบบฟอร์มของวารสารฯ ที่แนบมา) จำนวน 1 ชุด

จัดส่งมายัง :

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754333 ต่อ 3431/043-754422 E-mail: accbiz.journal@gmail.com

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

หากกองบรรณาธิการตรวจพบข้อผิดพลาดของรูปแบบ และ/หรือ ความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบในบทความ บทความนั้นจะถูกส่งกลับไปยังผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) เพื่อทำการแก้ไขบทความที่จัดเตรียมถูกต้องตามระเบียบการตีพิมพ์และมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาจะถูกส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคุณค่าต่อไป

องค์ประกอบบทความงานวิจัย (Research article)

จัดเตรียมเนื้อหาตามลำดับดังนี้ : ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ เนื้อหา เอกสารอ้างอิง โดยหน้าชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย เมือง จังหวัด) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับติดต่อ

บทคัดย่อ

บทความงานวิจัยต้องประกอบด้วยบทคัดย่อที่ระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษาและบทสรุป ความยาวไม่เกิน 300 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้เขียนเขียนบทคัดย่อทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

1. การจัดรูปแบบบทความ

1.1 จัดหน้ากระดาษให้ได้ขนาด A4 โดยตั้งค่าหน้ากระดาษขอบบน 2.5 เซ็นติเมตร ขอบล่าง 2.5 เซ็นติเมตร ขอบซ้าย 3 เซนติเมตร และขอบขวา 2.5 เซนติเมตร ตั้งค่าแท็บ เริ่มต้นที่ 1.5 เซนติเมตร ตามด้วย 2 และ 2.5 ตามลำดับ

1.2 จัดบทความให้อยู่ในลักษณะเว้นบรรทัด single spaced

1.3 ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าตรงมุมขวา ด้านบนของหน้ากระดาษ A4

2. บทความภาษาอังกฤษ

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ในชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวตรง และใส่เครื่องหมายดอกจันทร์ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ไว้ชิดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญแต่ละคำ ให้ใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง Introduction Materials and Methods Results Discussion and Conclusions Acknowledgements และ References ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับคำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสดมภ์ตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปกราฟ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจันทร์ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ไว้ชิดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญ ให้เว้นวรรคคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง บทนำ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย สรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิงให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับคำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสดมภ์ตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปกราฟ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อความ (อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (comma) และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith and Xu, 2005) และให้ใช้เครื่องหมายเซมิโคลอน (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Smith, 2005; Smith and Xu, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., และปีที่พิมพ์ตามลำดับ (Smith et al., 2005)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อความ (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดมและพยอม สิงเสน่ห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมายจุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสน่ห์ และคณะ, 2548)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style) ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ.* เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

รายงานทางวิชาการ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่องานวิจัย.* เมืองที่พิมพ์ : หน่วยงานที่เผยแพร่.

วิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อวิทยานิพนธ์.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต/วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต. ชื่อสถานศึกษา.

รายงานการประชุม

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเอกสารรวมเรื่องที่ได้จากรายงานการประชุม.* วันเดือนปีที่จัด. สถานที่จัด. เลขหน้า.

วารสาร

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่พิมพ์), เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

หนังสือพิมพ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปี เดือน วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อหนังสือพิมพ์*, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บเพจ

ชวนะ ภวกานันท์. (2548). *ธุรกิจสปาไทยน่าก้าวไกลไปกว่านี้.* ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก http://www.businesstgai.co.th/content.php.

วารสารอิเล็กทรอนิกส์

สันต์ ธรรมบำรุง. (2543, มกราคม-มิถุนายน). กลไกที่สำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารสารสนเทศ*, *1*. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2549, จาก http://arcbs.bsru.ac.th/docu_files/information1_1-3.doc.

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีฉบับพิมพ์

ทินพันธ์ นาคะตะ. (2549, 4 กรกฎาคม). ในหลวง ศาล กับอำนาจอธิปไตย. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์]. *มติชน*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2549, จาก http://www.matichon.co.th/matichon/matichon_detail.php.

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาอังกฤษ)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style) ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

Periodical :

Journal article, one author

Tuomi, M. T. (2005). Agents of social change in education. *Community Development Journal*, *40*, 205-211.

Journal article, three to six authors

Carlson, J., Kurato, Y., Ruiz, E., Ng, K. M., & Yang, J. (2004). A multicultural discussion about personality development. *The Family Journal*, *12*, 111-121.

Journal article, more than six authors

Scarbrough, D. A., Coblentz, W. K., Humphry, J. B., Coffey, K. P., Daniel, T. C., Sauer, T. J., et al. (2005). Evaluation of dry matter loss, nutritive value, and in situ dry matter disappearance for waiting orchardgrass and bermudagrass forages damaged by simulated rainfall. *Agronomy Journal*, *97*, 604-614.

Journal article in press

Qin, G., Zhang, M., Dwyer, J. R., Rassoul, H. K., & Mason, G. M. (in press). The model dependence of solar energetic particle mean free paths under weak scattering. *The Astrophysical Journal*.

Journal paginated by issue

Caplan, G., Caplan, R. B., & Erchul, W. P. (1994). Caplanian mental health consultation : Historical background and current status. *Consulting Psychology Journal : Practice & Research*, *46* (4), 2-5.

Journal supplement

Fewtrell, M. S., Loh, K. L., Meek, J., Blake, A., Ridout, D., & Hawdon, J. M. (2005). Randomised, double blind trial of oxytocin nasal spray in mothers expressing milk for preterm infants. *Archives of Disease in Childhood*, *90* (Suppl. 2), 11.

Magazine article

Gawande, A. (2001, July 9). The man who couldn't stop eating. *The New Yorker*, 66-75.

Daily newspaper article

Hunsara, S. (2004, May 17). Driver, take me back to power. *The Nation*, p. 2A.

Book :

Book, one author

Pinel, J. P. J. (2003). *Biopsychology* (5th ed.). Boston : Pearson Education.

Book, two authors

Kubic, T., & Petraco, N. (2003). *Forensic science : Laboratory experiment manual and workbook*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Book, three to six authors

Watson, J. D., Baker, T. A., Bell, S. P., Gann, A., Levine, M., & Losick, R. (2004). *Molecular biology of the gene* (5th ed.). San Francisco : Benjamin Cummings.

Book, more than six authors

Cunningham, F. G., MacDonald, P. C., Gant, N. F., Leveno, K. J., Gilstrap, L. C., Hankins, G. V. D., et al. (1997). *Williams obstetrics* (20th ed.). Stamford, CT : Appleton & Lange.

Edited book

Crapo, J. D., Glassroth, J., Karlinsky, J. B., & King, T. E., Jr. (Eds.). (2004). *Baum's textbook of pulmonary diseases* (7th ed.). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in an edited book

Alford, E. L. (2001). Midface lift. In B. J. Bailey, K. H. Calhoun, N. R. Friedman, S. D. Newlands, & J. T. Vrabec (Eds.), *Atlas of head & neck surgery-otolaryngology* (pp. 546-549). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in a volume in a series

Rooney, A. (1992). Community nursing care and quality. In M. Johnson (Ed.), *Series on nursing Administration : Vol. 3*. The delivery of quality health care (pp. 119-131). St. Louis, MO : Mosby-Year Book.

Book Reviews

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower : A hero under control*]. Contemporary Psychology, *38*, 466-467.

Research Reports

Knodel, J., Saengtienchai, C., Im-em, W., & VanLandingham, M. (2000). The impact of Thailand's AIDS epidemic on older persons : Quantitative evidence from a survey of key informants. *Institute of Population and Social Research*, Publication No. 252. Nakorn Pathom, Thailand : Institute for Population and Social Research Mahidol University, Salaya Campus.

Unpublished Doctoral Dissertation or Thesis

Pannarunothai, S. (1993). *Equity in health: The need for and the use of public and private health services in an urban area in Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, University of London.

Varitsakul, R. (2001). *The effectiveness of self-care participation promotion program on perceived self-care efficacy, disease control, and satisfaction of health care service in essential hypertensive patients.* Thesis, Mahidol University.

Conference Publication

Crespo, C. T. (1998, March). *Update on national data on asthma*. Paper presented at the meeting of the National Asthma Education and Prevention Program, Leesburg, VA.

Ortiz-lopez, A., Rebez, C., Ort, D., & Whitmarsh. (2001, July). *The green seed problem in canola*. Paper presented at the conference on American Society of Plant Physiologists [ASPP] : Plant Biology 2000, California.

Government Publication

National Institute of Mental Health. (1998). *Priorities for prevention research* (NIH Publication No. 98-4321). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Electronic Source :

Journal online article

Macia, E., Paris, S., & Chabre, M. (2001). Binding of the PH and polybasic c-terminal domains of ARNO to phosphoinositides and to acidic lipids. *Biochemistry*, 40, 1496. Retrieved May 19, 2004, from http://pubs.acs.org/cgi-bin/article.cgi/bichaw/2001/40/i05/pdf/bi005123a.pdf.

Journal article, retrieved from database

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, *78*, 443-449. Retrieved October 23, 2000, from PsycARTICLES database.

Book

Bryant, P. J. (2002). *Biodiversity and conservation*. Retrieved May 18, 2004, from http://darwin.bio.uci.edu/~sustain/bio65/Titlpage.htm.

Abstract

Ghose, A. K. (2004, March). Global inequality and international trade. *Cambridge Journal of Economics*, *28*, 229-252. Abstract retrieved May 18, 2004, from http://cje.oupjournals.org/content/abstract/28/2/229.

Daily newspaper

Czaja, G. (2004, February 6). Duke hopes senior day brings out best in team. *The Chronicle*. Retrieved May 18, 2004, from http://www.chronicle.duke.edu/vnews/display.v/ART/2004/02/06/.

Web sites, no author

New child vaccine gets funding boost. (2001). Retrieved March 21, 2001, from http://news.ninemsn.com.au/health/story_13178.asp.

ชื่อเรื่องภาษาไทย (Cordia New 18 pt. **หนา**)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. **หนา**)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย.....* .....[2] และ.....[3]

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. **หนา**)

.....

.....

.....

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

.....

.....

คำสำคัญ : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

Abstract (Cordia New 16 pt. **หนา**)

.....

.....

.....

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

.....

.....

Keywords : **(หัวข้อ Cordia New 16 pt. หนา)** (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

---

* รายละเอียดของผู้นิพนธ์ภาษาไทย (เนื้อหา Cordia New 12 pt. ปกติ) หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ Email

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หนา)

.....

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

.....

.....

.....

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หนา)

(พูดถึง Model)…….

……...

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หนา)

โมเดลของ……..

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลต่อด้วยสมมุติฐาน โยงเข้า Hypotheses……

……..

……..

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

สมมุติฐานการวิจัย 1 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

สมมุติฐานการวิจัย 2 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย (Cordia New 16 pt. หนา)

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

3.2 **การวัดคุณลักษณะของตัวแปร**

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

3.3 **ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง**

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

4. **ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล** (เน้นอภิปรายผลตามสมมุติฐาน)

(Cordia New 16 pt. **หนา**)

.....

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

.....

.....

5. **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย** (Cordia New16 pt. **หนา**)

5.1 **ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (หัวข้อ** Cordia New 14 pt. **หนา)**

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

5.2 **ประโยชน์ของการวิจัย (หัวข้อ** Cordia New 14 pt. **หนา)**

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)..... .

……...

6. **สรุปผลการวิจัย** (Cordia New 16 pt. **หนา**)

.....

.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....

.....

.....

.....

เอกสารอ้างอิง (Cordia New 16 pt. **หนา**)

ตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)

MAHASARAKHAM
UNIVERSITY

แบบเสนอต้นฉบับ

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754333 ต่อ 3431/043-754422 E-mail: accbiz.journal@gmail.com, www.acc.msu.ac.th/journal

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย): ……..

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ): …….

ผู้แต่งหลัก (ชื่อที่ 1)

ชื่อ-สกุล: …….

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……..

ผู้แต่งร่วม (ชื่อที่ 2)

ชื่อ-สกุล: …….

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……..

ผู้แต่งร่วม (ชื่อที่ 3)

ชื่อ-สกุล: …….

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……..

ที่อยู่ติดต่อ กรุณาระบุข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ

Corresponding author : …….

First-last name : …….

Office address, postcode, tel., fax: ……..

Cell phone: …… E-mail: .....

ต้นฉบับจัดอยู่ในผลงานประเภท

☐ ผลงานวิจัยเชิงประยุกต์ (applied research paper) ☐ ข้อคิดเห็นทางวิชาการ (comment)

☐ การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี (theoretical paper) ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (book review)

☐ ปริทัศน์ (critical review paper)

โดยเป็นส่วนหนึ่งของ ○ งานวิจัย ○ วิทยานิพนธ์ (เอก) ○ วิทยานิพนธ์ (โท) ○อื่นๆ (ระบุ)…….....

คำรับรองจากผู้เขียน

"ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ขอรับรองว่า ต้นฉบับที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ยอมรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีสิทธิ์ตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ตีพิมพ์ให้แก่ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อคิดเห็นใดๆ ในต้นฉบับเป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) แต่เพียงฝ่ายเดียว"

ลงชื่อ..... วัน/เดือน/ปี.....

( )

ผู้เขียนหลักชื่อแรก

พิมพ์ที่ : หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา 232/199 ถ.ศรีจันทร์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
Tel. 043-466444 Fax. 043-466863 E-mail : klungpress@hotmail.com 2562 รหัส 08