

บรรณาธิการ

สวัสดีครับ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 2 ปีที่ 10 ประจำปี 2561 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการ ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงวิชาการ

ในการจัดทำวารสารการบัญชีและการจัดการนี้ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยที่คัดเลือกลำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยที่ถูกคัดเลือกตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสาขาวิชาทางด้านการบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านได้ใช้เวลาอันมีค่าในการช่วยอ่านและพิจารณาค้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 17 บทความ ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุกับความประสบความสำเร็จขององค์กร 2) สิ่งแวดล้อมของร้านค้าสำหรับผู้สูงอายุ: แบบจำลองแนวคิดและข้อเสนอเบื้องต้น 3) การพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 4) ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 5) ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร 6) แรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว 7) ความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 8) Human Resource Diversity Orientation Strategy and Firm Success 9) จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี : มุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร 10) การพัฒนาความรู้ความสามารถกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน 11) ผู้ค้าเงินกับการสร้างตลาดและวงจรการค้าในนครเวียงจันทน์ 12) กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ 13) ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับความสำเร็จขององค์กร 14) สินทรัพย์ไม่มีตัวตนและผลตอบแทนที่ผิดปกติ 15) การบริหารการบริการแบบมีอาชีพกับผลการดำเนินงาน 16) การทำงานเป็นทีมกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 17) นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่กับผลการดำเนินงาน

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทความวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากทำวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจะได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ

Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2561

สารบัญ	หน้า
1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อังคณา ประเสริฐศรี ฤกษ์ชัย ฟูประทีปศิริ ฉนวนการ ภัณฑิพงษ์	1
2. สิ่งแวดล้อมของร้านค้าสำหรับผู้สูงอายุ: แบบจำลองแนวคิดและข้อเสนอเบื้องต้น จิตติารีย์ ดุรงค์ดำรงชัย อุมาวรรณ วาทกิจ พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ	13
3. การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย เมชยา ท่าพิมาย	28
4. ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย โชษิตา เปสตันยี ขวัญกมล ดอนขวา	42
5. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมาย องค์กรของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ธีราภรณ์ แน่นดี นาถนภา นิลนิยม ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ	56

6. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว ในเขตจังหวัดหนองคาย	68
วัชรพล ฤทธิ์เรืองนาม นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ วีรยา ภัทรอาชาชัย	
7. ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย	79
เฉลิมชัย อุทการ	
8. Human Resource Diversity Orientation Strategy and Firm Success: An Empirical Investigation of Electronic Parts Businesses in Thailand	89
Jirayu Rattanaborworn Phaprukbaramee Ussahawanitchakit Karun Pratoom	
9. จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี: มุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ในประเทศไทย	109
สุมินทร เป้าธรรม ดวงฤดี ฐ์	
10. ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบ ทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย	125
ชนินทร สุภา อัจฉริยา อิศสระไพบุลย์ ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์	
11. ผู้ค้าเงินกับการสร้างตลาดและวงจรทางการค้าในนครหลวงเวียงจันทน์	138
นาริรัตน์ ปริสุทธิวุฒิพร สมชัย ภัทรธนานันท์ ชยันต์ วรรณนะภูติ	

สารบัญ	หน้า
12. กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัดคณะกรรมการการอุดมศึกษา ทัศนีย์ เสียงดัง ไพฑูรย์ อินตะชน	153
13. ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ศทามาศ เจริญสมบัติ นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ สุธีรา พ่วงพรพิทักษ์	167
14. ความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนและผลตอบแทนที่ผิดปกติของบริษัท ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ศรัณยู เทศศรีเมือง กนกอร แก้วประภา	178
15. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงาน ของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภัทรภร อินธิราช ญาณินท์ ตั้งภิญโญพุดผิคุณ ณัฐวรรณ มุลิก	189
16. การทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ธนายุ ภู่วิทยาธร	198
17. ผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในประเทศไทย รุ่งอรุณ สีสะพันธ์ ธีรา เอราวัน มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งโงสง	209

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2561

สารบัญ

หน้า

1. Factors affecting the success of the financial community on philosophy
of sufficiency economy 1
Angkana Prasertsri
Rerkchai Fooprateepsiri
Kanakarn Phanniphong
2. Store Atmospherics for Senior Consumers: A Conceptual Model and Propositions 13
Thitaree Durongdumrongchai
Umarwan Watakit
Phongzahrn Pollsrilert
3. The Development of Accounting System on Manufacturing
and Sales OTOP Group of Villagers, Wang Saphung District, Loei Province 28
Mechaya srinongkung
4. Profitability of Food and Beverage Sector in the Thailand Stock Exchange 42
Chosita Pestonji
Kwunkamol Donkwa
5. Relationship between Internal Audit Independence and Organization Goal
Achievement of Electrical and Electronic Industry in Thailand 56
Teeraporn Naendee
Natnapa Nilniyom
Sutthini Pratsiphum

6. Relationship Between Buying Motives and Buying Behavior of Laos Customers in Nongkhai Province	68
<i>Watcharapol Ritruengnam</i>	
<i>Nitiphong Songsrirote</i>	
<i>Veeraya Patara-Archachai</i>	
7. Effects of Procurement Management Efficacy on Organization Success of Higher Education Institution in Thailand	79
<i>Chalermchai Utakarn</i>	
8. Human Resource Diversity Orientation Strategy and Firm Success: An Empirical Investigation of Electronic Parts Businesses in Thailand	89
<i>Jirayu Rattanaborworn</i>	
<i>Phaprukbaramee Ussahawanitchakit</i>	
<i>Karun Pratoom</i>	
9. Code of Ethics of Accounting Profession: Perspective of CPAs and TAs in Thailand	109
<i>Sumintorn Baotham</i>	
<i>Duangrudee Wu</i>	
10. The Effects of Employee Knowledge and Skill Development on Competitive Advantage of Private Hospital in Thailand	125
<i>Chaninton Supa</i>	
<i>Achariya Issarapaibool</i>	
<i>Khwanuedee Tuntrabundit</i>	
11. Chinese trader with market forming and circle-trading in Vientiane	138
<i>Nareerat Parisuthiwuthiporn</i>	
<i>Somchai Phatharathananunt</i>	
<i>Chayan Vaddhanaphuti</i>	

สารบัญ	หน้า
12. Material Management strategies affecting material Management of Higher Educational Institutes under the Commission of Higher Education <i>Thassanee Siangdang</i> <i>Phaithun Intakhan</i>	153
13. The Impact of the Efficient Applied Technologies toward Printed Matters Business in Thailand <i>Katamat Ngiamsoombat</i> <i>Nitiphong Songsrirote</i> <i>Suteera Puangpronpitag</i>	167
14. The Relationship between Intangible Assets and Abnormal Returns of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand <i>SarunyooThessrimuang</i> <i>Kanok-on Kaewprapa</i>	178
15. Relationship between Professional Service Management and Performance of Accounting Firms in the Northeast <i>Phattharaporn Inthirach</i> <i>Yanin Tangpinyoputthikhun</i> <i>Narathawan Musik</i>	189
16. Teamwork Affecting Performance Efficiency of Employees A Bank in Surat Thani Province <i>Tanayu Puwitthayathorn</i>	198
17. Effects of Modern Organizational Innovation on Performance of Textile Industry Businesses in Thailand <i>Rungaroon Seelapun</i> <i>Theera Erawan</i> <i>Manisara Sananuamengthaisong</i>	209

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน

ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Factors affecting the success of the financial community on philosophy of sufficiency economy

อังคณา ประเสริฐศรี* ฤกษ์ชัย ฟูประทีปศิริ² และชนกร ภณณิพงษ์³

Angkana Prasertsri* Rerkchai Foooprateepsiri² and Kanakarn Phanniphong³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยในรูปแบบการพยากรณ์ความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ดำเนินการของสถาบันฯ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติถดถอยโลจิสติก ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการ ด้านชุมชนสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านสมาชิกมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และด้านหน่วยงานภาคีมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่มเพื่อพยากรณ์ความสำเร็จได้อย่างถูกต้องในภาพรวมร้อยละ 76.5 รูปแบบการพยากรณ์ความสำเร็จ ประกอบด้วยปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการมีค่าเป็นลบ ปัจจัยด้านสมาชิกมีค่าเป็นบวกที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน หากมีการเปลี่ยนแปลงค่าระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการเพิ่มขึ้น โอกาสความสำเร็จจะลดลง ตรงกันข้ามกับการเพิ่มค่าระดับความสำคัญด้านสมาชิกจะส่งผลกระทบต่อโอกาสความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนมากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่า ทูตทางสังคมโดยเฉพาะทุนมนุษย์มีกระบวนการพัฒนาคนให้มีศักยภาพเพียงพอที่จะสร้างความร่วมมือในความเป็นอยู่ของชุมชน ภายใต้มาตรฐานในการทำงานร่วมกันจึงจะประสบความสำเร็จ (องค์การความร่วมมือและพัฒนาเศรษฐกิจ (OECD))

คำสำคัญ : ความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

* อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

* Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

² รองศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

² Associate Professor, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

³ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

³ Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Tawan-Ok

Abstract

The purposes of this research were to study the factors affecting the success of the financial community on philosophy of sufficiency economy and to analysis the relationship of factors of success of the financial community by forecast method. The research was a survey research and data were collected by questionnaire. The representative sample of this research is a person who works in financial community. A data was analyzed by using descriptive statistics and proposed hypotheses were examined quantitatively by correlation and logistic regression analysis.

The results were found that the significant level of factor of leader and committee, community, culture, and managerial management was highly affected. On the other hand, the factor of member was highly affected and relevant parties were moderately affected. The result of discriminant analysis showed that overall by 76.5 percent the factor of leader and committee was negatively, and the factor of member was positively impact on success of the financial community. If there is an increasing change in the level of important factor of leader and committee, it will be able to impact the decrease of success. In contrast, the changes of member factor will impact highly on success of the financial community. This research implies that the community has potentials to develop people to encourage the teamwork collaboration which leads to collaborative success.

Keywords : Success of the Financial Community, Philosophy of Sufficiency Economy

1. บทนำ

“สงครามร้อนมาสู่สงครามเย็น” คำเปรียบเทียบเหตุการณ์ของคนไทย จากอิทธิพลจักรวรรดินิยมชาติตะวันตกที่เปลี่ยนสงครามทางการเมืองมาเป็นสงครามทางเศรษฐกิจ ซึ่งได้เข้าแทรกแซงสู่ปัจจัยพื้นฐานในประเทศผ่านเครื่องมือดังนี้ สถาบันทางการเงิน นักการเมืองทุจริต ระบบประชาธิปไตยที่ยืดเยื้อข้างมากเป็นหลัก และสื่อมวลชน (ภัทรวดี ตลอดพงษ์, 2558) เหตุการณ์ภายหลังดังกล่าวเกิดเป็นลัทธิบริโภคนิยม คนส่วนใหญ่มีความสุขกับการบริโภค จนเกินความจำเป็น ขาดวินัยทางการเงิน สังคมฟุ้งเฟ้อ นิยมวัตถุ ค่าครองชีพสูง น้ำมันแพง สินค้าอุปโภคบริโภคราคาสูงขึ้น สังคมเกิดการแข่งขันกันอย่างมาก คนรวยได้เปรียบ คนจนเสียเปรียบ คนรวยดักตวง คนจนขาดโอกาส คนรวยก็รวยมากขึ้น คนจนก็จนมากขึ้น สุดท้ายคือการไม่รู้จักความพอเพียง เกิดคำถามขึ้นว่าผู้ที่มีรายได้น้อยจะอยู่กันอย่างไร แนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงเป็นคำตอบหรือทางออกของคนไทยที่ดีที่สุดในยุคปัจจุบัน ด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ ความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว กับการเตรียมให้พร้อมรับจากผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคต การตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องอยู่ในระดับพอเพียง โดยอาศัยทั้งความรู้ทางด้านวิชาการและคุณธรรม ความซื่อสัตย์ สุจริต ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมทั้งจะรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้ และเทคโนโลยี

เศรษฐกิจพอเพียงความหมายกว้างกว่าทฤษฎีใหม่ โดยในขั้นตอนแรกมุ่งแก้ปัญหาให้กับเกษตรกรเพื่อให้มีรายได้ที่จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายถือเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในระดับครอบครัว อย่างไรก็ตามเกษตรกรจะต้องได้รับความ

ช่วยเหลือจากชุมชน มูลนิธิ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ขั้นที่สองเป็นเรื่องของการสนับสนุนให้เกษตรกรรวมพลังกัน ในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์ หรือธุรกิจต่าง ๆ รวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อร่วมมือกันสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่ม และส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความพอเพียงใน วิถีปฏิบัติอย่างแท้จริง ความพอเพียงในระดับประเทศ เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ และขั้นที่สามารถส่งเสริมให้ชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ในประเทศ เช่น องค์กร ส่วนท้องถิ่น ธนาคาร สถาบันวิจัย เป็นต้น อีกหนึ่งความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง มีผู้ศึกษาค้นหาความหมายของ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อาจทำได้ 2 วิธี คือ คิดค้นหาความหมายเชิงทฤษฎี (Deductive) หรือกลั่นกรองความหมาย โดยการนำเอาประสบการณ์ที่มีอยู่มาสังเคราะห์ (Inductive) เพื่อถอดออกมาเป็นข้อคิดและหลักการ ภายใต้กิจกรรม ในชุมชน กิจกรรมการผลิต การรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชนด้วยทุนทางสังคมที่มีอยู่ การจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ การจัดตั้งกองทุนสวัสดิการ ฯลฯ (ภัทรวดี ตลอดพงษ์, 2558) กิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม ปลูกฝังสมาชิกในชุมชนให้มีความเอื้ออาทรต่อกันมากกว่าคำนึงถึงตัวเงิน ให้ทำบุญด้วยความโปร่งใส กิจกรรมมุ่งเน้นให้สมาชิกชุมชนพึ่งตนเอง มีจิตผูกพันกับท้องถิ่นเป็นสำคัญ การคิดพึ่งพาตนเองและพึ่งพาซึ่งกันและกันก่อนคิดพึ่งคนอื่น ไม่รอคอยความช่วยเหลือ จากหน่วยงานภาคีจนทำให้องค์กรเกิดความอ่อนแอขาดความสมดุลของชุมชน การใช้ชีวิตอย่างพอเพียงสามารถทำให้ ชุมชนรอดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจที่กำลังเผชิญอยู่ได้ วิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 จึงเป็นบทเรียนที่ดีในการวางแผนพัฒนา ประเทศตั้งแต่นั้นมาจนถึงปัจจุบัน

ท่านพระอาจารย์มนัส ชันติธัมโม กล่าวไว้ว่า “การที่เราไม่ต้องง้อแหล่งเงินกู้ธนาคาร ชุมชนสามารถสร้าง ทำนบทางการเงินของตัวเองได้ด้วย “สถาบันการเงินชุมชน” ถือเป็นภูมิคุ้มกันทางการเงินฉบับชุมชน (พระอาจารย์ มนัส ชันติธัมโม, 2558) ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การกู้เงินหรือการสร้างหนี้สามารถทำได้ แต่มีพระราชดำรัส เพิ่มเติมไว้ว่า “การกู้เงินที่นำมาใช้ในสิ่งที่ไม่ทำรายได้นั้น ไม่ดี อันนี้เป็นข้อสำคัญ กู้เงิน เงินนั้นจะต้องให้เกิด ประโยชน์ มิใช่กู้สำหรับไปเล่น ไปทำอะไรที่ไม่เกิดประโยชน์ ” จะเห็นได้ว่าสภาพความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบันมี ปัญหาเรื่องหนี้สินมากมาย วัตถุประสงค์หนึ่งของการจัดตั้งสถาบันการเงินชุมชนเพื่อให้หลุดพ้นจากปัญหานี้นอก ระบบ การยกระดับคนในชุมชน จัดสวัสดิการต่างๆ เพื่อช่วยเหลือกันในชุมชน สถาบันการเงินชุมชนนับว่าเป็นที่พึ่งพิง ที่ให้ประโยชน์กับคนในชุมชนโดยตรง คนในชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้อย่างแท้จริง ดังนั้นการดำเนินงานของ สถาบันการเงินชุมชนไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะทำให้เกิดความสำเร็จ การจัดตั้งและการดำเนินงานตลอดจนระบบและกลไกใน การขับเคลื่อนให้เกิดผลสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านต่างๆ โดยที่ปัจจัยเหล่านั้นมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จอย่างไร ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนและรูปแบบความสัมพันธ์ของ ปัจจัยที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นมาของสถาบันการเงินชุมชน “กองทุนหมู่บ้าน” ไม่ใช่เงิน “กองทุนหมู่บ้าน” กองทุนนี้ ประกอบด้วย ทุนที่เป็นคนแต่ละคน ทุนทางสังคมที่ถักทอคนแต่ละคนมาเป็นกลุ่มคนหรือสังคม ทุนทางวัฒนธรรม คือ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่า ที่สั่งสมมาในอดีตและถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น ทั้งเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดย นำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเหล่านั้นมาแปลงเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าที่ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวิถีชีวิตและ สังคมในที่สุด ทุนทางศีลธรรม หมายถึงความถูกต้องแห่งการอยู่ร่วมกัน เช่น ความเอื้ออาทรต่อกัน ความเชื่อถือและ ไว้วางใจกันได้ ความสุจริต ความเสียสละ ทุนทางทรัพยากร เช่น ดิน น้ำ ป่า อากาศ ไร่นา วัชพืชรากหญ้า ที่มีการอนุรักษ์

มีการใช้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน ทุนทางปัญญา ได้แก่การเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติและนำเอาความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน และความรู้จากภายนอกชุมชน มาสังเคราะห์เป็นปัญญาและการจัดการเพื่อให้การอยู่ร่วมกันระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติ และระหว่างชุมชนกับโลกภายนอกชุมชน เป็นไปอย่างรักษาความสมดุลไว้ได้ เพื่อความเป็นปกติและยั่งยืน ทุนที่เป็นเงิน อันช่วยกันออมไว้เพื่อให้กระบวนการออมและการจัดการรวมทั้งตัวเงิน เป็นเครื่องกระตุ้นและส่งเสริมสร้าง ทุนที่ไม่ใช่เงิน 6 ประการ คือ คน สังคม วัฒนธรรม ศิลธรรม ทรัพยากร และ ปัญญา ถูกชักจูงเข้าด้วยกัน "คุณค่าที่ไม่ใช่เงิน" (Non-monetary values) คือความใกล้ชิด ความเอื้ออาทรต่อกัน ความไว้วางใจ ความสุจริต ความเสียสละ คุณค่าที่ไม่ใช่เงินนี้มีพลังผูกพันเข้าไว้ด้วยกัน คุณค่านี้อาจเรียกว่าเป็น "ธรรมะแห่งการชักจูง" อำนาจและเงิน ที่เข้าทำลาย "คุณค่าที่ไม่ใช่เงิน" และทำลายความเข้มแข็งของชุมชน หรือทำให้ความเป็นชุมชนไม่เกิดขึ้น แต่ถ้าเข้าใจ ใช้เงินให้ไปหนุนคุณค่าที่ไม่ใช่เงินเงินก็มีประโยชน์ในการส่งเสริมความเข้มแข็ง ของชุมชนได้

ปรัชญาของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ 1) เสริมสร้างสำนึกความเป็นชุมชนและท้องถิ่น 2) ชุมชนเป็นผู้กำหนดอนาคตและจัดการหมู่บ้านและชุมชนด้วยคุณค่าและภูมิปัญญาของตนเอง 3) เกื้อกูลประโยชน์ ต่อผู้ด้อยโอกาสในหมู่บ้านและชุมชน 4) เชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชน ราชการ เอกชนและ ประชาสังคม 5) กระจายอำนาจให้ท้องถิ่น และพัฒนาประชาธิปไตยพื้นฐาน

วัตถุประสงค์กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

1. เป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียน สำหรับการลงทุน พัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ หรือ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย บรรเทาเหตุฉุกเฉิน และจำเป็นเร่งด่วน
2. ส่งเสริมและพัฒนาหมู่บ้านและชุมชนเมืองให้มีขีดความสามารถ จัดระบบเงินกองทุนบริหารจัดการ เงินกองทุน
3. เสริมสร้างกระบวนการพึ่งพาตัวเองของหมู่บ้านและชุมชนเมือง การเรียนรู้ การสร้างและพัฒนา ความคิดริเริ่ม เสริมสร้างศักยภาพและส่งเสริมเศรษฐกิจพอเพียง
4. กระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานราก เสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต
5. เกิดศักยภาพ / ความเข้มแข็งของประชาชนในหมู่บ้าน / ชุมชนเมือง เศรษฐกิจ สังคม

วิสัยทัศน์ "กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเป็นศูนย์กลาง และโครงข่ายการเรียนรู้ เงินทุน สวัสดิภาพ สวัสดิการ และการแก้ไขปัญหาของหมู่บ้านและชุมชน พึ่งพาตนเอง อย่างยั่งยืน ครบถ้วนสมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ พอเพียง อบอุ่น เข้มแข็งสู่การเป็นภูมิคุ้มกัน ทางเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม"

พันธกิจ

1. สร้างระบบเศรษฐกิจและสังคมฐานราก ด้วยความเข้มแข็ง มั่นคง และยั่งยืนของกองทุนหมู่บ้านและ ชุมชนเมืองเพื่อเป็นกลไก ศูนย์กลาง และโครงข่ายการเรียนรู้ เงินทุน สวัสดิภาพ สวัสดิการ และการแก้ไขปัญหา
2. พัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือน และหมู่บ้านชุมชนไปสู่ระบบเศรษฐกิจแลสังคมของชาติ ด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

รูปแบบ : สถาบันการเงินชุมชน

เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของกองทุนหมู่บ้านหรือกองทุนชุมชนเมืองกองทุนหมู่บ้านหรือกองทุนชุมชนเมือง หลายกองทุนร่วมกันจัดตั้งขึ้นเกิดจากการยุบรวมกองทุนหมู่บ้านหรือกองทุนชุมชนเมืองเข้าด้วยกันหมู่บ้านร่วมกับกลุ่ม การเงินในชุมชนและกองทุนหมู่บ้านร่วมกันจัดตั้ง

กิจกรรม : สถาบันการเงินชุมชน

1. ส่งเสริม การออมเงินของชุมชน ทั้งสมาชิกและประชาชน
2. รับฝากเงินจากสมาชิกและประชาชน
3. ให้สินเชื่อแก่สมาชิกและประชาชน หรือองค์กรการเงินอื่น
4. กู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนอื่น ตามที่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองกำหนด
5. ให้บริการธุรกรรมทางการเงินและธุรกรรมอื่น ๆ ที่อำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการให้แก่สมาชิกและประชาชน
6. จัดสวัสดิการและสวัสดิภาพแก่สมาชิกและชุมชน
7. จัดสรรรายได้เพื่อดำเนินการให้บริการและพัฒนาศักยภาพ

สตูณี อาชวานันทกุล (2548) ยูนุสและธนาคารกรามีนเจ้าของรางวัลโนเบลสันติภาพ 2006 โดย Muhammad Yunus นักเศรษฐศาสตร์ชาวบังคลาเทศ ผู้ก่อตั้งธนาคารกรามีน (Grameen Bank) ในปี 1976 ธนาคารกรามีน เป็นธนาคารเพื่อผู้ยากไร้แห่งแรกของโลก "สำหรับความพยายามที่จะสร้างการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมจากฐานล่าง" ("for their efforts to create economic and social development from below") Norwegian Nobel Committee ประกาศมอบรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพปี 2006 กรามีนดำเนินธุรกิจแบบที่ตั้งอยู่ในคุณธรรม ไม่ค้ากำไรเกินควร เพราะมีเป้าหมายทางสังคมเป็นที่ตั้ง คือช่วยเหลือให้คนจนมีโอกาสดูแลเงินจากสถาบันการเงิน ที่คิดดอกเบี้ยตามราคาตลาด กรามีนวัดผลด้วยประโยชน์ต่อสังคมถือว่าธนาคารที่ "ดีที่สุด" ในโลก เป็นตัวอย่างของพฤติกรรมแบบ "ทุนนิยมที่มีมนุษยธรรม" (humane capitalism) ที่นักคิดหลายๆ คนเรียกร้อง แต่ไม่ค่อยมีให้เห็นเป็นรูปธรรม Muhammad Yunus (1999) พบว่า ความยากจนที่เกิดขึ้นกับหลาย ๆ คนใน Jobra มีลักษณะคล้ายกัน การกู้ยืมเงินได้น้อยมากจึงเกิดความรู้สึกที่จะช่วยให้สังคมดีขึ้น คนที่มีทักษะอะไรเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยพวกเขาได้ เขาจึงตัดสินใจเป็นธนาคารที่จะปล่อยกู้ให้กับผู้ที่ไม่มีหลักทรัพย์อะไร ซึ่งนำไปสู่ความคิดในเรื่อง การยืมเงินเล็กน้อยไปจนถึงมากให้กับคนยากจนที่มีแผนสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก (microcredit) และจากประสบการณ์ของ Grameen แสดงให้เห็นว่าการได้รับการสนับสนุนของทุนการเงินขนาดเล็กกับคนยากจนอย่างเต็มที่ที่มีความสามารถในการปรับปรุงชีวิตของพวกเขาได้

ทฤษฎีและแนวคิดคุณลักษณะผู้นำ

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา (แนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำ) : ตามทฤษฎีการบริหาร ปัจจัยนำเข้าที่นำมาใช้ในกระบวนการดำเนินงานให้เกิดผลผลิตหรือปัจจัยนำออกมีอยู่ 4 ประเภท ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการบริหาร คน บุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยที่สำคัญมากประการหนึ่งของการดำเนินงานทุกประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่มีความรู้มีทักษะหรือมีความสามารถมนุษย์ทุกคนมีภาวะผู้นำมาตั้งแต่เกิดและได้รับการปรุงแต่งโดยการอบรมสั่งสอนทางการศึกษาทำให้เกิดภาวะผู้นำพื้นฐานขึ้นในตัว สิ่งแวดล้อมต่างๆ สามารถทำให้ภาวะผู้นำพื้นฐานนั้นแปรเปลี่ยนไปได้อีกไม่ว่าจะทางดีขึ้นหรือเลวลง และภาวะผู้นำสามารถพัฒนาขึ้นได้

แนวคิดสังคมและวัฒนธรรมชุมชน

ความหมาย “ชุมชน” พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2524 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2524) ให้ความหมายว่าชุมชนหรือประชาคม คือ

1. กลุ่มย่อยที่มีลักษณะหลายประการเหมือนกันลักษณะสังคม แต่มีขนาดเล็กกว่าและมีความสนใจร่วมกันที่ประสานงานในวงแคบกว่า ชุมชน หมายถึง เขตพื้นที่ระดับของความคุ้นเคย และการติดต่อระหว่างบุคคล ตลอดจน

พื้นฐานความยึดเหนี่ยว อาจจะมีสิ่งเฉพาะบางประการที่ผูกพันเอกภาพ เช่นเชื้อชาติ ตันกำเนิดเดิมของชาติหรือศาสนา

2. ความรู้สึกและทัศนคติทั้งมวลที่ผูกพันปัจเจกบุคคลให้รวมเข้าเป็นกลุ่ม

ชุมชน (Community) คือ ดินแดนแห่งการรวมตัวทางสังคมที่เป็น การสมัครใจก่อขึ้นเองโดยประชาชน ส่วนใหญ่แล้ว สนับสนุนตนเองเป็นเอกเทศจากรัฐและอยู่ในกฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้น Community ประกอบด้วยองค์กรต่างๆ ทั้งทางการและไม่เป็นทางการ

ชนินทร์ เจริญกุล (2544) ได้ให้ทัศนะว่า “ลักษณะของชุมชนปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะของชุมชนตามลักษณะหน้าที่ (Functional Community) มากกว่าที่จะเป็นชุมชนลักษณะทางภูมิศาสตร์ (Geographical community) เราไม่สามารถบอกได้ว่าชุมชนนี้อยู่ตรงไหน แต่ทุกคนมีความรู้สึกถึงความเป็นพวกเดียวกันชุมชนก็เกิดขึ้นได้”

ความเป็นกลุ่มก้อนหรือความเป็นชุมชนทำให้กลุ่มมีศักยภาพสูงมากเพราะเป็นกลุ่มก้อนที่มีวัตถุประสงค์ร่วม มีความ รัก มีการกระทำร่วมกัน และมีการเรียนรู้ร่วมกัน

สรุปได้ว่าชุมชน หมายถึง กลุ่มคนที่มาอยู่รวมกันในพื้นที่หรือบริเวณเดียวกันที่แน่นอน มีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน มีความ รู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกันอยู่ภายใต้กฎระเบียบกฎเกณฑ์เดียวกัน ดังนั้นชุมชนจึงประกอบไปด้วย 1. คน (People) 2. ความสนใจร่วมกัน (Common interest) 3. อาณาบริเวณ (Area) 4. ปะทะสังสรรค์ต่อกัน (Interaction) 5. ความสัมพันธ์ของสมาชิก (Relationship) 6. วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี (Cultural traditions) ตลอดจนแบบแผนของการดำเนินชีวิตในชุมชน (Pattern of Community Life) ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงและเป็นรูปแบบเดียวกัน

หลักการบริการภาครัฐแนวใหม่ (New public service)

Denhardt (2003) ได้นำเสนอหลักการบริการภาครัฐแนวใหม่ (New public service) ประกอบขึ้นจากแนวคิดหลายอย่าง ดังนี้

1. ทฤษฎีของสิทธิพลเมืองแนวประชาธิปไตย (Democratic citizenship) ด้วยแนวคิดที่ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและพลเมืองตั้งอยู่บนแนวคิดที่ว่ารัฐบาลนั้นดำรงอยู่ได้ ก็เพื่อภารกิจในการทำให้ประชาชนมีทางเลือกต่างๆ ที่สอดคล้องกับประโยชน์ของตน โดยสร้างหลักประกันที่เป็นกระบวนการต่าง ๆ หลักการจ้ดการภาครัฐแนวใหม่ ก็คือพลเมืองจะมองเกินประโยชน์ส่วนตนไปยังประโยชน์สาธารณะ ซึ่งเป็นเพราะการมีความรู้เกี่ยวกับกิจการสาธารณะ ด้วยการเกิดความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ และความผูกพันกับชุมชน

2. ชุมชนและประชาสังคม (Community and civil society) ปัจจุบันเกิดแนวคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับชุมชนและประชาสังคมขึ้นมากมายแต่ในหลักการบริหารรัฐกิจแล้วถือว่ารัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานท้องถิ่นต้องช่วยสร้างและสนับสนุนชุมชน

3. แนวคิดมนุษยนิยมในองค์กร และทฤษฎีวาทกรรม (Organization humanism and discourse) แนวคิดทางทฤษฎีองค์กรที่มุ่งเน้นให้ความสนใจและสนองต่อความต้องการของลูกจ้างหรือพนักงานในองค์กรมากกว่าการใช้อำนาจหน้าที่และการควบคุม

Irazábal (2005) นักวิชาการเสนอว่า การมีส่วนร่วม ก็คือ การเข้ามามีส่วนร่วมกันในการทางการเมือง ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการเติบโตของทุนทางสังคม โดยการเพิ่มความรับผิดชอบของบุคคลและสังคม (ความรู้สึกทางอัตลักษณ์ และความเป็นเจ้าของ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยกับความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน
3. สร้างรูปแบบความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน

ขอบเขตของงานวิจัย

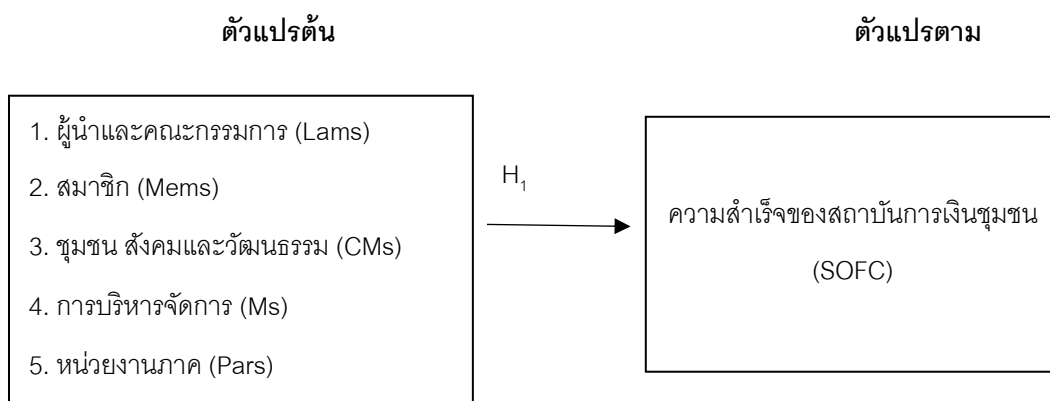
ด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยในการส่งเสริมความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน 5 ด้าน (ตัวแปรอิสระ) ประกอบด้วย 1. ด้านผู้นำและกรรมการ 2. ด้านสมาชิกและการมีส่วนร่วม 3. ด้านสังคมและวัฒนธรรมชุมชน 4. ด้านการบริหารจัดการ 5. ด้านหน่วยงานภาคี กับ ความสำเร็จของสถาบันและสมาชิก (ตัวแปรตาม) ด้านสถานที่ สถาบันการเงินชุมชนทั้ง 9 จังหวัดในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เฉพาะสถาบันการเงินชุมชนที่ยกระดับจากกองทุนหมู่บ้านในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก 9 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัด ชลบุรี จันทบุรี ระยอง ตราด ฉะเชิงเทรา นครนายก สระแก้ว ปราจีนบุรี สมุทรปราการ จำนวน 71 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง 142 คน

2.2 สมมติฐานของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้กำหนดสมมติฐานว่า ปัจจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการของสถาบันการเงินทั้ง 5 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน กำหนดปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จของกลุ่มสัจจะสะสมทรัพย์ไว้ ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ 1.ด้านผู้นำและกรรมการ 2.ด้านสมาชิก 3.ด้านสังคมและวัฒนธรรมชุมชน 4.ด้านการบริหารจัดการ 5.ด้านการมีส่วนร่วม 6.ด้านการรวมกลุ่ม ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้ได้นำลักษณะของปัจจัยด้านที่ 5 และด้านที่ 6 ได้แก่ การมีส่วนร่วมและการรวมกลุ่มเข้าไว้ด้วยกันเป็นปัจจัยด้านที่ 2 ในลักษณะการมีส่วนร่วม การรวมกลุ่มของสมาชิก และเพิ่มปัจจัยด้านที่ 5 ในส่วนของหน่วยงานภาคี ที่เป็นไปตามแนวคิดหลักการบริหารภาครัฐแนวใหม่ และตามทฤษฎีของสิทธิพลเมืองแนวประชาธิปไตย ว่าด้วยแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและพลเมือง ตามแนวคิดที่ว่ารัฐบาลนั้นดำรงอยู่ได้ก็เพื่อภารกิจในการทำให้ประชาชนมีทางเลือกต่างๆ ที่สอดคล้องกับประโยชน์ของตน จึงสรุปดังนี้

H_1 : ความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 5 ด้าน

ภาพกรอบแนวคิด



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ออกแบบการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก ตามด้วยวิธีเชิงคุณภาพ เพื่อช่วยอธิบายและสนับสนุนผลการวิเคราะห์ข้อค้นพบที่ได้จากวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ข้อคำถามครอบคลุมเนื้อหาเพื่อใช้เป็นมาตรวัด ทบทวนความสอดคล้องของวรรณกรรม ความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานตัวแปร การเก็บรวบรวมข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ครอบคลุมปัจจัยที่ส่งเสริมให้สถาบันการเงินชุมชนประสบความสำเร็จทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วยผู้นำและคณะกรรมการ สมาชิก ชุมชนสังคมและวัฒนธรรม การบริหารจัดการ และหน่วยงานภาคี ตลอดจนครอบคลุมการประเมินความสำเร็จของสถาบันการเงินต่อสภาพความเป็นอยู่ของสถาบันและสมาชิกในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยได้ประมวลคำถาม (ตัวชี้วัดจากคณะผู้วิจัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ลักษณะคำถามใช่และไม่ใช่ โดยระดับความสำเร็จในแต่ละข้อ ทั้งหมดกำหนดให้ค่าระดับความสำเร็จเป็น 1 (ตัวแปรหุ่น) และไม่สำเร็จเป็น 0 (ตัวแปรหุ่น)

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าทางสถิติด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency), ค่าร้อยละ (Percentage), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทั้ง 5 ตัวแปร ที่มีต่อโอกาสจะเกิดความสำเร็จพร้อมทั้งความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละตัว และเพื่อพยากรณ์โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่จะเกิดความสำเร็จจากสมการที่เหมาะสม โดยปัจจัยความสำเร็จของสถาบันการเงิน (ตัวแปรตาม) จะมีการแจกแจงแบบเบอร์นูลลี มีค่าได้ 2 ค่า คือ 0 กับ 1 โดย “1” หรือ $Y = 1$ จะหมายถึงความสำเร็จของสถาบันการเงิน ในขณะที่ $Y = 0$ จะหมายถึงไม่อยู่ในขั้นความสำเร็จ ดังนั้นการกำหนดว่าสถาบันใดอยู่ในโอกาสของขั้นความสำเร็จหรืออยู่ในขั้นไม่สำเร็จโดยการกำหนดความน่าจะเป็นที่ตัดสินว่าสถาบันอยู่ในโอกาสขั้นความสำเร็จ ค่าที่พยากรณ์คือ

$$\begin{aligned} P\{Y = 1\} &= P\{\text{ความสำเร็จ}\} \\ P\{Y = 0\} &= P\{\text{ความสำเร็จ}\} = 1 - P\{\text{ความสำเร็จ}\} \end{aligned}$$

(กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552)

ขั้นการวิเคราะห์ การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ (Hypothesis) ของการวิเคราะห์รูปแบบของความสัมพันธ์เชิงเหตุผล การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ การวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงตัวแปรโดยใช้ค่าสถิติได้แก่ T-test, F-test, χ^2 การตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร (Multicollinearity) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) การวิเคราะห์ความถดถอยด้วยโลจิสติกส์ (Logistic regression analysis) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามหรือไม่มากนักเพียงใด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลลัพธ์การวิจัยพบว่า

ปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการภาพรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยมีความสำคัญตามลำดับคือ ผู้นำและคณะกรรมการมีคุณลักษณะบุคลิกดี มีความรู้ ความสามารถในการบริหาร ชื่อสัตย์สุจริต เสียสละ รองลงมาการเป็นบุคคลตัวอย่างที่มีความประพฤติดีหรือปฏิบัติดี ถือเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เป็นที่เคารพยกย่องของกลุ่ม ผู้นำ

กำหนดนโยบาย วางแผน ควบคุม และตัดสินใจโดยการใช้ดุลยพินิจที่ดี มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล การดำเนินการชี้แจงวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนในการจัดตั้งสถาบันการเงินชุมชนเพื่อให้สมาชิกเห็นความสำคัญ และทำหน้าที่เป็นผู้นำ ผู้ประสานงานกลุ่มทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างเครือข่าย มีความสามารถชี้แนะให้สมาชิกปฏิบัติด้วยความสมัครใจ

ปัจจัยด้านชุมชน สังคมและวัฒนธรรม ภาพรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยความสำคัญตามลำดับแรกคนในชุมชนส่วนใหญ่สัญชาติและเชื้อชาติเดียวกัน รองลงมาการจัดให้มีสถานที่สำหรับการรวมกลุ่ม พบปะประชุมร่วมกัน คนในชุมชนเป็นญาติพี่น้องกันส่วนใหญ่ คนในชุมชนเป็นคนพื้นเพดั้งเดิม มีที่ดินเป็นของตนเอง และการประกอบอาชีพดั้งเดิมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นส่วนใหญ่

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ภาพรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุดความสำคัญโดยตามลำดับแรกการจัดให้มีการประชุมเพื่อนำเสนอรายงานความก้าวหน้าและเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น รองลงมาการจัดให้มีสิทธิการลงทุนในกองทุนที่เท่าเทียมกัน การใช้ระบบการบริหารที่ยอมรับทั่วไป มีการควบคุมภายใน การยึดแนวปฏิบัติตามหลักการบัญชีและตามข้อกำหนดของกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ การบริหารอย่างมีเป้าหมายชัดเจนในการลดช่องว่าง และจัดให้สมาชิกมีความอยู่ดีกินดี และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานของสถาบันตามเทคนิคและเครื่องมือที่นิยมใช้ในปัจจุบัน (BSC)

ปัจจัยด้านสมาชิก ภาพรวมมีระดับความสำคัญมาก โดยมีความสำคัญตามลำดับคือสมาชิกได้รับการชี้แจงเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายให้มีความร่วมมือปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่วางไว้ รองลงมา การได้รับสิทธิเข้าร่วมแสดงความคิดเห็นและกำหนดทิศทางความต้องการเพื่อประโยชน์ของตัวสมาชิกเองบนความถูกต้องทุกคนไม่ว่าแม้แต่คนจน สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมหากมีสมาชิกที่กระทำผิดกฎเกณฑ์จะตักเตือนและชี้แนะ และ สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของชุมชนและรู้สึกรับผิดชอบต่อสังคมหากมีสมาชิกที่กระทำผิดกฎเกณฑ์จะตักเตือนและชี้แนะ สมาชิกเห็นความสำคัญกับการเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง

ปัจจัยด้านหน่วยงานภาคี ภาพรวมมีระดับความสำคัญปานกลางโดยความสำคัญตามลำดับแรกจำเป็นต้องใช้การบริหารจัดการตามแนวทางของภาครัฐ ต้องให้หน่วยงานท้องถิ่นช่วยสร้างและสนับสนุนชุมชน รองลงมาจำเป็นต้องให้รัฐเข้ามามีบทบาทในการอำนวยความสะดวก การเจรจาหรือเป็นตัวแทนในการแก้ปัญหา ความจำเป็นต้องใช้การบริหารจัดการตามแนวทางของเอกชน และจำเป็นต้องให้หน่วยงานภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ระหว่างความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน (ตัวแปรตาม) กับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จทั้ง 5 ด้าน (ตัวแปรอิสระ) ในการพยากรณ์ค่าความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน (ตัวแปรตาม) ที่มีความสัมพันธ์กันโดยนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปตามสมมติฐานในการวิจัย ซึ่งมีตัวแปรอิสระที่ใช้ในการทดสอบ 5 ตัว ตัวแปรตาม 1 ตัว ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

1. ปัจจัยด้านคณะกรรมการ
2. ปัจจัยด้านสมาชิก
3. ปัจจัยด้านชุมชนสังคมและวัฒนธรรม
4. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ
5. ปัจจัยด้านหน่วยงานภาคี

ตัวแปรตาม

ความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน

จากผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อหารูปแบบในการพยากรณ์ความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์ทางสถิติโลจิสติก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปรากฏดังนี้

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5$$

$$Y = 8.274 - 2.2667(\text{Lams}) + 1.460(\text{Mems}) + -.263(\text{CMs}) + .060(\text{Ms}) + .080(\text{Pars})$$

รูปแบบที่ได้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนในเขตพื้นที่ทำการศึกษา ผลการทดสอบจากสมการค่า (β) สัมประสิทธิ์โลจิสติก ได้ผลดังนี้

ความสำเร็จ = $8.047 - 2.727$ (ผู้นำและคณะกรรมการ) + 1.429 (สมาชิก)

ทำให้ทราบว่าเมื่อ ค่าสัมประสิทธิ์ของผู้นำและคณะกรรมการมีค่าน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่าเมื่อค่าระดับ ความสำคัญของผู้นำและคณะกรรมการเพิ่มขึ้นโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความสำเร็จลดลง ส่วนค่าสัมประสิทธิ์ของ สมาชิกมีค่ามากกว่าศูนย์ แสดงว่าเมื่อค่าระดับความสำคัญของสมาชิกมากขึ้นโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความสำเร็จ มากขึ้น

จากการทดสอบความเหมาะสมของโมเดล สามารถอธิบายความสัมพันธ์การพยากรณ์ความสำเร็จระหว่าง ปัจจัยได้ร้อยละ 11.30 และสามารถอธิบายความผันแปรได้ร้อยละ 17.00

ภายใต้สมการถดถอยที่ได้จากการวิเคราะห์ความน่าจะเป็นในความสำเร็จ

$$\text{ความสำเร็จ} = \frac{e(8.047 - 2.727 \text{ ผู้นำและคณะกรรมการ} + 1.429 \text{ สมาชิก})}{1 + e(8.047 - 2.727 \text{ ผู้นำและคณะกรรมการ} + 1.429 \text{ สมาชิก})}$$

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไปเนื่องจากการวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ สถาบันการเงินชุมชนควรเป็นการศึกษารูปแบบการดำเนินงานที่ยั่งยืนของสถาบันการเงินชุมชน คุณลักษณะของผู้นำ การศึกษาวิเคราะห์การเติบโตของสถาบันการเงิน ตลอดจนการยุทธศาสตร์การพัฒนามนุษย์ด้านทักษะการจัดการ การเงินขององค์กรการเงินชุมชน ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสถาบันการเงินชุมชนที่ซึ่งเป็นภารกิจตามแผน ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสถาบันการเงินชุมชน โดยการนำระบบการจัดการแบบ ธนาคารมาใช้บริหาร กำหนดกฎหมายรองรับความเป็นสถาบันการเงินของชุมชน ปรับปรุงพระราชบัญญัติให้เข้ากับ สถานการณ์ปัจจุบัน และจัดให้มีการจัดตั้งสถาบันการเงินในชุมชนทุกๆ ชุมชน การบริหารงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล การบริหารงานควรเป็นของคนในชุมชนเพื่อสอดคล้องกับชุมชน ความต้องการสวัสดิการ การสนับสนุนเงินทุน

6. สรุปผลการวิจัย

การใช้เทคนิคการวิเคราะห์โลจิสติกส์จำแนกกลุ่มเพื่อหาสาเหตุที่ทำให้สถาบันการเงินชุมชนประสบความสำเร็จแตกต่างกัน การนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยการสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมกับความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชน แล้วนำสมการที่ได้พยากรณ์สถาบันการเงินชุมชนแห่งใหม่ว่าจะอยู่ในกลุ่มใด ดังนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของสถาบันการเงินชุมชนในเขตพื้นที่ พบว่าปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการมีความสัมพันธ์เชิงลบหากให้ค่าระดับความสำคัญของผู้นำและคณะกรรมการมากขึ้นโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความสำเร็จจะยิ่งน้อยลง ส่วนปัจจัยด้านสมาชิกมีความสัมพันธ์เชิงบวกหากให้ค่าระดับความสำคัญของสมาชิกมากขึ้นโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความสำเร็จก็จะยิ่งมากขึ้น

ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดซึ่งมีผลในเชิงบวก จากสมการที่ได้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติแล้วคือปัจจัยด้านสมาชิก ซึ่งเป็นไปตามหลักทฤษฎีการสร้างเสริมพลัง (Empowerment theory) นารายัน (Narayan, 2002) ได้กำหนดหลัก 4 ประการคือ 1) ต้องเน้นให้สมาชิกศึกษาตนเองเพื่อให้รู้ว่าตนเองต้องการปรับปรุงไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่าเดิม 2) สร้าง การรับรู้หรือตระหนักถึงการที่เจตคติพบหนทางในการแก้ปัญหาของสมาชิกที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในครอบครัวและต่อ MFI 3) สร้างแนวความคิดในการที่จะแปรสภาพ MFI ไปสู่การเป็นสถาบันการเงินของชุมชนอย่างแท้จริงโดยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่สมาชิกว่าสามารถทำได้ (จากกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิก 4) เชื่อมโยงและการเรียนรู้รูปแบบการรวมกลุ่ม ไปสู่ระบบเครือข่าย หากสมาชิกต่างคนต่างทำกิจกรรมโดยไม่มีการรวมกลุ่มและสร้างระบบเครือข่ายที่เข้มแข็งก็จะไม่เกิดอำนาจในการต่อรองได้ โดยรูปแบบการรวมกลุ่มสร้างอาชีพ จึงเป็นปัจจัยที่สอดคล้องกับคุณประโยชน์ทางหลักทฤษฎีการสร้างเสริมพลัง (กิตติชัย , 2551) และปัจจัยด้านผู้นำและคณะกรรมการเป็นปัจจัยที่มีผลในเชิงลบ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการบริหาร : สำนักงานคณะกรรมการขึ้นพื้นฐาน (แนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำ) ปัจจัยนำเข้าที่นำมาใช้ในกระบวนการดำเนินงานให้เกิดผลผลิตหรือปัจจัยนำออกมีอยู่ 4 ประเภท ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการบริหาร คน บุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ เป็นปัจจัยที่สำคัญมากประการหนึ่งของการดำเนินงานทุกประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่มีความรู้ทักษะหรือมีความสามารถมนุษย์ทุกคนมีภาวะผู้นำมาตั้งแต่เกิดและได้รับการปฐมนิเทศโดยการอบรมสั่งสอนทางการศึกษาทำให้เกิดภาวะผู้นำพื้นฐานขึ้นในตัว สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ สามารถทำให้ภาวะผู้นำพื้นฐานนั้นแปรเปลี่ยนไปได้อีกไม่ว่าจะทางดีขึ้นหรือแย่ลง และภาวะผู้นำสามารถพัฒนาขึ้นได้

นอกเหนือจากผลการทดสอบดังกล่าวปัจจัยด้านชุมชนสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านบริหารจัดการ ปัจจัยด้านหน่วยงานภาคี จะเป็นส่วนที่เกิดการดำเนินการตามมานในภายหลังเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนหมู่บ้านดอนแจ่งพัฒนา. (2555). *ฐานข้อมูล E-database*. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2559, จาก <http://www.villagefund.or.th>
- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for windows* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร
- ชนินทร์ เจริญกุล. (2544). *การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กรชุมชนโดยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาสาธารณสุขในท้องถิ่น*. คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พระอาจารย์มนัส ชันติธัมโม. (2558). *กรุงเทพธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/638517>

- ภัทรวดี ตลอดพงษ์. (2558). เศรษฐกิจพอเพียง ทางออกของคนไทยที่ดีที่สุดในยุคปัจจุบัน สืบค้นวันที่ 10 มีนาคม 2558. www.gotoknow.org/posts/58055
- สถณี อาชาวนันท์กุล. (2548). *ฐานข้อมูล E-database*. ค้นเมื่อ 1 กันยายน 2559, จาก . www.nobelprize.org/e-database
- Denhardt, J., & Denhardt, R. (2011). *The new public service* (3rd Ed.). New York: Sharpe.
- Hair, J. F., Black, J. W. C., Barry J., & Babin R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River: New York.
- Irazábal, C. (2012). Beyond 'Latino New Urbanism': Advocating ethnurbanisms, *Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability*, 5(2-3), 241-268.
- Kleinbaum, D. A. (1994). *Logistic regression*. Springer-Verlag.
- Muhammad Y. (1999). The power of microcredit". Retrieved from http://pats-eduent.net/xpeople_2Yunus.pdf.
- Narayan, D. (2002). *Empowerment and poverty reduction: A sourcebook*. Washington, DC: World Bank.
- Romney, M., & Steinbart, P. J. (2009). *Accounting information system*. Upper Saddle River, NJ : Pearson Education.

สิ่งแวดล้อมของร้านค้าสำหรับผู้สูงอายุ: แบบจำลองแนวคิดและข้อเสนอเบื้องต้น

Store Atmospherics for Senior Consumers: A Conceptual Model and Propositions

ฐิตารีย์ ดุรงค์ดำรงชัย*, อุมารวรรณ วาทกิจ², พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ³

Thitaree Durongdumrongchai^{*}, Umarwan Watakit², Phongzahrn Pollsritert³

บทคัดย่อ

การศึกษาประสบการณ์ของผู้สูงอายุที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของร้านค้าในประเทศไทยยังไม่หลากหลายทั้งที่จำนวนลูกค้าผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการจัดสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่เหมาะสมกับลูกค้าผู้สูงอายุจะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุให้การสนับสนุนต่อร้านค้า ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอแบบจำลองแนวคิดการศึกษاثิรพลของสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้สูงอายุผ่านการรับรู้คุณภาพการบริการ กรอบการศึกษาสิงกระต้น-ระบบการประเมินการรับรู้-การตอบสนอง (S-O-R) ได้ถูกนำมาประยุกต์เป็นแบบจำลองแนวคิด เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมของร้านค้า การรับรู้คุณภาพการบริการ และความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง บทความนี้ยังนำเสนอข้อเสนอเบื้องต้น และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต อาทิ การศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่เกี่ยวกับสินค้า การศึกษาการตอบสนองอื่นๆ เช่น การตัดสินใจเป็นสมาชิกของร้าน การเข้าร่วมรายการส่งเสริมการขายระยะยาว และการซื้อบัตรของขวัญของร้านค้า เป็นต้น รวมถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อมของร้านค้ากับความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องโดยไม่ผ่านระบบการประเมินการรับรู้ เป็นต้น

คำสำคัญ : สิ่งแวดล้อมของร้านค้า ลูกค้าผู้สูงอายุ แบบจำลอง S-O-R การรับรู้คุณภาพการบริการ ความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง

* นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

* Doctorial student, Doctorial of Business Administration, North Eastern University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

² Assistant Professor, Faculty of Business Administration, North Eastern University

³ นักวิจัยและที่ปรึกษา ศูนย์วิจัยขีดความสามารถในการแข่งขัน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

³ Researcher and Consultant, Center for Competitiveness Research, National Institute of Development Administration

Abstract

There is a scarcity of researches on experiences of senior consumers towards retail atmospherics in Thailand, despite the fact that there is a tendency to increase number of senior population. Moreover, appropriate store atmospherics will lead senior consumers to support stores. As a result, a conceptual model was proposed which examines the influence of store atmospherics on re-patronage intentions by having perceived service quality as a mediate variable. A Stimulus-Organism-Response (S-O-R) framework was used as the basis of the model for describing relationships between store atmospherics, perception of service quality and re-patronage intentions. Propositions of the model were presented in this article. In addition, research implications for future researches were proposed such as studying product factors in store atmospherics and deciding to be store memberships, participating in long term sales promotion programs and purchasing gift cards as other responses. In addition, a direct impact between store atmospherics and re-patronage intentions should be conducted in the future.

Keywords : Store Atmospherics, Senior Consumers, S-O-R Model, Perceived Service Quality, Re-patronage intention

1. บทนำ

สืบเนื่องจากโครงสร้างประชากรคนไทยที่มีแนวโน้มการเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ภายหลังจากปี พ.ศ. 2548 ที่ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged society) เนื่องจากมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และในราวปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete aged society) เมื่อประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอด (Super aged society) เมื่อประชากรสูงอายุสูงถึง ร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด ในราวปี พ.ศ. 2578 (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2556)

การจัดสิ่งแวดล้อมในร้านค้าให้เหมาะกับลูกค้าผู้สูงอายุ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเองเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างหนึ่ง การเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าผู้สูงอายุถือว่าเป็นกิจกรรมส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีความสุขทั้งด้านร่างกายและจิตใจ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความสนุกในการเลือกซื้อสินค้า (Meneely et al., 2009) และเป็นกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุอย่างหนึ่ง รวมทั้งเป็นการออกกำลังกายขณะเดียวกัน แต่เนื่องด้วยสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการเลือกซื้อสินค้า เช่น การหยิบสินค้าบนชั้นวางระดับล่าง (Yin et al., 2013) และป้ายสัญลักษณ์หรือป้ายราคามีขนาดเล็กทำให้ผู้สูงอายุมองเห็นไม่ชัดเจน (Yin et al., 2013) เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาในการเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ ร้านค้าปลีกจึงควรปรับปรุงสิ่งแวดล้อมภายในร้านค้าให้เหมาะสมกับสภาพผู้สูงอายุ ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักในอนาคต อีกทั้งการจัดสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมต่อลูกค้าผู้สูงอายุจะส่งผลให้ลูกค้าผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจและอุปถัมภ์ร้านค้านั้นที่สุด (Teller et al., 2013)

ในการศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนองของลูกค้า นักวิจัยหลายท่านในอดีตได้ประยุกต์ใช้แนวคิดหลากหลายแนวคิด ซึ่งหนึ่งในแนวคิดที่นิยมใช้มาก คือ กรอบแนวคิดสิ่งกระตุ้น-ระบบ

การประเมินการรับรู้-การตอบสนอง (S-O-R) ของ Mehrabian และ Russell (1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) อย่างไรก็ตามการศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่มุ่งเน้นลูกค้าผู้สูงอายุโดยใช้โมเดล S-O-R ยังไม่แพร่หลายนัก เช่น Teller et al. (2013) ที่พบว่าความสำคัญของสิ่งแวดล้อมของร้านค้ายิ่งมากขึ้นตามการรับรู้ด้านวัยของผู้สูงอายุ และสิ่งแวดล้อมของร้านค้ายังส่งผลต่อความพึงพอใจและการอุปถัมภ์ต่อร้านค้า เป็นต้น ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอกรอบแนวคิดและข้อเสนอเบื้องต้นสำหรับสิ่งแวดล้อมของร้านค้าโดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุเป็นสำคัญ

2. ลูกค้าผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ให้คำนิยามว่า ผู้ที่มีอายุ 60 ปี คือ ผู้สูงอายุ (Huber, 2005) และ คาดว่าในปี 2050 ประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกจะเพิ่มจำนวนเป็น 2 พันล้านคน จากที่มีจำนวนประมาณ 900 ล้านคนในปี 2015 (World Health Organization, 2015) สำหรับโครงสร้างประชากรไทยมีแนวโน้มการเพิ่มจำนวนผู้สูงอายุอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวน 10,014,699 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.9 ของประชากรไทยทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) อย่างไรก็ตามตลาดลูกค้าผู้สูงอายุยังไม่ได้รับความสนใจจากนักการตลาดรวมถึงผู้ค้าปลีก เนื่องด้วยตลาดลูกค้าผู้สูงอายุถูกมองว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม อาจไม่คุ้มค่ากับการพัฒนาสินค้าหรือการบริการให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ หรืออาจถูกมองว่าเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อไม่มากนัก แต่ในความจริงตลาดลูกค้าผู้สูงอายุเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูง เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผู้สูงอายุได้รับเบี้ยยังชีพเป็นรายเดือนจากรัฐบาลขั้นต่ำเดือนละ 600 บาท (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, ม.ป.ป.) ทำให้ผู้สูงอายุมีกำลังซื้อเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้น นักการตลาดและผู้ค้าปลีกควรทำความเข้าใจถึงลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุ ลักษณะการเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ เพื่อการวางแผนการตลาด และการปรับปรุงร้านค้าให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดลูกค้าผู้สูงอายุต่อไปในอนาคต

2.1 ลักษณะทั่วไปของผู้สูงอายุ

เนื่องจากผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุตามปฏิทิน 60 ปีขึ้นไป ซึ่งวัยดังกล่าวเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินชีวิตทั้งในบ้านและนอกบ้าน อาทิ การปรับสายตากับแสงในระดับต่างๆ การมองเห็นที่ลดลง การได้ยินที่ลดลง รวมทั้งการคุกคามของโรคภัยไข้เจ็บที่เรื้อรังในระดับที่แตกต่างกันตามวัยที่แตกต่างกัน (Moschis and Bovell, 2013) ด้านสภาพจิตใจอาจพบว่าผู้สูงอายุบางคนมีความรู้สึกเหงา ขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เนื่องจากเข้าสู่วัยเกษียณจากการทำงาน บุตรหลานแยกครอบครัวไปอยู่ต่างหาก รวมทั้งแนวโน้มการมีบุตรน้อยลง (Economic Intelligence center, 2015) ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

2.2 การเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ

การเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุสามารถจำแนกได้ดังนี้

2.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ผู้สูงอายุนิยมเลือกซื้อ คือ อาหารและของใช้ในชีวิตประจำวัน (วรภกรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และ อนุสรณ์ จันดาแสง, 2558) ซึ่งถือเป็นกิจกรรมอันดับหนึ่งของผู้สูงวัยทำในแต่ละสัปดาห์ (ปราณีดา ศยามานนท์, 2558; ศิริรัตน์ อ่อนดี, 2558) รวมทั้งผู้สูงอายุมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น จึงนิยมเลือกซื้อสินค้าจากธรรมชาติที่ปลอดภัยและมี (ศิริรัตน์ อ่อนดี, 2558) หรือมีส่วนผสมจากธรรมชาติ อาทิ ผักปลอดสารพิษ เนื้อสัตว์อนามัย หรือ ยาสมุนไพร เป็นต้น

สำหรับตราสินค้า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเปลี่ยนตราสินค้าจากตราสินค้าหนึ่งไปตราสินค้าอื่น เช่นเดียวกับลูกค้าที่มีอายุน้อย แต่ผู้สูงอายุจะยึดติดในตราสินค้าหนึ่งยาวนานกว่าลูกค้าที่มีอายุน้อย (Raphaëlle and Gilles, 2010)

ในด้านขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์ สำหรับกรณีผู้สูงอายุอาศัยอยู่คนเดียวมีแนวโน้มเลือกซื้อสินค้าขนาดเล็กหรือปานกลางที่เพียงพอต่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลหรืออยู่กับคู่สมรส สำหรับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่กับบุตรหลานจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ตามปกติ เนื่องจากมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวหลายคน ประการสุดท้าย คือ ผู้สูงอายุจะไม่ซื้อสินค้าใหม่เพียงเพราะสมัยนิยม แต่จะซื้อสินค้าใหม่เมื่อสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างแท้จริง (Leventhal, 1997)

2.2.2 ด้านราคา

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มลูกค้าที่ตระหนักเรื่องราคา (Price conscious) และมักจดจำราคาสินค้าที่ซื้อเป็นประจำ (Moschis et al., 2004) เพราะผู้สูงอายุต้องมีการวางแผนการใช้จ่าย เนื่องจากเป็นช่วงวัยเกษียณจากการทำงาน ทำให้มีงบประมาณซื้อสินค้าจำกัด แต่หากเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ผู้สูงอายุก็พร้อมจ่ายเงินซื้อสินค้าในราคาที่สูงกว่าปกติ (ปราณีดา ศยามานนท์, 2558) เพราะผู้สูงอายุมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเหมาะสมกับตนเอง และจะทำให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

2.2.3 ด้านที่ตั้งของร้านค้าปลีก

ผู้สูงอายุนิยมเลือกซื้ออาหารและของใช้ในชีวิตรประจำวันส่วนใหญ่จากร้านค้าใกล้บ้าน เนื่องจากสภาพร่างกายไม่เอื้อต่อการเดินทาง (Meneely et al., 2009) แต่ร้านขายของชำใกล้บ้านก็มีแนวโน้มปิดตัวลง เนื่องด้วยสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกที่รุนแรง ทางเลือกหนึ่งของลูกค้าผู้สูงอายุในการซื้อสินค้าประเภทอาหาร และของใช้ในชีวิตรประจำวัน คือ ร้านสะดวกซื้อ และร้านซูเปอร์มาร์เก็ตซึ่งเพิ่มจำนวนสาขาขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2.4 ด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้สูงอายุจะใช้ตะกร้าบรรจุสินค้า หรือรถเข็นสินค้า ในการบรรทุกสินค้า และขณะเดียวกันก็ใช้รถเข็นสินค้าเป็นอุปกรณ์ช่วยในการเดินเลือกซื้อสินค้า (Yin et al., 2013) นอกจากนี้ผู้สูงอายุอาจต้องการที่นั่งพักชั่วคราวในบริเวณร้านค้าขนาดใหญ่ รวมทั้งห้องน้ำสำหรับผู้พิการ เนื่องจากมีราวจับสำหรับพยุงตัว

2.2.5 ด้านการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดจากร้านค้าปลีกไปสู่ตลาดผู้สูงอายุโดยใช้ตัวบุคคล ถ้าพนักงานขายของร้านค้าปลีกมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้สูงอายุจะเกิดการบอกต่อในเชิงบวก รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของร้านค้า ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตลาดลูกค้าผู้สูงอายุ (Lu and Seock, 2008) ลูกค้าผู้สูงอายุมีมุมมองเชิงบวกกับพนักงานขายสูงวัยกว่ามากกว่าพนักงานขายอายุน้อย (Hillery et al., 1997) เนื่องจากเป็นวัยที่ใกล้เคียงกัน มีแนวคิดและการใช้ภาษาใกล้เคียงกัน รวมทั้งหากพนักงานของร้านมีกริยาสุภาพเรียบร้อยจะส่งผลให้ลูกค้าผู้สูงอายุเลือกร้านค้า (เยาวภา จันทรพวง และ กาญจนา สุรัตนศิริกุล, 2559) สำหรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อกลาง ผู้สูงอายุจะคุ้นเคยกับช่องทางการสื่อสารแบบดั้งเดิม ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ ส่วนช่องทางการสื่อสารผ่านโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสื่อสารที่น่าสนใจแต่ยังไม่แพร่หลายนัก (Beneke et al., 2011)

3. สิ่งแวดล้อมของร้านค้า

สิ่งแวดล้อมของร้านค้าเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของร้านค้ากลยุทธ์หนึ่ง โดยเฉพาะเมื่อร้านค้าไม่มีความแตกต่างด้านคุณภาพสินค้าหรือราคาขาย ที่ผ่านมานักวิจัยหลายคนใช้คำศัพท์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของ

ร้านค้าแตกต่างกัน แต่มีนัยความหมายใกล้เคียงกัน อาทิ พื้นที่ให้บริการ (Servicescapes) (Bitner, 1992; Turley and Milliman, 2000; Hooper and Coughlan, 2013) การออกแบบพื้นที่ (Physical design) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment, Physical surroundings) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (Physical setting) (Bitner, 1992) และบรรยากาศ (Atmospherics) (Kotler, 1973, Cited in Turley and Milliman, 2000); Turley and Milliman, 2000; Molina et al., 2009) เป็นต้น

Kotler (1973, Cited in Turley and Milliman, 2000) เป็นบุคคลแรกที่กล่าวถึงบรรยากาศ Kotler ให้คำนิยามของคำว่าบรรยากาศ คือ การออกแบบสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้บริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอารมณ์ทางบวกให้เกิดขึ้นในตัวของผู้ซื้อ อันส่งผลต่อการเพิ่มโอกาสการซื้อ นักวิจัยบางคนได้กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะทางกายภาพของร้านค้า (Bitner, 1992; Lam, 2001; Molina et al., 2009; Lin and Chiang, 2010; Chang et al., 2015) โดย Lin and Chiang (2010), and Lam (2001) ได้รวมส่วนประกอบอื่นๆ เข้าไปในสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น ดนตรี แสง การวางผัง สัญลักษณ์ และบุคคล นักวิจัยบางคนกล่าวว่าสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในพื้นที่ให้บริการอาจจับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ เช่น การตกแต่ง การออกแบบ ดนตรี สี กลิ่น อุณหภูมิ เป็นต้น (Rajic and Dado, 2013) และนักวิจัยหลายคนได้รวมทุกสิ่งอย่างในร้านค้าเป็นสิ่งแวดล้อมของร้านค้า เช่น แสง ดนตรี และพนักงาน เป็นต้น (Grewal et al., 2014)

3.1 ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมของร้านค้า

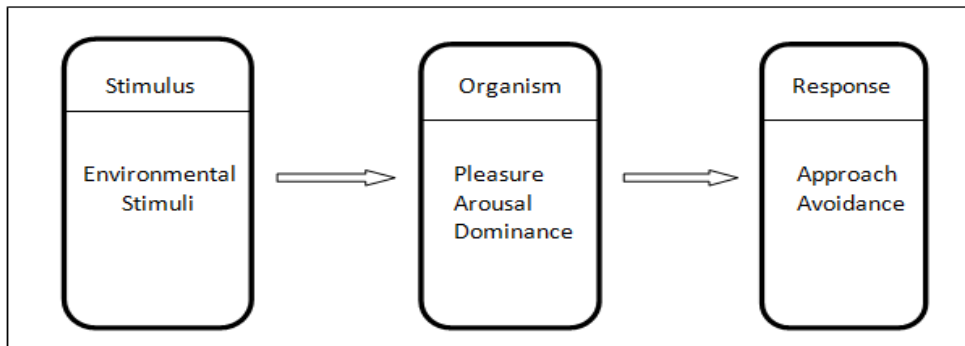
สิ่งแวดล้อมของร้านค้ามีความสำคัญต่อผู้ค้าปลีกประการแรก คือ สิ่งแวดล้อมของร้านค้าเป็นสิ่งที่ผู้ค้าปลีกที่มีหน้าร้านนำมาใช้เป็นกลยุทธ์การแข่งขัน เนื่องจากความแตกต่างของสิ่งแวดล้อมของร้านค้าเป็นกลยุทธ์ที่ลอกเลียนได้ยาก (Turley and Chebat, 2002) เพราะมีความเกี่ยวเนื่องหลายปัจจัย อาทิ งบประมาณ บุคลากร และพื้นที่ร้านค้า เป็นต้น ประการที่สอง คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของร้านค้าถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการให้บริการ เนื่องจากลูกค้าจะเกิดประสบการณ์จากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีอยู่ (Bitner, 1992) ประการที่สาม คือ สิ่งแวดล้อมของร้านค้าส่งผลต่อระบบการประเมินภายใน เช่น การรับรู้ อารมณ์ และสภาพร่างกายของลูกค้า ประการสุดท้าย สิ่งแวดล้อมของร้านค้าจะส่งผลต่อพฤติกรรมตอบสนอง ซึ่งพฤติกรรมตอบสนองอาจเกิดขึ้นทันทีในร้าน เช่น การใช้จ่ายในร้าน การใช้เวลาในร้าน (Vida, 2008) การเข้า-ออกของลูกค้าในร้าน (Milliman, 1982) ระยะเวลารอคอย ความช่วยเหลือ ระยะเวลาต่อแถวชำระเงินค่าสินค้า (Spangenberg et al., 1996) และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในร้าน เป็นต้น หรือพฤติกรรมตอบสนองอาจเกิดขึ้นภายหลัง เช่น การอุปถัมภ์ร้านค้า (Baker, 1994; Briesch et al., 2009; Mehta et al., 2013) อย่างไรก็ตาม สิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมในร้านอาจดึงดูดลูกค้าได้น้อยกว่าราคาขาย การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น (Bitner, 1992) แต่สามารถนำมาใช้ในการสร้างความแตกต่างของร้านค้าได้

4. โมเดล S-O-R

Mehrabian และ Russell (1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) ได้เสนอกรอบแนวคิดของอิทธิพลสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตอบสนองผ่านระบบการประเมินการรับรู้ ซึ่งว่า S-O-R Model ประกอบด้วยสิ่งกระตุ้น (Stimulus) และพฤติกรรมตอบสนอง (Response) โดยมีระบบการประเมินการรับรู้ (Organism) อยู่ตรงกลาง (ตามรายละเอียดในภาพประกอบ 1) โมเดลดังกล่าวได้ถูกนักจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย รวมทั้งได้ถูกนำมาใช้กับร้านค้าจำนวนมาก ซึ่ง Donovan และ Rossiter (1982) นำมาใช้กับร้านค้าปลีกเป็นรายแรก

รูปภาพประกอบ 1

โมเดล S-O-R ของ Mehrabian และ Russell (1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982)



4.1 สิ่งกระตุ้น: สิ่งแวดล้อมของร้านค้า

สิ่งกระตุ้น (Stimulus) คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพและสังคม หรือเรียกได้ว่าเป็นระดับข้อมูล (Information rate) หรือระดับของสิ่งแวดล้อม (Load of an environment) โดย Mehrabian and Russell (1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) ได้ขยายความว่าระดับของสิ่งแวดล้อม คือ ระดับความแปลกใหม่ (Novelty) และระดับความซับซ้อน (Complexity) ระดับของความแปลกใหม่ครอบคลุมถึงสิ่งแวดล้อมที่ไม่คาดคิด ประหลาดใจ และไม่คุ้นเคย สำหรับระดับความซับซ้อนเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับปริมาณส่วนประกอบและรูปแบบที่มีการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมหนึ่ง ระดับของสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับระดับการถูกกระตุ้นโดยสิ่งแวดล้อม หากระดับของสิ่งแวดล้อมสูง คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมนั้นจะรู้สึกว่าการถูกกระตุ้น แต่ถ้านั้นสิ่งแวดล้อมต่ำ คนที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมนั้นจะรู้สึกสงบ ผ่อนคลายหรือว่าง ในขณะที่ Sherman, Mathur, and Smith (1997) กล่าวว่า สิ่งกระตุ้น คือ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อสภาวะภายในของแต่ละบุคคล

การศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าตั้งแต่อดีตมีนักวิจัยทำการศึกษาสีสิ่งแวดล้อมระดับปัจจัยเดียว อาทิ คนตรี (Milliman, 1982) กลิ่น (Spangenberg et al., 1996) และประสาทสัมผัสของร้านค้าปลีก (Briesch et al., 2009) เป็นต้น รวมทั้งการศึกษาสีสิ่งแวดล้อมของร้านค้าในภาพรวม อาทิ Thang and Tan (2003); Ray and Chiagouris (2009); Ha and Jang (2012) เป็นต้น สำหรับการศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าระดับหลายปัจจัยมีผู้วิจัยทำการศึกษามาก และสามารถสรุปได้ 3 แนวคิดหลัก ประกอบด้วย แนวคิดของ Berman and Evans (1979) แนวคิดของ Bitner (1992) และแนวคิดของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992)

4.1.1 แนวคิดการจำแนกสิ่งแวดล้อมของร้านค้าในระดับหลายปัจจัยของ Berman and Evans (1979), and Berman and Evans (1979) กล่าวว่าลูกค้าจะประเมินร้านค้าโดยอาศัยบรรยากาศของร้านค้าก่อนการมองสินค้าและราคาสินค้า Berman and Evans (1979) จำแนกปัจจัยของบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมของร้านค้าได้ 4 ปัจจัย ประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมภายนอก (Exterior) สิ่งแวดล้อมภายในทั่วไป (General interior) การวางผัง (Store layout) และการจัดแสดงภายใน (Interior (Point of purchase) displays) แต่ละปัจจัยครอบคลุมรายละเอียดดังนี้ สิ่งแวดล้อมภายนอก คือ ลักษณะทางกายภาพของร้านค้า อาทิ ป้ายชื่อร้าน (Marquee) กระดาษด้านนอก (Exterior windows) ที่จอดรถ (Parking) และสิ่งที่อยู่รอบนอก (Surrounding area) เป็นต้น สิ่งแวดล้อมภายในทั่วไป คือ ส่วนประกอบต่างๆ ภายในร้านที่ส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า ครอบคลุมถึงสิ่งที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ รวมทั้งบุคลากรในร้าน อาทิเช่น แสง คนตรี สีภายใน กลิ่น อุณหภูมิ สินค้า จำนวนพนักงาน และกริยาของพนักงานขาย เป็นต้น การวางผัง

ครอบคลุมถึงการจัดพื้นที่ต่างๆ ของร้าน อาทิ ที่ตั้งร้าน การจัดกลุ่มสินค้า การจัดวางพื้นที่ และการจรรยาภายในร้าน เป็นต้น และการจัดแสดงภายใน ครอบคลุมถึงการจัดแสดงสินค้าต่างๆ ภายในร้าน ป้าย สัญลักษณ์ต่างๆ และการตกแต่งผนังร้าน เป็นต้น

4.1.2 แนวคิดการจำแนกสิ่งแวดล้อมของร้านค้าในระดับหลายปัจจัยของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992)

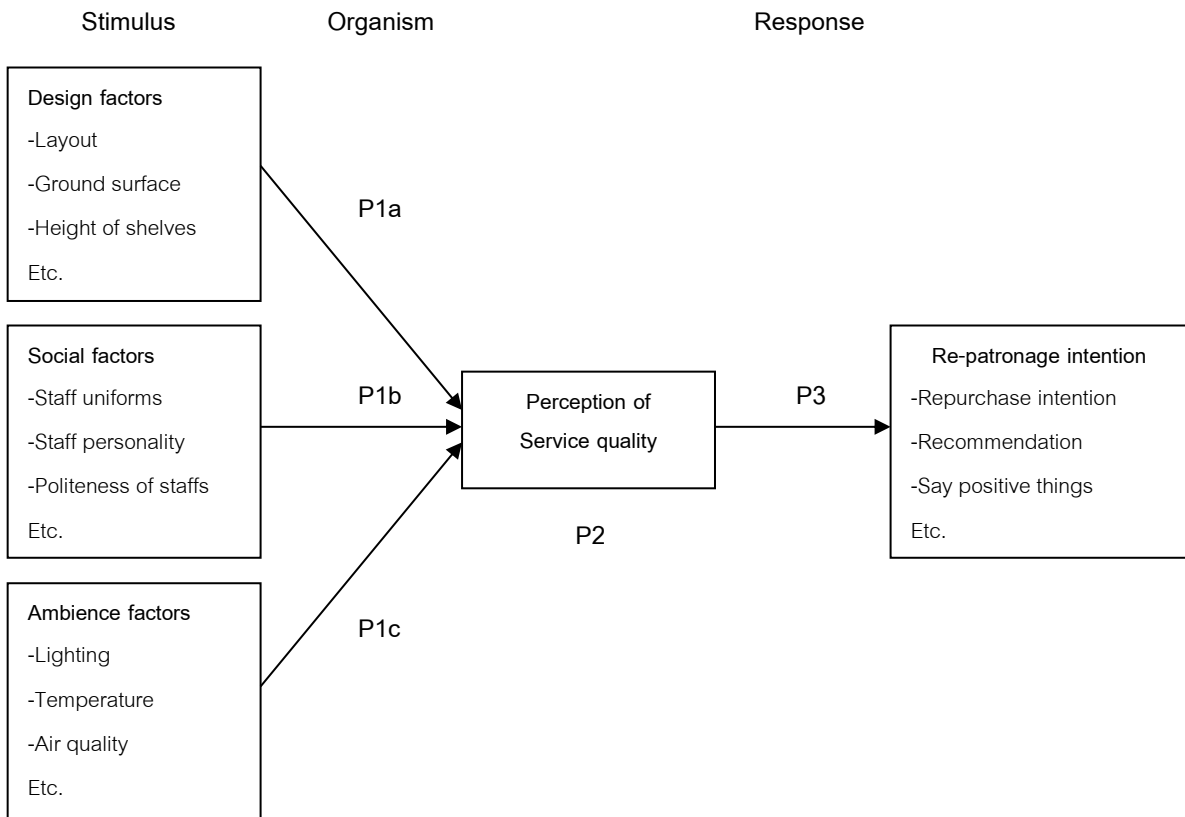
ในปี 1986 Baker ศึกษาผลกระทบของสิ่งแวดล้อมด้านสิ่งแวดล้อมต่อสภาวะทางอารมณ์ โดย Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992) จำแนกปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้า 3 ปัจจัย ดังนี้ คือ ปัจจัยทางสังคมเป็นปัจจัยเกี่ยวกับคนในร้านค้า รวมถึงลูกค้าและพนักงานขาย ในประเด็นจำนวน ประเภท และพฤติกรรมของคน ปัจจัยด้านการออกแบบ คือ ส่วนประกอบของสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่สามารถมองเห็นได้ ประกอบด้วยสิ่งที่เกี่ยวกับการใช้งานและสุนทรียศาสตร์ เช่น สถาปัตยกรรม รูปแบบ และการวางผัง เป็นต้น และปัจจัยภาวะแวดล้อม คือ สิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น อุณหภูมิ กลิ่น เสียง ดนตรี และแสง เป็นต้น อย่างไรก็ตามแนวคิดการจำแนกสิ่งแวดล้อมของร้านค้าในระดับหลายปัจจัยของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992) ไม่ระบุถึงสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายนอกร้านแต่อย่างใด

4.1.3 แนวคิดการจำแนกสิ่งแวดล้อมของร้านค้าระดับหลายปัจจัยของ Bitner (1992)

ในปี 1992 Bitner มีแนวคิดการศึกษาพื้นที่ให้บริการ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าและพนักงาน การศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าของ Bitner (1992) ประกอบด้วย ปัจจัยภาวะแวดล้อม การวางผังร้านและฟังก์ชันของร้าน และเครื่องหมาย สัญลักษณ์ และวัตถุต่างๆ แต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้ ปัจจัยภาวะแวดล้อม คือ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้และการตอบสนองของคนต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลต่อประสาทสัมผัสทั้ง 5 และอาจไม่สามารถมองเห็นได้ อาทิ อุณหภูมิ กลิ่น และแสง เป็นต้น ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งแวดล้อมภายในทั่วไปของ Berman and Evans (1979) และเป็นปัจจัยภาวะแวดล้อมของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992) การวางผังร้านและฟังก์ชันของร้าน โดยการวางผังครอบคลุมถึงการจัดอุปกรณ์และการตกแต่งในร้าน ขนาดของอุปกรณ์ และรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุปกรณ์ สำหรับฟังก์ชันของร้าน มีรายละเอียดเกี่ยวกับความสามารถในการใช้งานของอุปกรณ์ในร้าน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยการวางผังและปัจจัยการจัดแสดงภายในของ Berman และ Evans (1979) และจัดเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านการออกแบบของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992) เครื่องหมาย สัญลักษณ์ และวัตถุต่างๆ เป็นสิ่งที่สื่อสารไปยังลูกค้าและพนักงาน รวมถึงชลาก การบอกทาง และกฎเกณฑ์การปฏิบัติ จัดเป็นส่วนหนึ่งของการจัดแสดงภายใน ของ Berman and Evans (1979) และจัดเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านการออกแบบของ Baker (1986, Cited in Baker et al., 1992) อย่างไรก็ตามการจำแนกปัจจัยสิ่งแวดล้อมของ Bitner (1992) ไม่ได้ระบุถึงคนในร้านค้า รวมทั้งไม่ได้ระบุปัจจัยภายนอกร้านค้า

รูปภาพประกอบ 2

แบบจำลองแนวคิดสิ่งแวดล้อมของร้านค้าสำหรับผู้สูงอายุ



จากแนวคิดสิ่งแวดล้อมของ Baker (1986, Cited in Baker et al.,1992) และการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ Lin and Chiang (2010) พบว่าสัญญาณด้านการออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ สอดคล้องกับ Rajic and Dado (2013) ที่พบว่า การรับรู้บรรยากาศของร้านค้าด้านการออกแบบภายในส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการบริการ และ Baker et al. (2002) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสังคมส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการระหว่างบุคคล สอดคล้องกับ Lin and Chiang (2010) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสังคมส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ รวมทั้ง Lin and Chiang (2010) ยังพบว่า ปัจจัยภาวะแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ เช่นเดียวกับ Rajic and Dado (2013) ที่พบว่าสัญญาณภาวะแวดล้อมต่างๆ ส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการบริการ อย่างไรก็ตาม การศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้สูงอายุยังไม่แพร่หลายนัก คณะผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของร้านค้าตามแบบจำลองแนวคิดในรูปภาพประกอบ 2 ดังนี้

P1a. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านการออกแบบจะมีอิทธิพลต่อระบบการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุ

P1b. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านสังคมจะมีอิทธิพลต่อระบบการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุ

P1c. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านภาวะแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อระบบการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุ

ทั้งนี้การศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านการออกแบบสำหรับลูกค้าผู้สูงอายุ จะทำการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ อาทิ การจัดวางผังร้าน ลักษณะพื้นผิวของร้าน ความสูงของชั้นแสดงสินค้า และความกว้างของช่องทางเดิน เป็นต้น สำหรับการศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านสังคมสำหรับลูกค้าผู้สูงอายุ จะทำการศึกษาในประเด็นทั่วไปและประเด็นที่มุ่งเน้นไปที่ผู้สูงอายุ อาทิ เครื่องแบบของพนักงาน บุคลิกภาพของพนักงาน ความสุภาพ และการให้ความช่วยเหลือของพนักงานที่ต่อผู้สูงอายุ เป็นต้น และการศึกษาปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าด้านภาวะแวดล้อมสำหรับลูกค้าผู้สูงอายุ จะทำการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ อาทิ ความสว่างภายในร้าน อุณหภูมิภายในร้าน การถ่ายเทอากาศภายในร้าน ความดังของเสียงตามสาย และทำนองดนตรี เป็นต้น

4.2 ระบบการประเมินการรับรู้: การรับรู้คุณภาพการบริการ

ระบบการประเมินการรับรู้ (Organism) หรือ สภาวะทางอารมณ์ (Emotional states) ตามหลักการของ Mehrabian and Russell (1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) ประกอบด้วย ความพึงใจ และไม่พึงใจ ถูกกระตุ้นและไม่ถูกกระตุ้น ถูกควบคุม และเป็นอิสระ

ในปี 1992 Bitner ได้ศึกษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าและพนักงาน โดยมีการปรับ M-R model ทั้งนี้ Bitner มองว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมจะส่งผลการตอบสนองภายใน ประกอบด้วย การรับรู้ อารมณ์ และสภาพร่างกาย เช่นเดียวกับ Lam (2001) ซึ่ง Model ของ Bitner (1992) มีความแตกต่างจาก M-R Model คือ ระบบการประเมินการรับรู้ของ M-R Model จะมีเพียงการตอบสนองทางอารมณ์เท่านั้น แต่ Model ของ Bitner (1992) มีทั้งการรับรู้ อารมณ์ และสภาพร่างกาย และใช้การตอบสนองภายใน เป็นตัวแปรกลางแทนสภาวะทางอารมณ์

4.2.1 การรับรู้คุณภาพการบริการ

ตั้งแต่อดีตมีนักวิจัยศึกษาคุณภาพการบริการ (Service quality) หลายคน ทั้งนี้การวัดคุณภาพการบริการ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) สรุปแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ กล่าวคือ การวัดคุณภาพการบริการในมุมมองของผู้บริโภควัดได้ยากกว่าคุณภาพสินค้า และการรับรู้คุณภาพการบริการเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับจริง รวมทั้งการวัดคุณภาพต้องวัดทั้งจากผลลัพธ์ที่รับจากการบริการและกระบวนการส่งมอบการบริการ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) นำเสนอปัจจัยคุณภาพการบริการ 10 ปัจจัย ดังนี้ คือ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง สมรรถนะ การเข้าถึง ความสุภาพ การสื่อสาร ความไว้วางใจ ความปลอดภัย ความเข้าใจ/ความรู้ สิ่งที่ต้องได้

ต่อมา Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) ปรับมาตรวัดคุณภาพการบริการเหลือ 5 ปัจจัย (SERVQUAL) จากเดิมที่มี 10 ปัจจัย ดังนี้ คือ ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ และ สิ่งที่ต้องได้ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1988) ให้คำนิยามของแต่ละปัจจัย ดังนี้ คือ ความเชื่อถือได้ หมายถึง ความสามารถให้บริการตามที่ได้ตกลงไว้อย่างน่าเชื่อถือ และสม่ำเสมอ การตอบสนอง หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า ความมั่นใจ หมายถึง ความรู้ ความสุภาพและความสามารถของพนักงานในการสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า การเอาใจใส่ หมายถึง ความเอาใจใส่ของพนักงานที่มีให้แก่ลูกค้าแต่ละราย สิ่งที่ต้องได้ หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์ รวมทั้งพนักงาน ภายหลังนักวิจัยคนอื่นได้ร่วมกันพัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง อาทิ Parasuraman, Berry and Zeithaml (1991) และ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1994) Dabholkar, Thorpe, and Rentz (1996) มีข้อคิดเห็นที่แตกต่างจาก Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988) โดย Dabholkar, Thorpe, and Rentz (1996) มีมุมมองว่า SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัยนั้น ไม่เหมาะสมสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีก และได้เสนอ

การประเมินคุณภาพการบริการของร้านค้าปลีก 5 ปัจจัย (RSQS) ดังนี้ คือ รูปแบบทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแก้ปัญหา และนโยบาย โดยนำคุณลักษณะบางส่วนมาจาก SERVQUAL และเพิ่มคุณลักษณะอื่นๆ จากการทบทวนวรรณกรรมและการวิจัยเชิงคุณภาพ การใช้คุณภาพการบริการของร้านค้าปลีกจะทำให้แจ่มแจ้งจุดเด่น จุดด้อยของการบริการในระดับแตกต่างกัน สอดคล้องกับ Baker et al. (2002) ที่กล่าวว่าคุณภาพการบริการ นั้น ไม่เหมาะสมสำหรับการบริการของร้านค้าปลีก

ต่อมา Va'zquez, Rodríguez-Del Bosque, Di'az, and Ruiz (2001) ประยุกต์มาตรวัดคุณภาพการบริการสำหรับร้านซูเปอร์มาร์เก็ต ภายหลังการประมวลผลสามารถจัดกลุ่มการวัดคุณภาพบริการได้ 4 ปัจจัย (CALSUPER) ประกอบด้วย รูปแบบทางกายภาพ ความเชื่อถือได้ การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ นโยบาย แต่ละด้านครอบคลุมรายละเอียดดังนี้ คือ รูปแบบทางกายภาพ ครอบคลุมสิ่งที่ปรากฏในร้าน เช่น การตกแต่ง อุปกรณ์ ความสะอาด และแผ่นพับ เป็นต้น และความง่ายและความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า ความเชื่อถือได้ ครอบคลุมการรักษาสัญญาที่ร้านค้ามีต่อลูกค้า รวมทั้งการทำในสิ่งที่ถูกต้อง การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ครอบคลุมการปฏิบัติต่อลูกค้า การสร้างความมั่นใจ ความไว้วางใจได้ และคุณภาพของพนักงาน รวมทั้งความเต็มใจให้บริการลูกค้า และนโยบาย ครอบคลุมความหลากหลายและคุณภาพของสินค้า

ทั้งนี้ มาตรวัดคุณภาพการบริการสำหรับร้านซูเปอร์มาร์เก็ตของ Va'zquez , Rodríguez-Del Bosque, Di'az, and Ruiz (2001) (CALSUPER) ควรนำมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นร้านค้าที่ผู้สูงอายุนิยมเลือกซื้ออาหารสดและสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อเสนอเบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของร้านค้าตามแบบจำลองแนวคิดในรูปภาพประกอบ 2 ดังนี้

P2. การรับรู้คุณภาพการบริการเป็นตัวแปรกลางระหว่างปัจจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้ากับความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้สูงอายุ

4.3 พฤติกรรมการตอบสนอง: ความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง

มนุษย์มีการตอบสนองต่อสถานที่ต่างๆ สองรูปแบบด้วยกัน คือ การเข้าหา (Approach) หรือ การหลีกเลี่ยง (Avoidance) การเข้าหา หมายถึง พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกว่าต้องการไปสถานที่แห่งนั้น เช่น การอยากอยู่ การทำงาน การค้นหา และความผูกพัน (Mehrabian and Russell, 1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) ในปี Spangenberg, Crowley, and Henderson (1996) กล่าวว่าพฤติกรรมการตอบสนอง คือ พฤติกรรมเชิงบวกซึ่งได้รับผลโดยตรงจากสิ่งแวดล้อม เช่น ความต้องการอยู่ในร้านและการเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน สำหรับการหลีกเลี่ยงจะมีความหมายที่ข้ามกัน กล่าวคือ ไม่อยากอยู่ ไม่อยากทำงาน ไม่ค้นหา และไม่ผูกพัน (Mehrabian and Russell, 1974, Cited in Donovan and Rossiter, 1982) อยากออกจากร้าน (Spangenberg et al., 1996)

พฤติกรรมการตอบสนองที่นักวิจัยหลายคนทำการศึกษามีหลากหลายทั้งที่เกิดขึ้นภายในร้าน หรือเกิดขึ้นภายหลัง พฤติกรรมการตอบสนองที่เกิดขึ้นภายในร้าน อาทิ ความสนุกสนาน การสำรวจร้านค้า ความตั้งใจในการใช้จ่ายเงินมากขึ้น (Donovan and Rossiter, 1982) ปริมาณสินค้าที่ลูกค้าซื้อ (Sherman et al., 1997) เวลา จำนวนเงินที่ลูกค้าจ่าย (Donovan et al., 1994; Sherman et al., 1997) การซื้อโดยอาศัยแรงกระตุ้น (Chen and Hsieh, 2011) และพฤติกรรมการตอบสนองที่เกิดขึ้นภายหลัง อาทิ ความชอบที่มีต่อร้านค้า (Sherman et al., 1997) การบอกปากต่อปาก (Chen and Hsieh, 2011; Chang et al., 2015) ความตั้งใจอุปถัมภ์ร้านค้า (Chang et al., 2015) ความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาอีก (Chen and Hsieh, 2011) เป็นต้น

ทั้งนี้งานวิจัยในอดีตโดย Lee et al. (2009) พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการอุปถัมภ์ร้านค้า สอดคล้องกับ Nisco and Warnaby (2013) ที่พบว่าคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับ

ความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง และ Lee and Yang (2013) ที่พบว่า คุณภาพการบริการระหว่างบุคคล และคุณภาพการบริการของเทคโนโลยีสำหรับการบริการตนเองมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจอุปถัมภ์ร้านค้า รวมทั้ง Li et al. (2013) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ อย่างไรก็ตาม การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องโดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ผู้สูงอายุยังไม่ปรากฏ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงเสนอข้อเสนอบื้องต้นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของร้านค้าตามแบบจำลองแนวคิดในรูปภาพประกอบ 2 ดังนี้

P3. การรับรู้คุณภาพการบริการเชิงบวกจะนำมาซึ่งความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้สูงอายุ

4.4 สิ่งแวดล้อมของร้านค้า การประเมินการรับรู้ และพฤติกรรมตอบสนองของลูกค้าผู้สูงอายุ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยที่ได้ประยุกต์ S-O-R Model กับลูกค้าผู้สูงอายุอย่างมาก

มีเพียง Teller et al. (2013) ได้ทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่า อายุของลูกค้าผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลให้บทบาทของคุณลักษณะของร้านค้า อันประกอบไปด้วย การเข้าถึงร้านค้า สินค้าในร้านค้า ราคาและคุณลักษณะของสินค้า และบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมของร้านค้า มีความหลากหลาย ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับร้านค้าแตกต่างกัน ทั้งนี้ งานวิจัยของ Teller et al. (2013) พบว่าการรับรู้ด้านวัยของผู้สูงอายุมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการรับรู้ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจในร้านค้า และจะส่งผลต่อความอุปถัมภ์ร้านค้าในที่สุด รวมทั้งยัง ผู้สูงอายุรับรู้ความสูงอายุก่อนตนเองมากเท่าไร ผลกระทบของสิ่งกระตุ้นด้านสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่มีต่อความรู้สึกของลูกค้าผู้สูงอายุจะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

5. ข้อเสนอแนะทางการวิจัย

การศึกษาสิ่งแวดล้อมของร้านค้าอาจมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากที่ระบุไว้ เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับสินค้าโดยตรง รวมทั้งระบบการประเมินการรับรู้ อาจศึกษาการรับรู้ด้านอื่นนอกเหนือจากการรับรู้คุณภาพการบริการ เช่น การรับรู้คุณภาพสินค้า การรับรู้ภาพลักษณ์ของร้านค้า และการรับรู้ด้านราคา เป็นต้น สำหรับพฤติกรรมตอบสนองของลูกค้าผู้สูงอายุอาจทำการศึกษาการตอบสนองภายหลังอื่นๆ เช่น การตัดสินใจเป็นสมาชิกของร้าน การเข้าร่วมรายการส่งเสริมการขายระยะยาว และการซื้อบัตรของขวัญของร้านค้า เป็นต้น รวมถึงผลกระทบสิ่งแวดล้อมของร้านค้ากับความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องโดยไม่ผ่านระบบการประเมินการรับรู้เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ควรศึกษา

6. บทสรุป

แบบจำลองแนวคิดการศึกษากิจกรรมของสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่องของลูกค้าผู้สูงอายุผ่านการรับรู้คุณภาพการบริการ เป็นแบบจำลองที่มีกรอบแนวคิดมาจาก S-O-R Model ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่นักจิตวิทยาสิ่งแวดล้อมนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ ในอดีตมีนักวิจัยได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการรับรู้คุณภาพการบริการ และพบว่าสัญญาณด้านการออกแบบส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ (Lin and Chiang, 2010) สอดคล้องกับ Rajic and Dado (2013) ที่พบว่า การรับรู้บรรยากาศของร้านค้าด้านการออกแบบภายในส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการบริการ อีกทั้ง Lin and Chiang (2010) พบว่าปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยภาวะแวดล้อมส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพการบริการ เช่นเดียวกับ Rajic and Dado (2013) ที่พบว่าสัญญาณแวดล้อมต่างๆ ในร้านขายของชำส่งผลต่อการประเมินคุณภาพการบริการ สำหรับความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการกับความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง มีนักวิจัยหลายคนได้ทำการศึกษาและผลออกมาในทิศทางเดียวกัน อาทิ Lee et al. (2009) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจในการอุปถัมภ์ร้านค้า สอดคล้องกับ Nisco and Wamaby (2013) พบว่า คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับ

ความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น อย่างไรก็ตามแบบจำลองแนวคิดสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจอุปถัมภ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าผู้สูงอายุยังมีผู้วิจัยนำมาประยุกต์ใช้ไม่มากนัก ทั้งนี้แบบจำลองแนวคิดในบทความนี้คงเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการวิจัยสิ่งแวดล้อมของร้านค้าที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุ และนักวิจัยสามารถนำไปประยุกต์เพื่อศึกษาในประเด็นอื่นๆ ที่กล่าวไว้ในข้อเสนอแนะทางการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (ม.ป.ป). *หลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนรับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ, คนพิการ, ผู้ป่วยเอดส์หรือโรคภูมิคุ้มกันบกพร่อง ขึ้นทะเบียนรับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ*. ค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2559, จาก https://www.m-society.go.th/ewt_news.php?nid=15283
- ปราณีดา ศยามานนท์. (2558). *สังคมผู้สูงอายุ... โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ*. ค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2559 จาก, <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/634868>.
- วารวรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และอนุสรณ์ จันดาแสง. (2558). การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 21(1), 179-188.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2556). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2556*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559, จาก <http://thaitgri.org/?p=36172>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2557. *รายงานเชิงวิเคราะห์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้อินเตอร์เน็ตของผู้สูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559 จาก, <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/files/elderlyInternet57.pdf>.
- ศิริรัตน์ อ่อนดี. (2558). *พฤติกรรมของผู้สูงอายุ*. ค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2559 จาก, http://region4.prd.go.th/ewt_news.php?nid=66887&filename=index
- เยาวภา จันททรัพย์ และกาญจนา สุคันธสิริกุล. (2559). ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ และการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 8(1), 47-58.
- Baker, J. (1986). The role of the environment in marketing services: The consumer perspective, Cited in Baker, J., Levy, M. and Grewal, D. (1992). An experimental approach to making retail store environmental decisions. *Journal of Retailing*, 68(4), 445-460.
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The influence of store environment on quality inferences and store image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328-339.
- Baker, J., Parasuraman, A., Grewal, D., & Voss, G. B. (2002). The Influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of Marketing*, 66, 120-141.
- Beneke, J., Frey, N., Chapman, R., Mashaba, N., & Howie, T. (2011). The grey awakening: a South African perspective. *Journal of Consumer Marketing*, 28(2), 114-124.
- Berman, B. & Evans, J. R. (1979). *Retailing management: A strategic approach*. New York: Macmillan.
- Bitner, M. J. (1992). Services capes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 36, 57-71.

- Briesch, R.A., Chintagunta, P.K. & Fox, E.J. (2009). How does assortment affect grocery store choice?. *Journal of Marketing Research*, XLVI (April 2009), 176–189
- Chang, H. J., Cho, H. J., Turner, T., Gupta, M., & Watchravesringkan, K. (2015). Effects of store attributes on retail patronage behaviors. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(2), 136-153.
- Chen, H. S. & Hsieh, T. (2011). The effect of atmosphere on customer perceptions and customer behavior responses in chain store supermarkets. *African Journal of Business Management*, 5(24), 10054-10066.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Donovan, R. J., & Rossiter, R. R. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34-57.
- Donovan, R. J., Rossiter, R. R., Marcoolyn, F., & Nesdale, A. (1994). Store atmosphere and purchasing behavior. *Journal of Retailing*, 70(3), 283-294.
- Economic Intelligence Center. (2015). *เจาะธุรกิจงานรับสังคมผู้สูงอายุ*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559 จาก, <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1675>
- Grewal, D., Roggeveen, A.L., Puccinelli, N.M. & Spence, C. (2014). Retail Atmospherics and In-Store Nonverbal Cues: An Introduction, *Journal of Psychology and Marketing*. 31(7), 469–471.
- Ha, J., & Jang, S. C. (2012). The Effects of dining atmospherics on behavioral intentions through quality perception, *Journal of Services Marketing*. 26(3), 204-215.
- Hillery, J. J., Kang, J., & Tuan, W. J. (1997). The difference between elderly consumers' satisfaction levels and retail sales personnel's perceptions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 25(4), 126-137.
- Hooper, F., & Coughlan, J. (2013). The servicescape as an antecedent to service quality and behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 27(4), 271–280.
- Huber, B. (2005). *Implementing the madrid plan of action on ageing*. Retrieved July 18, 2016, from http://www.un.org/esa/population/meetings/EGMPopAge/EGMPopAge_21_RHuber.pdf.
- Kolter, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. Cited in Turley, L.W. and Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behaviour: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49 (2), 193-211.
- Lam, S. Y. (2001). The effects of store environment on shopping behaviors: a critical review. *Journal of Advances in Consumer Research*, 28, 190-197.
- Lee, H. J., Fairhurst, A. E., & Lee, M. Y. (2009). The importance of self-service kiosks in developing consumers' retail patronage intentions. *Journal of Managing Service Quality*, 19(6), 687–701.
- Lee, H. J. & Yang, K. (2013). Interpersonal service quality, self-service technology (SST) service quality, and retail patronage. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 20 (2013), 51–57.

- Leventhal, R. C. (1997). Aging consumers and their effects on the marketplace. *Journal of Consumer Marketing*, 14(4), 276-281.
- Li, M., Choi, T. Y., Rabinovich, E., & Crawford, A. (2013). Self-service operations at retail stores: The role of inter-customer interactions. *Journal of Production and Operations Management*, 22(4), 888-914.
- Lin, M. Q. & Chiang, Y. F. (2010). The influence of store environment on perceived experiential value and behavior intention. *Journal of Asia Pacific Management Review*, 15(2), 281-299.
- Lu, Y. & Seock, Y. K. (2008). The influence of grey consumers' service quality perception on satisfaction and store loyalty behavior. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(11), 901-918.
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). An approach to environmental psychology. Cited in Donovan, R. J., & Rossiter, R. R. (1982). Store atmosphere: An environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58(1), 34-57.
- Mehta, R., Sharma, N. K., & Swami, S. (2013). The impact of perceived crowding on consumers' store patronage intentions: Role of optimal stimulation level and shopping motivation. *Journal of Marketing Management*, 29(7-8), 812-835.
- Meneely, L., Burns, A., & Strugnell, C. (2009). Age associated changes in older consumers retail behavior. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 37(12), 1041-1056.
- Milliman, R. E. (1982). Using background music to affect the behavior of supermarket shoppers. *Journal of marketing*, 46, 86-91.
- Molina, A., Martin, V. J., Santos, J., & Aranda, E. (2009). Consumer service and loyalty in Spanish grocery store retailing: An empirical study. *International Journal of Consumer Studies*, 33, 477-485.
- Moschis, G., Curasi, C., & Bellenger, D. (2004). Patronage motives of mature consumers in the selection of food and grocery stores. *Journal of Consumer Marketing*, 21(2), 123-133.
- Moschis, G. P., & Bovell, L. (2013). Marketing pharmaceutical and cosmetic products to the mature market. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 7(4), 357-373.
- Nisco, A. D., & Warnaby, G. (2013). Shopping in downtown: The effect of urban environment on service quality perception and behavioural intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(9), 654-670.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL scale. Cited in Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of retailing*, 70(3), 201-230.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: a comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of retailing*, 70(3), 201-230.
- Rajic, T. & Dado, J. (2013). Modelling the relationships among retail atmospherics, service quality, satisfaction and customer behavioral intentions in an emerging economy context. *Journal of Total Quality Management*, 24(9), 1096-1110.
- Raphaëlle, L.P., & Gilles, L. (2010). Why do older consumers buy older brands? The role of attachment and ideclining innovativeness. *Journal of Marketing*, 74(5), 104-121.
- Ray, I., & Chiagouris, L. (2009). Customer retention: Examining the roles of store affect and store loyalty as mediators in the management of retail strategies. *Journal of Strategic Management*, 17(1), 1-20.
- Sherman, E., Mathur, A., & Smith, R. B. (1997) Store environment and consumer purchase behavior: mediating role of consumer emotions. *Journal of Psychology & Marketing*, 14(4), 361-378.
- Spangenberg, E. R., Crowley, A. E., & Henderson, P. W. (1996). Improving the store environment: Do factory cues affect evaluations and behaviors?. *Journal of Marketing*, 60, 67-60.
- Teller, C., Gittenberger, E., & Schnedlitz, P. (2013). Cognitive age and grocery-store patronage by elderly shoppers. *Journal of Marketing Management*, 29(3-4), 317-337.
- Thang, D. C. L., & Tan, B. L. B. (2003). Linking consumer perception to preference of retail stores: an empirical assessment of the multi-attributes of store image. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10, 193-200.
- Turley, L. W., & Chebat, J. C. (2002). Linking retail strategy, atmospheric design and shopping behaviour. *Journal of Marketing Management*, 18, 125-144.
- Turley, L. W., & Milliman, R. E. (2000). Atmospheric effects on shopping behaviour: A review of the experimental evidence. *Journal of Business Research*, 49(2), 193-211.
- Va´zquez, R., Rodríguez-Del Bosque, I. A., Díaz, A. M., & Ruiz, A. V. (2001). Service quality in supermarket retailing: identifying critical service experiences. *Journal of retailing and consumer services*, 8(1), 1-14.
- Vida, I. (2008). The impact of atmospherics on consumer behaviour: The case of the music fit in retail stores. *Journal of Economic and Business Review*, 10(1), 21-35.
- World Health Organization. (2015). *Ageing and health*. Retrieved July 18, 2016, from <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs404/en/>.
- Yin, Y., Pei, E., & Ranchhod, A. (2013). The shopping experience of older supermarket Consumers. *Journal of Enterprise Information Management*, 26(4), 444 – 471.

การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย

The Development of Accounting System on Manufacturing and Sales OTOP
Group of Villagers, Wang Saphung District, Loei Province

เมชยา ทำพิมาย

Mechaya srinongkung

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการปฏิบัติการทางบัญชี พัฒนาระบบบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป และ 2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีที่ถูกต้อง โดยใช้เครื่องมือผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย จำนวน 20 กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาด้านการบัญชี กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเกิดปัญหาภายในกลุ่ม โดยด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านความรู้ความสามารถ ด้านความร่วมมือและประสานงาน และด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี ส่วนความต้องการแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชี ชาวบ้านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชี ในด้านระบบการผลิตและการเบิกจ่ายวัตถุดิบ ระบบการซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ ระบบการขายสินค้า และระบบการเงิน – การจ่ายเงิน จากการอบรมการพัฒนาระบบบัญชีให้กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการทดสอบวัดความรู้ก่อน และหลังการอบรม เพื่อให้ทราบถึงผลของความรู้ความเข้าใจและนำไปปฏิบัติแก่ผู้เข้าร่วมอบรม พบว่า มีคะแนนหลังอบรม สูงขึ้นกว่าก่อนอบรม ซึ่งหมายถึงผู้เข้าร่วมอบรมเกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถปฏิบัติตามระบบบัญชีที่ผู้วิจัยได้พัฒนาระบบบัญชีได้ หลังจากที่มีการอบรมการพัฒนาระบบบัญชีแล้ว

คำสำคัญ : การพัฒนาระบบบัญชี

Abstract

The research purposes were 1) to investigate the problems and obstacles of the accounting operation in order to develop the accounting system which is Generally Accepted Accounting Principles: GAAP, and 2) to determine the guidelines of the correct accounting system. The mixed methodology between quantitative and qualitative research entitled, the research sample consisted of 20 groups of the local producers who are villagers, manufacturing and sale the One Tambol One Product (OTOP) in Wang Saphung district, Loei province. The research findings were revealed as follows:

The problem in accounting of villager group who manufactures and sales the OTOP in Wang Saphung district, Loei province were obviously found that the internal problem was occurred in terms of the tools for the work operation, the abilities, the cooperation and coordination, documents and accounting methods. For the need of guidelines for accounting system development, the manufacturers' opinion about the guidelines to develop the accounting system, manufacturing system, disbursement of raw materials, purchase of raw materials system and packaging, and merchandise system, and the payment and disbursement system which group of villagers were needed. The group of villagers manufacturing and sale the OTOP in Wang Saphung district, Loei province were trained about the accounting system development, the pre-test and post-test were conducted with the participants to obtain their understanding and applied the result to improve them. The result showed that after the training, the participants gained higher scores more than pre-training. This implied that the training participants understood thoroughly and could operate the accounting system after training.

Keyword : Accounting Systems

1. บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 – 2554) ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสังคมที่มีความสุขอย่างยั่งยืน ด้วย 5 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การมุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา และการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนนั้น รัฐได้ให้ความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นที่จะแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในชนบท ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานในระดับล่างให้เข้มแข็ง โดยจัดให้มีโครงการต่างๆ หลายโครงการเพื่อแก้ปัญหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : OTOP เป็นนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลโครงการหนึ่ง ที่มุ่งเน้นในการแก้ไขปัญหาความยากจนในระดับฐานราก ซึ่งเริ่มดำเนินโครงการมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2544 โดยการผลิตสินค้าหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ถือเป็น การบูรณาการภูมิปัญญาเดิมแล้วต่อยอดด้วยวิทยาการสมัยใหม่ ทำให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเน้นการส่งเสริมให้สินค้าจากโครงการนี้ได้มีโอกาสขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ จึงได้จัดให้มีโครงการการคัดสรรสุดยอด

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย หรือ OTOP Product Champion (OPC) สนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานที่เพียงพอ ซึ่งจะเป็นแนวทางการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่ระดับสากล (Local Links Global Reaches) ดังนั้นในปี พ.ศ. 2549 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ) ซึ่งได้มอบหมายให้คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับภูมิภาค ดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเน้น “คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานที่กำหนดเป็นสำคัญ” (คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2549 : 3)

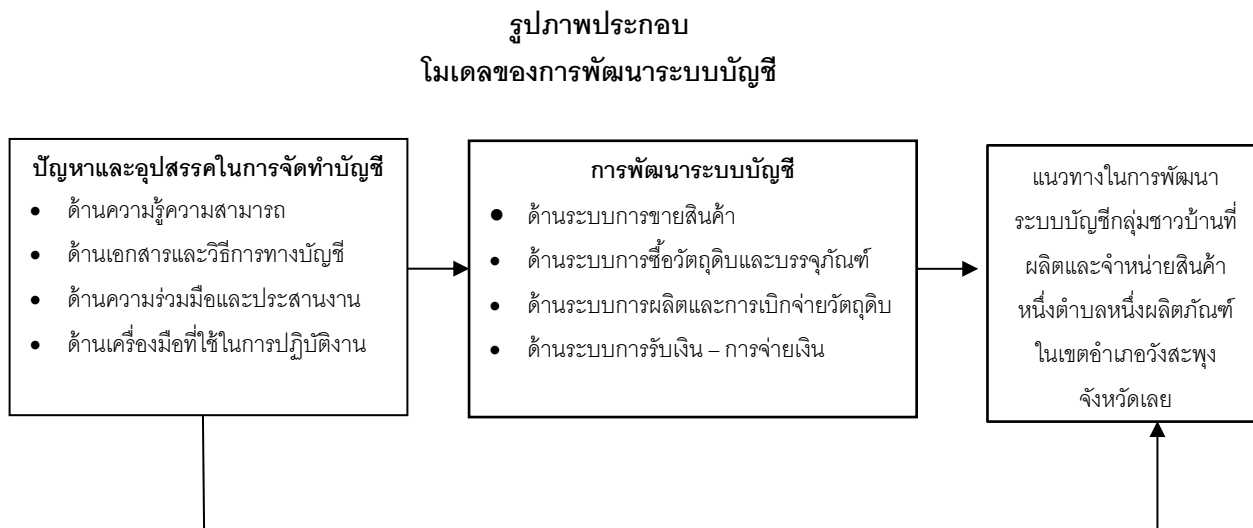
จังหวัดเลย แบ่งการปกครองออกเป็น 14 อำเภอ 89 ตำบลเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้มีการสนับสนุนให้ท้องถิ่นจัดทำสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยในแต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์อย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมีการกำหนดให้ผลิต ผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นวัฒนธรรมประเพณี ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลนั้น ซึ่งแนวคิดของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ถือเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิด การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชน และพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้ได้มาตรฐานตรงกับความ ต้องการของตลาดสากล อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนฐานล่างมีความเข้มแข็ง และก่อให้เกิดการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ สากล การผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับใน ระดับสากล พึ่งตนเองและคิด อย่างสร้างสรรค์ นั้น สามารถทำความเข้าใจให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเสริมสร้างกิจกรรม ที่อาศัยศักยภาพความรู้ความสามารถของท้องถิ่น การสร้างทรัพยากรมนุษย์ ในปี พ.ศ. 2559 จังหวัดเลยมีสินค้า สำคัญประจำจังหวัด ได้แก่ กระชายดำ กระชายดำแปรรูป มะพร้าวแก้ว ผ้าหม่นนม มะขามหวาน ข้าวนางเล็ด น้ำผักสะท้อน หน้ากากผีตาโชน กล้วยฉาบ เครื่องจักสานไม้ไผ่ ผ้าทอพื้นบ้าน พืชผักเมืองหนาว ไม้ดอกไม้ประดับ ไม้กวาดดอกหญ้า ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากหอย พันธ์ไม้ผล ข้าวโพด ถั่วเหลือง กล้วย ปลาในกระชัง ลำไย สุราแช่ (สาโท) มะม่วงดอง ขาโบทหม่อน และ ส้มเขียวหวาน เป็นต้น (หอการค้าจังหวัดเลย, 2557 : 1) การจัดทำโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงทำให้หมู่บ้านมีการผลิต ผลิตภัณฑ์หลักขึ้นมา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น เป็นการลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น และเป็น แนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ในพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และโครงการนี้ได้มุ่งเน้นเพียง 3 ด้านเท่านั้น คือ ด้านการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมช่องทางทางการจำหน่าย และการตลาด (กิตติ ลิ้มสกุล, 2544 : 1)

จากข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามแนวพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชและได้มุ่งเน้น 3 ด้าน โดยไม่ได้กล่าวถึงการมุ่งเน้นทางด้านระบบ บัญชี ทั้งที่ระบบบัญชีนั้นเป็นด้านที่สำคัญในการดำรงอยู่ของกิจการ เพราะจะทำให้กลุ่มชาวบ้านได้ทราบถึงต้นทุน ในการผลิตและผลกำไรของสินค้าที่ผลิตออกจำหน่าย นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงฐานะทางการเงิน รวมถึงนโยบาย การบริหารกิจการ ทิศทางและความเสี่ยงของการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย และพื้นที่อำเภอวังสะพุงซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งใน จังหวัดเลย ที่ได้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก รวม 57 กลุ่มอาชีพ มีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายของแต่ละกลุ่มอาชีพอยู่แล้วตามความเข้าใจของตนเอง โดยไม่ได้นำหลักการบัญชี ที่ถูกต้องมาใช้ให้เป็นระบบ ถึงแม้อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลยจะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงกับ นักท่องเที่ยว แต่อำเภอวังสะพุงเป็นเส้นทางที่สามารถผ่านไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดเลย เช่น อำเภอ เชียงคาน อำเภอด่านซ้าย อำเภอภูเรือ และอำเภอท่าวาสซึ่งเป็นประตูสู่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งในปัจจุบันสามารถเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวไปถึงเมืองมรดกโลกอย่างหลวงพระบางได้โดยสะดวก นักท่องเที่ยว สามารถจอดรถแวะพักเข้าห้องน้ำ ชมและซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากชาวบ้านได้ที่อำเภอวังสะพุงที่มี

การผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งเที่ยวไปและเที่ยวกลับ โดยที่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย จะมีการจัดทำบัญชีที่แตกต่างกันตามความเข้าใจ และความสะดวกของตนเอง อีกทั้งการรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่ยังไม่ครอบคลุมถึงต้นทุน เช่น ค่าขนส่ง ค่าเสื่อมราคา ในสินทรัพย์ที่เกี่ยวข้อง ค่าแรงงานของตนเองและคนในครอบครัว ฯลฯ ยังไม่มีการนำเข้ามาคำนวณในส่วนต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดราคาขายอย่างเหมาะสม (หอการค้าจังหวัดเลย, 2557 : 1) งานวิจัยนี้จึงต้องการศึกษาการปฏิบัติการทางการเงินบัญชี ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และข้อเสนอแนะที่ต้องการให้รัฐบาลช่วยสนับสนุน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างเสริมศักยภาพของการดำเนินกิจการของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขต อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาระบบบัญชีเพื่อให้มีความถูกต้อง ศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากระบบงานด้านบัญชีที่มีอยู่เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เพื่อนำผลการศึกษานั้นไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาระบบบัญชีที่ถูกต้องสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย และกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี รวมถึงการพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย โดยมีกรอบแนวคิด ดังนี้



2.1 ปัญหและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี (Problems and obstacles in conducting the account)

ปัญหและอุปสรรคในการจัดทำบัญชี มีดังนี้ (ยุพรัตน์ อิมพิทักษ์, 2557 : 15)

2.1.1 ด้านความรู้ความสามารถ เป็นความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง และสามารถจัดทำบัญชีเป็นประจำทุกวัน เช่น บันทึกเมื่อเกิดค่าใช้จ่าย บันทึกเมื่อเกิดรายได้ ให้เป็นปัจจุบัน

2.1.2 ด้านเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี เป็นการบันทึกหรือเอกสารใด ๆ ที่ใช้เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี เช่น ใบกำกับสินค้า ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญรับเงิน ใบสำคัญจ่ายเงิน เป็นต้น

2.1.3 ด้านความร่วมมือและประสานงาน เป็นการได้รับความร่วมมือในการจัดบัญชีและเก็บเอกสารหลักฐานสำคัญรวมถึงการให้ข้อมูลทางด้านการบัญชี มีระบบผังการเดินเอกสารสำคัญให้เป็นแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

2.1.4 ด้านเครื่องมือเครื่องใช้ในการปฏิบัติงาน เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกบัญชี เช่น สมุดบัญชี ปากกา คอมพิวเตอร์ และมีความพร้อมของอุปกรณ์ในการจัดทำบัญชี เพื่ออำนวยความสะดวกเพื่อจัดทำบัญชี เช่น แฟ้มเก็บเอกสาร โต๊ะนั่งทำงาน และอุปกรณ์สำนักงานอื่น ๆ เป็นต้น

2.2 การพัฒนาระบบบัญชี (Accounting Systems)

ระบบบัญชีที่เหมาะสมกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีดังนี้ (กุสุมา คำพิทักษ์, และคณะ, 2552 : 7) ประกอบด้วย

2.2.1 ระบบการขายสินค้า เมื่อผู้ประกอบการจะทำการขายสินค้า กระบวนการขายจะเริ่มจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าหรือพนักงานขาย (กรณีขายหน้าร้านจะเช็คจำนวนสินค้าในร้านแล้วแจ้งยอดความต้องการ) จากนั้นจะดำเนินการจัดทำใบส่งของเพื่อบันทึกข้อมูลการจัดส่งของให้ลูกค้ารายต่างๆ ว่ามีจำนวนเท่าใด ซึ่งในระบบคอมพิวเตอร์จะทำการสรุปยอดของสินค้าคงเหลือและบันทึกบัญชีให้ทันทีที่จัดทำใบส่งของ (ไม่ต้องบันทึกข้อมูลเพิ่มเติมอีก) และดำเนินการส่งของให้ลูกค้า จัดเก็บใบส่งของไว้เป็นหลักฐานประกอบการบันทึกบัญชี

2.2.2 ระบบการซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ การจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ควรได้มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า เพื่อประมาณจำนวนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการใช้ วัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีสินค้าคงเหลือ เมื่อประมาณจำนวนได้ให้ตรวจสอบยอดคงเหลือในสต็อก แล้วจึงดำเนินการสั่งซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เท่าที่จำเป็น เมื่อผู้ขายนำวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์มาส่ง หรือเมื่อซื้อวัตถุดิบหรือบรรจุภัณฑ์มาจากร้านค้า จะทำการตรวจสอบว่าถูกต้องหรือไม่ หากถูกต้องก็จะบันทึกกับของเข้าในระบบบัญชีคอมพิวเตอร์

2.2.3 ระบบการผลิตและการเบิกจ่ายวัตถุดิบเมื่อจะทำการผลิตสินค้า ผู้ประกอบการจะเบิกวัตถุดิบตามสูตร การผลิต โดยจะบันทึกเข้าในคอมพิวเตอร์ เมื่อผลิต ป้อนข้อมูลปริมาณการผลิตเข้าเครื่อง ระบบจะทำการคำนวณปริมาณวัตถุดิบชนิดต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตแต่ละครั้ง และเบิกวัตถุดิบ โดยสรุปยอดวัตถุดิบตามจำนวนที่เบิกไปใช้ และจะตั้งפקไว้ที่งานระหว่างทำ หลังจากผลิตเสร็จ ผู้ประกอบการจะป้อนข้อมูลจำนวนสินค้าที่ผลิตได้ และค่าใช้จ่ายประมาณการในกระบวนการผลิตเพื่อคำนวณต้นทุนของสินค้าที่ผลิตได้

2.2.4 ระบบการรับเงิน – การจ่ายเงิน

2.2.4.1 ระบบการรับเงิน การรับเงินของกลุ่มผลิตสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ได้จากการขายสินค้าเป็นเงินสด (ซึ่งจะรวมอยู่ในระบบบัญชีขาย) และรับเงินจากลูกค้าในการรับเงินจากลูกค้า โดยปกติจะมีการแจ้งยอดเรียกเก็บเงินจากลูกค้า ซึ่งควรจะได้มีการตรวจสอบกับยอดคงเหลือในบัญชีลูกค้าว่าจำนวนที่จะต้องรับชำระหนี้เป็นจำนวนที่ถูกต้องหรือไม่ เมื่อได้เรียกเก็บเงินจากลูกค้าแล้ว เมื่อลูกค้านำเงินมาชำระก็จะเปรียบเทียบกับยอดที่เรียกเก็บเงิน ออกใบเสร็จรับเงิน (ใบรับเงิน) เป็นหลักฐาน และบันทึกลงในระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ กระบวนการรับชำระหนี้

2.2.4.2 ระบบการจ่ายชำระหนี้ จะคล้ายกับการรับชำระหนี้ โดยผู้ขายจะเป็นผู้ วางบิลหรือแจ้งยอดว่าจะต้องชำระหนี้จำนวนเท่าใด ผู้ประกอบการควรจะตรวจสอบยอดค้างชำระกับยอดคงเหลือในบัญชีถูกต้องหรือไม่ โดยผู้ชำระหนี้จะได้รับใบเสร็จรับเงินหรือบิลเงินสด จากผู้ขายเป็นหลักฐานการจ่ายชำระหนี้ และประกอบการบันทึกบัญชี

2.2.4.3 ระบบการรับและจ่ายเงินอื่น ๆ เป็นการรับเงินนอกเหนือจากรับชำระหนี้ เช่น รับดอกเบี้ย รั้งเงินทุนจากสมาชิกกลุ่ม ส่วนกระบวนการจ่ายเงินอื่น ๆ เป็นการจ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าน้ำ ค่าแก๊ส ค่าแรงงาน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย โดยแบ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามแผนวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากร ได้แก่ ประธานกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย จำนวน 57 กลุ่ม ซึ่งได้มีการวางแผนการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการเก็บข้อมูล 2 แบบ ได้แก่

3.1.1 แจกแบบสอบถาม เพื่อสอบถามสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค และการพัฒนาระบบบัญชี โดยมีการวัดผล โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่างในการแจกแบบสอบถาม คือ กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย จำนวน 20 กลุ่ม เนื่องจากบางกลุ่มเพิ่งดำเนินการตั้งกลุ่มยังไม่ทราบปัญหา ไม่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบบัญชีของกลุ่มได้ จึงต้องใช้วิธี การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกจากประธานกลุ่มที่มีการทำงานร่วมกับกลุ่มมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 20 กลุ่ม ๆ ละ 1 คน รวม 20 คน และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือต่องานวิจัยเพิ่มขึ้น ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับสมาชิกภายในกลุ่มทั้ง 20 กลุ่ม ๆ ละ 2 คน รวม 40 คน ดังนั้นรวมกลุ่มตัวอย่างที่ต้องแจกแบบสอบถามทั้งหมด 60 คน

3.1.2 แบบสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์ถึงประเด็นความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบัญชี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การสัมภาษณ์และอบรม คือ กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มเดียวกันกับที่แจกแบบสอบถาม สัมภาษณ์เฉพาะประธานกลุ่ม จำนวน 20 กลุ่ม ๆ ละ 1 คน รวมทั้งหมด 20 คน

3.2 กระบวนการจัดอบรม

หลังจากมีการเก็บรวบรวมข้อมูลพบปัญหาและอุปสรรคผู้วิจัยจึงได้มีการอบรมการจัดทำระบบบัญชีที่เหมาะสมให้กับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย โดยมีการดำเนินงานดังนี้

3.2.1 ทดสอบก่อนการอบรม

3.2.2 แนะนำศัพท์ทางการบัญชีและหลักการเบื้องต้นเกี่ยวกับระบบบัญชี

3.2.3 อบรมการการจัดทำระบบบัญชีที่เหมาะสมกับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย

3.2.4 แบ่งกลุ่มฝึกปฏิบัติ

3.2.5 ทดสอบหลังการอบรม

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการวัดค่าด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์เรื่องของปัญหาและอุปสรรค และการพัฒนาระบบบัญชี และใช้สถิติ Paired t-tests ในการทดสอบความรู้ก่อนและหลังการอบรม

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงความคิดเห็นต่อระดับการเกิดปัญหาภายในกลุ่มของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย โดยรวม

ความคิดเห็นต่อระดับการเกิดปัญหาภายในกลุ่มของกลุ่ม ชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. ด้านความรู้ความสามารถ	4.56	0.65	มากที่สุด
2. ด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี	4.43	0.75	มาก
3. ด้านความร่วมมือและประสานงาน	4.49	0.69	มาก
4. ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน	4.51	0.68	มากที่สุด
โดยรวม	4.50	0.69	มากที่สุด

* $\bar{X} = 4.50 - 5.00$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเกิดปัญหาภายในกลุ่มโดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D.=0.69) เมื่อพิจารณาทางด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ ด้านความรู้ความสามารถ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D.=0.65) รองลงมาได้แก่ ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D.=0.68) และด้านที่มีระดับ มาก เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านความร่วมมือและประสานงาน ($\bar{X} = 4.49$, S.D.=0.69) และด้านเอกสารและวิธีการทาง บัญชี ($\bar{X} = 4.43$, S.D.=0.75)

ตาราง 2 แสดงความคิดเห็นต่อระดับความต้องการแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชี ของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลยโดยรวม

แสดงความคิดเห็นต่อระดับความต้องการแนวทางใน การพัฒนาระบบบัญชี ของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่าย สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
1. แนวทางในการพัฒนาระบบการขายสินค้า	4.54	0.74	มากที่สุด
2. แนวทางในการพัฒนาระบบการซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์	4.60	0.68	มากที่สุด
3. แนวทางในการพัฒนาระบบการผลิตและการเบิกจ่ายวัตถุดิบ	4.61	0.74	มากที่สุด
4. แนวทางในการพัฒนาระบบการรับเงิน – การจ่ายเงิน	4.51	0.68	มากที่สุด
โดยรวม	4.56	0.71	มากที่สุด

* $\bar{X} = 4.50 - 5.00$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความต้องการแนวทางในการพัฒนาระบบบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุดทุกข้อ ($\bar{X} = 4.56, S.D.=0.71$) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แนวทางในการพัฒนาระบบการผลิตและการเบิกจ่ายวัตถุดิบ ($\bar{X} = 4.61, S.D.=0.74$) รองลงมา แนวทางในการพัฒนาระบบการซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ วัตถุดิบ ($\bar{X} = 4.60, S.D.=0.68$) และแนวทางในการพัฒนาระบบการขายสินค้า ($\bar{X} = 4.54, S.D.=0.74$) ตามลำดับ และแนวทางในการพัฒนาระบบการเงิน – การจ่ายเงิน ($\bar{X} = 4.51, S.D.=0.68$)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ผลออกเป็นประเด็นต่อไปนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ยังไม่มีระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน เนื่องจากคนในกลุ่มไม่เคยจัดทำบัญชีมาก่อน และจัดทำบัญชีตามความเข้าใจของตนเอง และจากการอบรมตามโครงการต่าง ๆ

4.2.2 ปัญหาในการจัดทำบัญชี ผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี เนื่องจากในกลุ่ม นั้นๆ ไม่มีผู้ที่มีความรู้หรือศึกษาจบการศึกษาทางด้านบัญชีโดยตรง รวมทั้งกลุ่มยังไม่ได้รับการสนับสนุนความรู้ ความเข้าใจในการจัดทำบัญชีจากภาครัฐ เนื่องจากบางกลุ่มเป็นกลุ่ม OTOP เล็ก ๆ และยังไม่จดทะเบียนเป็น OTOP ของภาครัฐ บางกลุ่มไม่ได้นำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ เนื่องจากบางกลุ่มทำไปเพราะอยากรู้แค่เพียงรายรับรายจ่ายเท่านั้น เอกสารที่ใช้ในการจัดทำบัญชีไม่ครบถ้วน และบางกลุ่มยังไม่มีเอกสารรายรับรายจ่ายเพื่อเป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี กลุ่มเกิดความเสียเวลาในการจัดทำบัญชี และ ไม่ได้บันทึกบัญชีเป็นประจำเสมอ เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วเห็นตรงกันว่าการทำงานบัญชีเป็นเรื่องยุ่งยากซับซ้อนและมีการบันทึกบัญชีเป็นประจำเสมอทำให้เกิดความเบื่อหน่าย เพราะบันทึกไปแล้วไม่รู้จะนำผลการรายงานไปใช้อย่างไรจึงจะได้รับประโยชน์สูงสุด

4.2.3 ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบัญชี กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย มีความต้องการให้มีการจัดโครงการฝึกอบรมทางการบัญชีเพิ่มและจัดทำอย่างต่อเนื่องไม่ควรเว้นช่วงการอบรม เพราะจะทำให้การอบรมครั้งต่อไปยากต่อการต่อยอดจากการฝึกอบรมในครั้งที่ผ่านมา ต้องการให้มีการวางระบบเอกสารให้กับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี การทำบัญชีไม่ควรยุ่งยากซับซ้อน เนื่องจากผู้ทำบัญชีของแต่ละกลุ่มเป็นผู้สูงวัยไม่สามารถที่จะบันทึกบัญชีได้นัด ควรมีแนวทางในการจัดทำบัญชีที่ง่ายและสามารถนำผลการรายงานไปใช้ได้จริง

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากข้อสอบวัดความรู้ ก่อนและหลังอบรม

ตาราง 3 ค่าสถิติพื้นฐานของผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้าร่วมอบรมก่อนอบรมและหลังการอบรมการพัฒนาระบบบัญชี ของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย

ตัวแปรที่ทำการศึกษา		N	$\bar{X}$	S.D.	t-test	p-value
ผลสัมฤทธิ์ของก่อนอบรมและหลังอบรม	ก่อนอบรม	20	3.30	0.98	-12.04	.00*
	หลังอบรม	20	7.80	1.06		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสถิติพื้นฐานของผลสัมฤทธิ์ของผู้เข้าร่วมอบรมการพัฒนาระบบบัญชี ของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ก่อนการเข้าร่วมอบรม เกิดความรู้ และความเข้าใจสามารถนำไปปฏิบัติได้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 คะแนนคิดเป็นร้อยละ 33.00 โดยมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.98 ภายหลังได้รับการพัฒนาระบบบัญชีมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 7.80 คะแนนคิดเป็นร้อยละ 78.00 โดยมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.06 ซึ่งคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมมีค่าสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า ผู้เข้าร่วมอบรมการพัฒนาระบบบัญชี มีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ดีขึ้น

4.4 ผลการฝึกปฏิบัติอบรม

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการฝึกปฏิบัติการอบรม

ความรู้ความเข้าใจหลังอบรม	จำนวน/ร้อยละ			$\bar{X}$	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
	3	2	1			
1. หลังอบรม ท่านสามารถออกไปเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมีการขายได้	17.00 (85.00%)	3.00 (15.00%)	0.00 (00.00%)	2.85	0.37	มาก
2. หลังอบรม เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบหรือมีค่าใช้จ่าย หากไม่ได้รับใบเสร็จท่านสามารถออกไปเบิกเงินได้	12.00 (60.00%)	8.00 (40.00%)	0.00 (00.00%)	2.60	0.50	มาก
3. หลังอบรม ท่านสามารถนำใบเสร็จรับเงินจากการขายไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง	15.00 (75.00%)	5.00 (25.00%)	0.00 (00.00%)	2.75	0.44	มาก
4. หลังอบรม ท่านสามารถนำใบเสร็จรับเงิน หรือ ใบเบิกเงิน จากการซื้อวัตถุดิบหรือค่าใช้จ่ายไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง	12.00 (60.00%)	8.00 (40.00%)	0.00 (00.00%)	2.60	0.50	มาก
5. หลังอบรม ในสมุดเงินสดท่านสามารถสรุปผลการดำเนินงาน ทุกสิ้นเดือนได้	13.00 (65.00%)	7.00 (35.00%)	0.00 (00.00%)	2.65	0.49	มาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการฝึกปฏิบัติการอบรม (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจหลังอบรม	จำนวน/ร้อยละ			$\bar{X}$	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
	3	2	1			
6. หลังอบรม ท่านสามารถบันทึกการเพิ่มหุ้น การถอนหุ้น และหุ้นคงเหลือในทะเบียนสมาชิกได้	9.00 (55.00%)	11.00 (45.00%)	0.00 (00.00%)	2.55	0.51	มาก
7. หลังอบรม ท่านสามารถบันทึกการ รับสินค้า การจ่ายสินค้า และยอดคงเหลือของสินค้าในทะเบียนคุมสินค้าได้	14.00 (70.00%)	6.00 (30.00%)	0.00 (00.00%)	2.70	0.47	มาก
8. หลังอบรม ท่านสามารถบันทึกการ รับวัตถุดิบ การจ่ายวัตถุดิบ และยอดคงเหลือของวัตถุดิบในทะเบียนคุมวัตถุดิบได้	13.00 (65.00%)	7.00 (35.00%)	0.00 (00.00%)	2.65	0.50	มาก
9. หลังอบรม ท่านสามารถบันทึกบันทึกราคาทุน ค่าเสื่อมราคา และราคาสุทธิในทะเบียนคุมสินทรัพย์ถาวรได้	10.00 (50.00%)	10.00 (50.00%)	0.00 (00.00%)	2.50	0.51	มาก
10. หลังอบรม ท่านสามารถทราบจำนวนคงเหลือของสมาชิก สินค้าคงเหลือ วัตถุดิบคงเหลือ สินทรัพย์ถาวร และผลการดำเนินงานได้	15.00 (75.00%)	5.00 (25.00%)	0.00 (00.00%)	2.75	0.44	มาก
เฉลี่ยรวม	13.20 (66.00%)	6.80 (34.00%)	0.00 (00.00%)	2.66	0.47	มาก

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมฝึกอบรมการพัฒนาระบบบัญชี สามารถปฏิบัติได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ($\bar{X}=2.66, S.D.=0.47$) โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถออกไปเสิร์ฟรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมีการขายได้ ($\bar{X}=2.85, S.D.=0.37$) รองลงมาตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ สามารถนำใบเสิร์ฟรับเงินจากการขายไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=2.75, S.D.=0.44$) สามารถทราบจำนวนคงเหลือของสมาชิก สินค้าคงเหลือ วัตถุดิบคงเหลือ สินทรัพย์ถาวร และผลการดำเนินงานได้ ($\bar{X}=2.75, S.D.=0.44$) สามารถบันทึกการรับสินค้า การจ่ายสินค้า และยอดคงเหลือของสินค้าในทะเบียนคุมสินค้าได้ ($\bar{X}=2.70, S.D.=0.47$) ในสมุดเงินสดท่านสามารถสรุปผลการดำเนินงาน ทุกสิ้นเดือนได้ ($\bar{X}=2.65, S.D.=0.49$) เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบหรือมีค่าใช้จ่าย หากไม่ได้รับใบเสิร์ฟท่านสามารถออก ใบเบิกเงินได้ ($\bar{X}=2.60, S.D.=0.50$) สามารถนำใบเสิร์ฟรับเงิน หรือ ใบเบิกเงิน จากการซื้อวัตถุดิบหรือค่าใช้จ่าย ไปบันทึกบัญชีใน

สมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=2.60, S.D.=0.50$) สามารถนำใบเสร็จรับเงิน หรือ ใบเบิกเงิน จากการซื้อวัตถุดิบหรือค่าใช้จ่าย ไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X}=2.60, S.D.=0.51$) เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบหรือมีค่าใช้จ่าย หากไม่ได้รับใบเสร็จท่านสามารถขอใบเบิกเงินได้ ($\bar{X}=2.60, S.D.=0.51$) สามารถบันทึกการเพิ่มหุ้น การถอนหุ้น และหุ้นคงเหลือในทะเบียนสมาชิกได้ ($\bar{X}=2.55, S.D.=0.51$) และสามารถบันทึก บันทึกราคาทุน ค่าเสื่อมราคา และราคาสุทธิในทะเบียนคุมสินทรัพย์ถาวรได้ ($\bar{X}=2.50, S.D.=0.51$) ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในเขต อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research Methodology) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) โดยการศึกษาถึงปัญหาและการพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งอภิปรายผลได้ดังนี้

5.1 ปัญหาด้านความรู้ความสามารถ พบว่า การเกิดปัญหภายในกลุ่มด้านความรู้ ความสามารถโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ กลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง กลุ่มที่ไม่สามารถจัดทำบัญชีให้เป็นไปอย่างสม่ำเสมอทุกวัน เช่น ค่าใช้จ่ายรายได้ไม่เป็นปัจจุบัน และกลุ่มไม่สามารถแก้ไขปัญหาหนี้ได้ กลุ่มไม่เคยได้รับการอบรมความรู้ทางด้านการบัญชี และกลุ่มไม่มีที่ปรึกษาทางด้านการจัดทำบัญชี ทำให้ไม่สามารถทราบ ว่าจัดทำถูกต้องหรือไม่ผู้วิจัยมองว่า ผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มควรที่จะได้รับความรู้ในเรื่องของการจัดทำบัญชี เนื่องจาก ผู้วิจัยออกสัมภาษณ์ จากการสังเกตส่วนใหญ่ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ที่จัดทำบัญชี และอายุมีผลอย่างมากต่อการจัดทำบัญชี เพราะผู้ให้สัมภาษณ์มองว่าการทำบัญชีเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเข้าใจยาก ทำให้ไม่สามารถที่จะปฏิบัติได้ ผู้วิจัย มองว่าหากมีหน่วยงานหรือโครงการที่สามารถจัดอบรมเรื่องของบัญชีที่เหมาะสมกับกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่เกิดความยุ่งยาก และซับซ้อน มีการติดตามผลการบันทึกบัญชี จะทำให้ความรู้ของผู้ทำบัญชีกลุ่มจะพัฒนาขึ้นได้ จากการสัมภาษณ์ความเป็นไปได้ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของกลุ่มแต่ละกลุ่มสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง มองจากการที่มีลูกค้าสนใจในสินค้าที่ต่อเนื่อง มีการผลิตและจำหน่ายอยู่ตลอด และบางกลุ่มยังต้องการที่จะพัฒนา เรื่องรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญชนก น่านนิมิตกุลชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่อง แนวปฏิบัติและปัญหาในการจัดทำบัญชีของ ผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร โดยมี วัตถุประสงค์ที่จะศึกษาแนวปฏิบัติและปัญหาอุปสรรคในการ จัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัด สกลนครที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อ เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่อง และนำไปสู่ การพัฒนาต้นแบบระบบบัญชีสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่ เหมาะสม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ 99 กลุ่มตัวอย่าง ภาพรวมจากการสำรวจพบว่า ผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนส่วนมากมีแหล่งความรู้ในการจัดทำบัญชีจาก การฝึกอบรม มีวิธีการจดบันทึกบัญชี ด้วยมือตามความเข้าใจส่วนตัว งานบัญชีที่ได้จึงไม่ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่ รับรองโดยทั่วไปและไม่สามารถ นำไปประยุกต์ใช้ทางธุรกิจได้ ปัญหาหลักในการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจ ชุมชนในกลุ่มสำรวจคือ การ ขาดทักษะความรู้พื้นฐานด้านการบัญชี และความไม่เป็นเอกภาพของหน่วยงานทั้งหลาย ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง กล่าวคือมีการให้ความรู้และเผยแพร่รูปแบบการทำบัญชีที่หลากหลายตามความถนัดของหน่วยงาน โดยมักไม่ สอดคล้องกับพื้นฐานและความต้องการของผู้ใช้ นอกจากนี้ยังขาดกฎและข้อบังคับและผู้รับผิดชอบติดตาม การ รายงานทางการเงินของโครงการ เป็นเหตุให้เกิดความสับสนจนเกิดข้อผิดพลาดและไม่ให้ความสำคัญต่องาน บัญชีในที่สุด ในขณะที่ปัจจัยส่งเสริมที่จำเป็นคือการจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการบัญชีเพื่อทำหน้าที่ให้การ อบรม เผยแพร่ความรู้ที่เหมาะสมต่อแต่ละชุมชน

5.2 ปัญหาด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี พบว่า การเกิดปัญหาภายในกลุ่มด้านเอกสารและวิธีการทางบัญชี โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ เอกสารหลักฐานในการซื้อ ขาย ไม่สมบูรณ์ ขาดความครบถ้วนของข้อมูล เช่น ลายมือชื่อผู้รับเงิน ผู้จ่ายเงิน เอกสารที่ใช้ในการประกอบ การบันทึกบัญชี เช่น ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญจ่าย สูญหาย เนื่องจากไม่มีการควบคุมภายในและจัดเก็บอย่างเป็นระบบ กลุ่มบันทึกบัญชีไม่สอดคล้องกับเอกสารหลักฐาน เช่น วันที่ไม่ตรงกัน ตัวเลขไม่ตรงกัน และไม่ทราบสินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของเจ้าของที่แท้จริง เนื่องจากไม่มีการรวบรวมหลักฐานการลงทุนครั้งแรกและจัดทำรายงานแสดงข้อมูล ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า เอกสารทางการบันทึกบัญชีเป็นสิ่งสำคัญต่อวิธีการทางบัญชี เนื่องจากเอกสารเป็นหลักฐานที่สำคัญต่อการบันทึกบัญชี ซึ่งกลุ่มชาวบ้านมองข้ามเอกสารเหล่านี้ทำให้ การดำเนินการในการทำบัญชีไม่เป็นไปตามระบบ ซึ่งหากกลุ่มชาวบ้านมีระบบเอกสารที่ดีก็จะทำให้ กลุ่มชาวบ้านสามารถดำเนินการจัดทำบัญชีได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการสังเกต กลุ่มชาวบ้านต้องการที่อยากจะมีระบบเอกสารที่ถูกต้องสำหรับเก็บไว้เพื่อเป็นหลักฐานทางการบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ (2553 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงการศึกษาระบบบัญชี สำหรับกลุ่มผู้ผลิต โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะจัดทำบัญชีอย่างง่าย โดยแสดงรายรับและรายจ่ายเท่านั้น ไม่มีการนำตัวเลขมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจอื่น ๆ เช่น ความเหมาะสมในการกำหนดราคาขาย หรือความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ก็ไม่ต้องการที่จะจัดทำบัญชีให้มีความยุ่งยากมากกว่านี้ และไม่เห็นความสำคัญของการนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ เนื่องจากการรวมกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ไม่ใช่การรวม กลุ่มที่แท้จริง แต่เป็นเพียงการรวมกลุ่มเพื่อให้ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเท่านั้น ทั้งนี้ ในการผลิตจริง ๆ ส่วนใหญ่ ประธานกลุ่มจะนำเงินส่วนตัวมาให้สมาชิกแต่ละคนนำไปผลิตก่อน แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์นั้นมาขายให้กับประธานกลุ่ม เพื่อหักลบกับหนี้ เปรียบเสมือนการบริหารแบบเจ้าของคนเดียว ถึงแม้ว่ารูปแบบการบริหารจะเป็นวิสาหกิจชุมชน แต่การจัดการภายในจริง ๆ ก็จะคล้ายกับการบริหารแบบเจ้าของคนเดียว โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้ลงทุนเป็นส่วนใหญ่

5.3 ปัญหาด้านความร่วมมือและประสานงาน พบว่า การเกิดปัญหาภายในกลุ่มด้านความร่วมมือและประสานงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก คือ สมาชิกกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือด้านการให้ข้อมูลทางด้านการบัญชีของกลุ่ม และอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สมาชิกกลุ่มไม่ให้ความร่วมมือในการจัดทำบัญชีและเก็บเอกสารสำคัญ ระบบทางเดินทางของเอกสารสำคัญยังไม่เป็นแนวปฏิบัติที่ชัดเจน กลุ่มยังขาดการประสานงานระหว่างกลุ่ม เช่น ยังให้ประธานกลุ่มประสานงานกับลูกค้าคนเดียว และขาย คนเดียว ซึ่งสมาชิกภายในกลุ่มก็จะไม่รู้ ว่า ขาย และกลุ่มควรจะผลิตเป็นจำนวนเท่าไรถึงจะเพียงพอ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของกฤษณา คำพิทักษ์ (2552 : 7) ได้ศึกษา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางระบบ และประเมินผลการควบคุมภายในของบุคลากรส่วนราชการประจำจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษา การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มผู้สินค้า OTOP กรณีศึกษากลุ่มอาหาร จังหวัดปทุมธานี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP กลุ่มอาหาร มีขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน และการบันทึกข้อมูลทางบัญชีและการนำข้อมูลมาใช้ในการควบคุม และการตัดสินใจยังไม่สมบูรณ์ การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มผู้ผลิต OTOP กลุ่มอาหาร ได้พัฒนาการบันทึกบัญชีอย่างง่ายเพื่อประโยชน์ในการควบคุมและการตัดสินใจในการดำเนินการกิจกรรมของสถานประกอบการ โดยมีเป็น 5 ระบบ คือ 1) ระบบขายสินค้า 2) ระบบซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ 3) ระบบผลิตและเบิกจ่ายวัตถุดิบ 4) ระบบรับ – จ่าย 5) ระบบบัญชีทั่วไปและรายงานการเงิน การพัฒนาระบบบัญชีคอมพิวเตอร์ ได้พัฒนาทั้งห้าระบบ โดยแบ่งเป็นเมนูหลัก 6 เมนู คือ 1) ข้อมูลหลัก 2) ซื้อวัตถุดิบ 3) สินค้าและการผลิต 4) ขายสินค้า 5) บัญชี 6) รายงาน อย่างไรก็ตาม ระบบบัญชีคอมพิวเตอร์นี้ได้พัฒนาขึ้นจากกลุ่มผลิตสินค้า OTOP ประเภทอาหาร ซึ่งการนำไปใช้กับกลุ่มสินค้าอื่น ๆ ยังไม่ได้มีการทดสอบ และระบบบัญชีนี้เป็นระบบบัญชีอย่างง่ายเหมาะสำหรับ

สถานประกอบการขนาดเล็กเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลทางบัญชีเพื่อการควบคุมและการตัดสินใจเท่านั้น และไม่มีรองรับระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม

5.4 ปัญหา ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงาน พบว่า การเกิดปัญหภายในกลุ่ม ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ ที่มีอยู่ในปัจจุบันชำรุด ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการจัดทำบัญชี ขาดเครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกบัญชี เช่น สมุดบัญชี ปากกา คอมพิวเตอร์ เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกไม่มีความทันสมัย เก่า ทำให้การใช้งานไม่มีประสิทธิภาพ และขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดทำบัญชี เช่น แฟ้มเก็บเอกสาร โต๊ะนั่งทำงาน จากที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์ สังเกตได้ว่า กลุ่มยังขาดสมุดบัญชี และแฟ้มเก็บเอกสาร แต่ก็ยังมีบางกลุ่มใช้เครื่องคิดเลขบ้าง สมุดบัญชีเป็นสิ่งสำคัญมากต่อการบันทึกบัญชี และแบบฟอร์มในสมุดบัญชีก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้สามารถบันทึกได้ง่าย และไม่ยุ่งยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของวัชรีย์ อันวิวัฒน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจ ชุมชนที่ผลิตของชำร่วยของที่ระลึก มีแหล่งวัตถุดิบในการผลิตภายในจังหวัดผู้จัดทำบัญชีเป็นกรรมการของกลุ่มซึ่งมีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ศึกษาในสาขาวิชาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่สาขาบัญชี บริหารและเศรษฐศาสตร์ มีการจัดทำบัญชี โดยมีการบันทึกบัญชีด้วยมือ มีสมุดบัญชีและเอกสารประกอบการบันทึกบัญชี ได้แก่ สมุด เงินสด สมุดบันทึกรายการทั่วไป ทะเบียนคุมสินค้าทะเบียนสมาชิกหุ้นและใบเสร็จรับเงิน ผู้จัดทำบัญชีของ วิสาหกิจชุมชนปฏิบัติงานในตำแหน่ง 4-5 ปีผ่านการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนไม่เกิน 1 ครั้ง/ปี พบปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีในระดับมากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าปัญหาด้าน เครื่องมือที่ใช้ในการปฏิบัติงานเป็นปัญหาในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.31 และปัญหาในระดับ รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านความร่วมมือและประสานงาน

5.5 ผลสัมฤทธิ์ผู้เข้าร่วมอบรมก่อนอบรมและหลังการอบรมการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ชาวบ้านที่เข้าร่วมอบรมมีความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เนื่องจากมีการทดสอบก่อน และหลังการอบรม และมีการฝึกให้ปฏิบัติการบันทึกบัญชีการกรอกเอกสารหลักฐานทางการบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกศขญา ธงประชา, พรพมิล อรุณรัตน์ และกิตติมา ทางนะที (2556 : 57) ผลการทดสอบค่าสถิติ พบว่า ค่าเฉลี่ยสัมบูรณ์ของระดับความรู้และทักษะการทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลังการให้ความรู้มากกว่าระดับความรู้ก่อนการให้ความรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5.6 กลุ่มชาวบ้านที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมฝึกอบรมการพัฒนาระบบบัญชี สามารถปฏิบัติได้ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ คือ สามารถออกใบเสร็จรับเงินให้ลูกค้าเมื่อมีการขายได้ สามารถนำใบเสร็จรับเงินจากการขายไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง สามารถทราบจำนวนคงเหลือของสมาชิก สินค้าคงเหลือ วัตถุดิบคงเหลือ สินทรัพย์ถาวร และผลการดำเนินงานได้ สามารถบันทึกการรับและจ่ายสินค้าและยอดคงเหลือของสินค้าในทะเบียนคุมสินค้าได้ ในสมุดเงินสดท่านสามารถสรุปผลการดำเนินงาน ทุกสิ้นเดือนได้ เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบหรือมีค่าใช้จ่าย หากไม่ได้รับใบเสร็จท่านสามารถออก ใบเบิกเงินได้ สามารถนำใบเสร็จรับเงิน หรือใบเบิกเงิน จากการซื้อวัตถุดิบหรือค่าใช้จ่าย ไปบันทึกบัญชีในสมุดเงินสดได้อย่างถูกต้อง และสามารถบันทึกราคาทุน ค่าเสื่อมราคา และราคาสุทธิในทะเบียนคุมสินทรัพย์ถาวรได้ ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของชนิดาภา ดีสุข (2556 : 9) บัญชีครัวเรือนเพื่อชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมเห็นว่าการอบรมในครั้งนี้มีประโยชน์ มาก เพราะทำให้ทราบรายรับ-รายจ่ายประจำเดือนของครัวเรือนได้ทำให้ทราบการใช้จ่ายเงินของตนเอง ว่ารายจ่าย ทางใดใช้จ่ายมาก รายจ่ายทางใดใช้จ่ายน้อย การทำบัญชีครัวเรือนเป็นการส่งเสริมให้ชาวบ้านรู้จักการเก็บออมเงิน มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ ลิ้มสกุล. (2544). *แนวทางการดำเนินงาน หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ ฯ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุสุมา คำพิทักษ์ มาลี จตุรัส และนภาพร เจริญมีฤทธิ์. (2552). *การพัฒนาระบบบัญชีสำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ขวัญชนก น่านนิมิตกุลชัย. (2554). *แนวปฏิบัติและปัญหาในการจัดทำบัญชีของผู้ทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดสกลนคร*. สกลนคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตพระเกียรติ.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2549). *แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555*. กรุงเทพฯ ฯ ปิทีเอสเพรส.
- ชิดพันธ์ บุญมีสุวรรณ. (2547). *การวางระบบบัญชี*. กรุงเทพฯ ฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2548). *แนวทางการตรวจสอบภายใน*. สมาคมผู้ตรวจสอบภายในแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : คูมายเบส.
- ไทยตำบล ดอท คอม. (2557). *แหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อป (OTOP) ที่ใหญ่ที่สุดและข้อมูลตำบล*. ค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.thaitambon.com>
- ทศพร ไชยประคอง (2552). *การพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีสำหรับกองทุนสวัสดิการครู โรงเรียนพนิชยการ ลานนา เชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นภาพร ณ เชียงใหม่. (2548). *ระบบบัญชี*. กรุงเทพฯ ฯ พัฒนาวิชาการ.
- นริศรา แก้วแสนเมือง. (2554). *ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางระบบ และประเมินผลการควบคุมภายใน ของบุคลากรส่วนราชการประจำจังหวัดเชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประพันธ์ ศิริรัตนธำรง อภิรักษ์ พูนกลิ่น และกัญญา ประยูรสุข. (2549). *การวางระบบบัญชี*. กรุงเทพฯ ฯ : พิมพ์ พรินต์ติ้ง เซ็นเตอร์.
- ยพรัตน์ อิมพิทักษ์ ยุพรัตน์ จันทรแก้ว ธนัยชนก หุ่นสุวรรณ และจิตราภรณ์ ทองมา. (2557). *ปัญหาและอุปสรรค ในการจัดทำบัญชีของกลุ่มอาชีพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดตาก*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- วิภาวี ศรีคะ. (2546). *การจัดทำบัญชีธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าแบบอิสระ. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไล วีรปรีดิ์ และจงจิตต์ หลีกภัย. (2551). *ระบบบัญชี*. กรุงเทพฯ ฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชร อ้นวิวัฒน์. (2554). *ปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช*. การค้นคว้า อิสระ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริรัตน์ เจนศิริศักดิ์ และสุชัย พาหุมนโต. (2553). *การศึกษาระบบบัญชี สำหรับกลุ่มผู้ผลิตตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุบลราชธานี*. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, 6(1), 1-15.
- สุขุม โพธิสวัสดิ์. (2549). *การวางระบบบัญชี*. กรุงเทพฯ ฯ : สายธาร.
- หอการค้าจังหวัดเลย. (2557). *รายชื่อหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.thaitambon.com>
- อัจฉรวรรณ มณีชาติย์. (2544). *นโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. วารสารพัฒนาชุมชน. 40(9), 24-26.

ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม บริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Profitability of Food and Beverage Sector in the Thailand Stock Exchange

โชษิตา เปสตันยี* และ ขวัญกมล ดอนขวา²

Chosita Pestonji* and Kwunkamol Donkwa²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร 2) เพื่อศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบของอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร และ 3) เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร โดยศึกษากลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 35 บริษัท เพื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการเชิงปริมาณโดยใช้ค่าสถิติเชิงอนุมานจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $X^2 = 54.366$ $df = 24$ $X^2/df = 2.27$ CFI = 0.888 TLI = 0.831 IFI = 0.822 NFI = 0.892 และ RMR = 0.014 ซึ่งหากโมเดลมีสภาพคล่องที่ดี จะทำให้มีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การบริหารจัดการให้วงจรเงินสดมีระยะสั้น ก็จะทำให้มีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยจะต้องเร่งระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ รวมทั้งต้องพยายามขยายระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้

คำสำคัญ : ความสามารถในการทำกำไร การบริหารเงินทุนหมุนเวียน อาหารและเครื่องดื่ม ตลาดหลักทรัพย์

* นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ สำนักเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

* Doctor Student, Doctor of Philosophy (Management), Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology

² รองศาสตราจารย์ สำนักเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

² Associate Professor, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop and validate the structural equation model of the working capital management affecting the profitability, 2) to study the importance scale the observed variables with the liquidity ratio, activity ratio, and profitability ratio, and 3) to study the impacts of the working capital management affecting the profitability. The main focus of this study was the food and beverage sector in Thailand stock exchange of 35 companies. Secondary data was quantitatively analyzed by using a structural equations modeling.

The results was shown that the model was consistent with the empirical data; $\chi^2 = 54.366$, $df = 24$, $\chi^2/df = 2.27$, CFI = 0.888, TLI = 0.831, IFI = 0.822, NFI = 0.892, and RMR = 0.014. Also, the results indicated that when food and beverage sector have a higher liquidity ratio and shorter of cash conversion cycle, it could increase the profitability. The management of cash conversion cycle would attempt to reduce the receivables collection period and inventory conversion period and longer payable deferral period.

Keywords : Profitability, Working Capital Management, Food and Beverage, Stock Exchange

1. บทนำ

วัตถุประสงค์ทางการเงินที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจ คือ การได้รับผลกำไร ทำให้ผู้บริหารมักจะให้ความสำคัญกับกำไรมากที่สุด โดยการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจนั้น นอกจากการเพิ่มยอดขายและการลดต้นทุนแล้ว การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working capital management : WCM) ยังเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจได้ (Smith, 1987) ซึ่งการบริหารเงินทุนหมุนเวียนมีความสำคัญต่อสุขภาพทางการเงินของธุรกิจทุกรูปแบบ (Padachi, 2006) โดยเป้าหมายหลักของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน คือ การบริหารสินทรัพย์หมุนเวียนให้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจตามปกติ ลดความเสี่ยงจากการไม่สามารถชำระหนี้สินระยะสั้นได้ตามกำหนดเวลา และหลีกเลี่ยงการลงทุนที่ไม่จำเป็นในเงินทุนหมุนเวียน (Mansoori and Muhammad, 2012) อีกทั้งยังเป็นการวางแผนเพื่อประกอบการตัดสินใจที่สำคัญของการจัดการทางการเงิน เพื่อนำไปสู่การสร้างกำไรตามที่ต้องการ (Pandey, 2000)

ธุรกิจที่มีเงินทุนหมุนเวียนน้อยเกินไป จะส่งผลให้ขาดสภาพคล่องและมีการเติบโตได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็นในทางตรงกันข้าม หากธุรกิจที่มีสภาพคล่องมากเกินไปก็จะมีผลให้เกิดการเสียโอกาสในการลงทุน จึงเป็นเหตุให้การบริหารเงินทุนหมุนเวียนเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการเพิ่มความสามารถในการทำกำไรให้กับธุรกิจ (DeLoof, 2003) เมื่อบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสมจะสามารถช่วยให้องค์การดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง มีเงินเพียงพอสำหรับค่าใช้จ่ายประจำวัน และสามารถชำระหนี้สินระยะสั้นได้เมื่อครบกำหนด ซึ่งจะส่งผลให้เพิ่มโอกาสในการทำกำไร (ศิริเพ็ญ มานะวนิชกุล, 2553)

รายละเอียดดังกล่าวข้างต้นจึงเห็นได้ว่าการบริหารเงินทุนหมุนเวียนมีความสำคัญกับธุรกิจในการเพิ่มโอกาสในการทำกำไร แต่ในประเทศไทยนั้นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารเงินทุนหมุนเวียนกับความสามารถในการทำกำไรยังไม่มีการศึกษากันอย่างแพร่หลาย ในขณะที่พบการศึกษาย่างแพร่หลายในงานวิจัย

ต่างประเทศ ดังเช่นงานวิจัยของ Zubairi (2010) ได้ศึกษาถึงเรื่อง การบริการเงินทุนหมุนเวียนและโครงสร้างเงินทุนที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ในปากีสถาน Azam and Haider (2011) ศึกษาเกี่ยวกับ การบริการเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท Mansoori and Muhammad (2012) ศึกษาถึง การบริการเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในสิงคโปร์ รวมทั้ง Jayarathne (2014) ได้ศึกษาเรื่อง การบริการเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร

ประกอบกับประเทศไทยจัดเป็นผู้นำและผู้ส่งออกรายใหญ่ที่สุดในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการแปรรูปอาหารส่วนใหญ่จะเป็นวัตถุดิบในประเทศที่มีราคาถูก และมีผลผลิตปริมาณมาก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558) นอกจากนี้ยังมีรายงานจากสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ กรุงบรัสเซลส์ (2557) ที่สรุปว่าผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทยเป็นหนึ่งในสินค้าหลักที่ทำรายได้ให้กับประเทศ อีกทั้ง ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในระดับโลกว่ามีรสชาติดีและมีคุณภาพสูง ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มของประเทศไทยได้รับความนิยมในตลาดโลก ดังนั้นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจในการศึกษาความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ

ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึง การบริการเงินทุนหมุนเวียน ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไร ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผลการวิจัยจะได้สารสนเทศเกี่ยวกับขนาดของอิทธิพลการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร โดยสารสนเทศดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางแก่ผู้บริหารในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้อยู่ในสัดส่วนที่เหมาะสม ทั้งในการบริหารจัดการลูกหนี้การค้า การจัดเก็บสินค้า และการจ่ายชำระหนี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจต่อไป

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการเงินทุนหมุนเวียน

การบริหารเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital Management) มีความสำคัญต่อสุขภาพทางการเงินของธุรกิจทุกรูปแบบ (Padachi, 2006) เนื่องจาก เป้าหมายหลักของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนคือ เพื่อให้แน่ใจว่ากิจการได้มีกระแสเงินสดเพียงพอที่จะยังคงดำเนินธุรกิจตามปกติ ในลักษณะที่ลดความเสี่ยงจากการไม่สามารถจ่ายหนี้สินระยะสั้น และหลีกเลี่ยงการลงทุนที่ไม่จำเป็นในเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการทำกำไรของกิจการ (Mansoori and Muhammad, 2012)

วงจรงบการเงินเป็นสิ่งสำคัญในการตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน แต่อันที่จริงแล้ว การตัดสินใจเกี่ยวกับวงจรงบการเงินยังรวมถึง ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Gitman, 1974) อีกทั้ง Nimalathasan (2010) ยังได้กล่าวไว้ว่า การบริหารเงินทุนหมุนเวียนเกี่ยวข้องกับการบริหารประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการจัดการลูกหนี้และสินค้าคงเหลือ การบริหารนโยบายทางการเงินซึ่งเกี่ยวกับการจ่ายชำระหนี้ระยะสั้น และบริหารวงจรงบการเงิน นอกจากนี้ การบริหารเงินทุนหมุนเวียนยังเป็นการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน ซึ่งเป็นสภาพคล่องของกิจการ (Pass and Pike, 1984) ทั้งนี้ เป็นหน้าที่ของผู้จัดการฝ่ายการเงินที่จะสร้างสมดุลระหว่างการลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน (Atseye, Ugwu, and Takon, 2015) โดยมีอัตราส่วนที่สำคัญซึ่งเป็นตัวแปรในการวิจัย ดังนี้

1) การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio) ประกอบด้วย อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio) และอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio) ซึ่งทั้งสองอัตราส่วนนี้จะทำให้เข้าใจถึงสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ จากการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์หมุนเวียนและหนี้สินหมุนเวียน เพื่อพิจารณาถึงความสามารถในการจ่ายภาระผูกพันทางการเงินระยะสั้นได้ดีหรือไม่ (Paramasivan and Subramanian, 2012)

2) การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity Ratios) เป็นอัตราส่วนที่วัดความสามารถของกิจการในการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ให้เกิดรายได้แก่กิจการ ซึ่งมักจะมีการวิเคราะห์ในรูปแบบของอัตราส่วนหมุนเวียนของลูกหนี้ (Receivable Turnover Ratio) และอัตราส่วนหมุนเวียนของสินค้าคงเหลือ (Inventory Turnover Ratio) หรือวิเคราะห์ในรูปแบบของระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (Receivables Collection Period) และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (Inventory Conversion Period) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2552)

3) การวิเคราะห์นโยบายทางการเงิน (Financial Ratio) ในส่วนของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนมักมีการวิเคราะห์จาก ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Payable Deferral Period) ซึ่งจะแสดงถึงความสามารถในการจัดการเจ้าหนี้การค้า โดยหากกิจการสามารถยืดระยะเวลาการจ่ายหนี้ให้ยาวนานขึ้น จะสามารถช่วยลดต้นทุนในการจัดหาเงินสด (Cavanagh, 2012)

4) วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) เป็นการวิเคราะห์ถึงระยะเวลาในการหมุนเวียนเงินสดของกิจการ โดยเริ่มจากการจ่ายชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้การค้าสำหรับนำวัตถุดิบมาผลิตสินค้า จนกระทั่งขายสินค้าออกไป และลูกหนี้การค้านำเงินสดมาชำระคืน (Brigham and Houston, 2007) โดยการวิเคราะห์แบบบูรณาการของระยะเวลา

ในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ จะดำเนินการโดยใช้วงจรเงินสด (DeLoof, 2003) ซึ่งจะวิเคราะห์จาก $CCC = RCP + ICP - PDP$ โดยที่ CCC คือ วงจรเงินสด RCP คือ ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ICP คือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และ PDP คือ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Brigham and Houston, 2007)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร

การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability Ratio) สามารถพิจารณาได้จากกำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย และกำไรที่มีความสัมพันธ์กับเงินลงทุน

อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรที่มีความสัมพันธ์กับยอดขาย จะสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการควบคุมต้นทุนและการทำกำไรจากยอดขายของกิจการ โดย Periasamy (2010) ได้กล่าวถึงความหมายของอัตราส่วนที่สำคัญดังต่อไปนี้

1) อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin Ratio) เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบกำไรขั้นต้นกับรายได้จากการขาย อัตราส่วนกำไรขั้นต้นสูงจะขึ้นอยู่กับปัจจัยบางปัจจัยหรือหลายปัจจัย เช่น รายได้สูงจากการเพิ่มราคาสินค้าหรือมีปริมาณการขายสินค้าเพิ่มขึ้น หรือมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ โดยอัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการขายสินค้าและควบคุมต้นทุนการผลิต

2) อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin Ratio) เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบกำไรจากการดำเนินงานกับรายได้จากการขาย โดยอัตราส่วนนี้จะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการขายสินค้า การควบคุมต้นทุนการผลิต และการควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

3) อัตรากำไรสุทธิ (Net Income Margin Ratio) เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบกำไรสุทธิกับรายได้จากการขาย ซึ่งจะช่วยในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ

อัตราส่วนวัดความสามารถในการทำกำไรที่มีความสัมพันธ์กับเงินลงทุน จะสะท้อนให้เห็นถึงการวัดความสามารถในการทำกำไรจากเงินลงทุนในรูปแบบต่างๆ โดย Weygandt, Kimmel, and Kieso (2012) ได้กล่าวถึงความหมายของอัตราส่วนที่สำคัญเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

1) อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets Ratio: ROA) เป็นอัตราส่วนที่แสดงถึงประสิทธิภาพในการบริหารสินทรัพย์ทั้งหมด เพื่อให้ได้ผลตอบแทนกลับมา

2) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity: ROE) เป็นอัตราส่วนที่แสดงให้เห็นถึงอัตราผลตอบแทนที่เจ้าของควรจะได้รับจากการนำเงินมาลงทุนในกิจการ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของการบริหารเงินทุนหมุนเวียนและความสามารถในการทำกำไร ได้มีงานวิจัยที่พบว่า อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน มีผลกระทบเชิงบวกต่อ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Zubairi, 2010) รวมทั้งมีผลกระทบเชิงบวกกับ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม เนื่องจากสภาพคล่องที่ต่ำเกินไปจะเป็นอันตรายต่อการดำเนินงานขององค์กร (Azam and Haider, 2011) นอกจากนี้ Song, Liu, and Chen (2012) ยังกล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน นอกจากจะให้ความสำคัญกับ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนแล้ว อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว ก็มีความสำคัญกับการวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงินเช่นกัน เนื่องจากเป็นอัตราส่วนที่บ่งบอกว่า สินทรัพย์หมุนเวียนที่สามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้เร็ว จะเพียงพอต่อการชำระหนี้สินหมุนเวียนได้ทันเวลาหรือไม่ จึงควรวิเคราะห์อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนและอัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็วไปด้วยกัน โดย Egbide, Uwuigbe, and Uwalomwa, (2013) ได้พบว่า สภาพคล่องทางการเงิน มีผลกระทบเชิงบวกต่อ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : สภาพคล่องทางการเงินมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร

งานวิจัยของ Mansoori and Muhammad (2012) และ Gul et. al. (2013) ได้พบความสัมพันธ์เชิงลบของระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ ที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม และ Tauringana and Afrifa (2013) ได้พบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้มีผลกระทบเชิงลบต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม อีกทั้งยังมีการศึกษาที่พบว่า ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) อีกด้วย (Teruel and Solano (2007); Tauringana and Afrifa (2013)) เนื่องจาก ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ เป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์อัตราเงินสด (CCC = RCP+ICP-PDP ; โดยที่ CCC คือ วงจรเงินสด RCP คือ ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ ICP คือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และ PDP คือ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้) จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 2-3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร

สมมติฐานที่ 3 : ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อวงจรเงินสด

ในส่วนของการศึกษาถึงระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ งานวิจัยของ Teruel and Solano (2007) และ Zubairi (2010) ได้พบว่า ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีความสัมพันธ์เชิงลบกับวงจรเงินสด เนื่องจาก ในการตัดสินใจเกี่ยวกับวงจรเงินสด จะต้องพิจารณาถึงระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Gitman, 1974) จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 : ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบเชิงลบต่อวงจรเงินสด

สำหรับการศึกษาถึงวงจรเงินสด Raheman, Talat, Qayyum and Mohmood (2010) ได้พบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบต่อ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน เนื่องจาก การลดวงจรเงินสดให้มีระยะที่สั้นขึ้น จะทำให้มีผลดีกับกำไรของบริษัทมากขึ้น อีกทั้งยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ถือหุ้นอีกด้วย และ Azam and Haider (2011) ได้พบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบต่อ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อีกทั้ง Teruel and Solano (2007), Mansoori and Muhammad (2012), Gul et. al. (2013), และ Jayarathne (2014) ยังพบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบต่อ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม เนื่องจาก วงจรเงินสดเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพการทำงานและการเพิ่มผลกำไร อีกทั้งยังเป็นวิธีที่ง่ายในการตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน แต่ทั้งนี้ควรลดวงจรเงินสดให้สมเหตุสมผลกับการดำเนินงาน และไม่กระทบต่อการดำเนินงานปกติของกิจการ จึงเป็นที่มาของสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 : วงจรเงินสดมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร

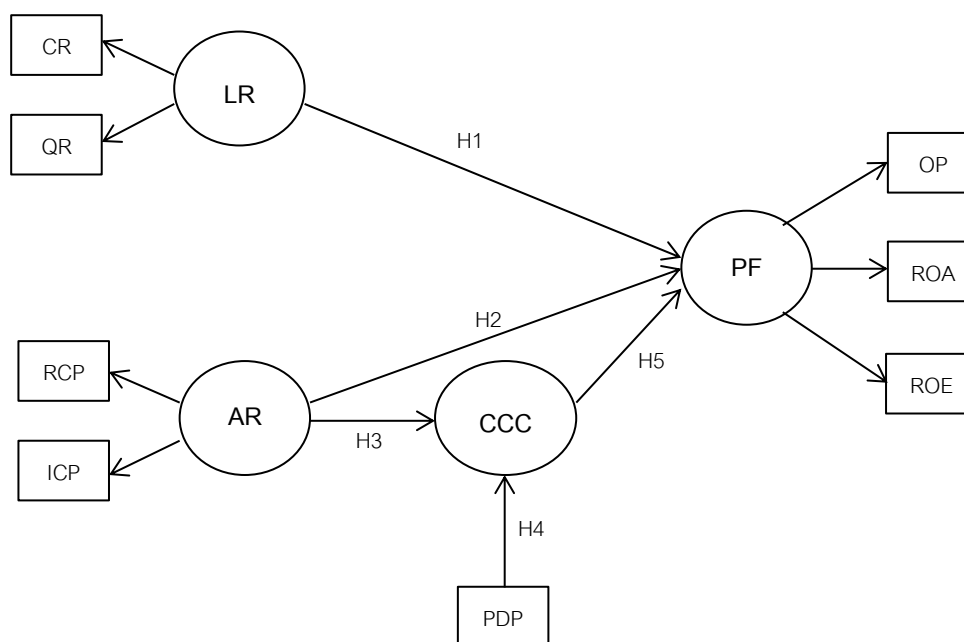
จากการทบทวนวรรณกรรมได้สรุปผลกระทบที่มีนัยสำคัญทางสถิติดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

Independent Variable	Effect	Dependent Variable	Reference
LR	+	OP	Egbide, Uwuigbe, and Uwalomwa (2013)
CR	+	OP	Zubairi (2010)
CR	+	ROA	Azam and Haider (2011)
RCP	-	ROA	Mansoori and Muhammad (2012), Gul et. al. (2013), Tauringana and Afrifa (2013)
ICP	-	ROA	Mansoori and Muhammad (2012) and Gul et. al. (2013)
ICP	-	ROE	Azam and Haider (2011)
RCP	+	CCC	Teruel and Solano (2007), Tauringana and Afrifa (2013)
ICP	+	CCC	Teruel and Solano (2007), Tauringana and Afrifa (2013)
PDP	-	CCC	Teruel and Solano (2007), Zubairi (2010)
CCC	-	OP	Raheman, Talat, Qayyum, and Mohmood (2010)
CCC	-	ROA	Teruel and Solano (2007), Mansoori and Muhammad (2012), Gul et. al. (2013), Jayarathne (2014)
CCC	-	ROE	Azam and Haider (2011)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว จึงเป็นเหตุให้งานวิจัยเรื่อง ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เลือกตัวแปรในงานวิจัยตามรูปภาพประกอบ 1 โดยกำหนดให้สภาพคล่องทางการเงิน และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เป็นตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ เป็นตัวแปรภายนอก (Exogenous Variable) วงจรเงินสด เป็นตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) และความสามารถในการทำกำไร เป็นตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ซึ่งสามารถสรุปกรอบแนวคิดในงานวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร



LR คือ การวิเคราะห์สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio) เป็นตัวแปรแฝงภายนอก ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ดังนี้

- 1) CR คือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)
- 2) QR คือ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio)

AR คือ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Activity Ratio) เป็นตัวแปรแฝงภายนอก ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ดังนี้

- 1) RCP คือ ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (Receivables Collection Period)
- 2) ICP คือ ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (Inventory Conversion Period)

PDP คือ ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ (Payable Deferral Period) เป็นตัวแปรภายนอก

CCC คือ วงจรเงินสด (Cash Conversion Cycle) เป็นตัวแปรคั่นกลาง

PF คือ ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) เป็นตัวแปรแฝงภายใน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ดังนี้

- 1) OP คือ อัตรากำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin Ratio)
- 2) ROA คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets Ratio)
- 3) ROE คือ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity Ratio)

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 39 บริษัท เมื่อตัดบริษัทที่เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่ถึงระยะเวลา 3 ปี และบริษัทที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน ทำให้เหลือจำนวนบริษัททั้งสิ้น 35 บริษัท ซึ่งเป็นข้อมูล ณ วันที่ 3 สิงหาคม 2559 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2559) โดยในการวิจัยได้ศึกษากลุ่มเป้าหมายทั้งหมดตามจำนวนประชากร คือ 35 บริษัท เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จาก www.set.or.th และ www.setsmart.com ทำการเฉลี่ยอัตราส่วนทางการเงินที่กำหนดเป็นตัวแปรในการศึกษา โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ถึง พ.ศ. 2558 รวมทั้งสิ้น 3 ปี

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้ค่าสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อยืนยันตัวบ่งชี้องค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลการวัด (Measurement Model) โดยผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันควรมีค่าที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัวกับองค์ประกอบ (Factor Loadings) มากกว่า 0.05 (Hu and Bentler, 1995) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อหาขนาดผลกระทบของตัวแปรแฝงภายนอกที่มีผลต่อตัวแปรแฝงภายใน และตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

- 1) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ควรมีค่าระหว่าง 2.00-5.00 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Marsh and Hocevar, 1985)
- 2) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) ควรมีค่า 0.80 ขึ้นไป แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Browne and Cudeck, 1993)
- 3) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (Trucker Lewis Index: TLI) ควรมีค่า 0.80 ขึ้นไป (Browne and Cudeck, 1993)
- 4) ดัชนีไอนุเอฟไอ (Incremental Fit Index: IFI) โดย IFI ที่ดีควรมีค่า 0.80 ขึ้นไป (Benamati and Lederer, 2008)
- 5) ดัชนีเอ็นเอฟไอ (Normal Fit Index: NFI) โดย NFI ที่ดีควรมีค่า 0.80 ขึ้นไป (Bentler and Bonett, 1980)
- 6) ดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Squared Residual: RMR) ควรมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ โดยทั่วไปกำหนดให้มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Schumacker and Lomax, 2010)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม จากงบการเงินบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยค่าของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบจะต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 0.5 ขึ้นไป (Hu & Bentler, 1995) ซึ่งจะแสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันเหมาะสมที่จะนำไปสามารถสร้างเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างต่อไปได้ โดยผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปรสังเกต	น้ำหนักองค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 1 สภาพคล่องทางการเงิน	
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio : CR)	0.951
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียนเร็ว (Quick Ratio : QR)	0.992
องค์ประกอบที่ 2 ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	
ระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้ (Receivables Collection Period : RCP)	0.501
ระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ (Inventory Conversion Period : ICP)	0.543
องค์ประกอบที่ 3 ความสามารถในการทำกำไร	
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin Ratio : OP)	0.862
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Return on Assets Ratio : ROA)	0.986
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity Ratio : ROE)	0.915

ตารางที่ 2 พบว่า องค์ประกอบที่ 1 คือ สภาพคล่องทางการเงิน ประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกต มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.951 ถึง 0.992 องค์ประกอบที่ 2 คือ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 2 ตัวแปรสังเกต มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.501 ถึง 0.543 และ องค์ประกอบที่ 3 คือ ความสามารถในการทำกำไร ประกอบด้วย 3 ตัวแปรสังเกต มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.862 ถึง 0.986

4.2 การวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

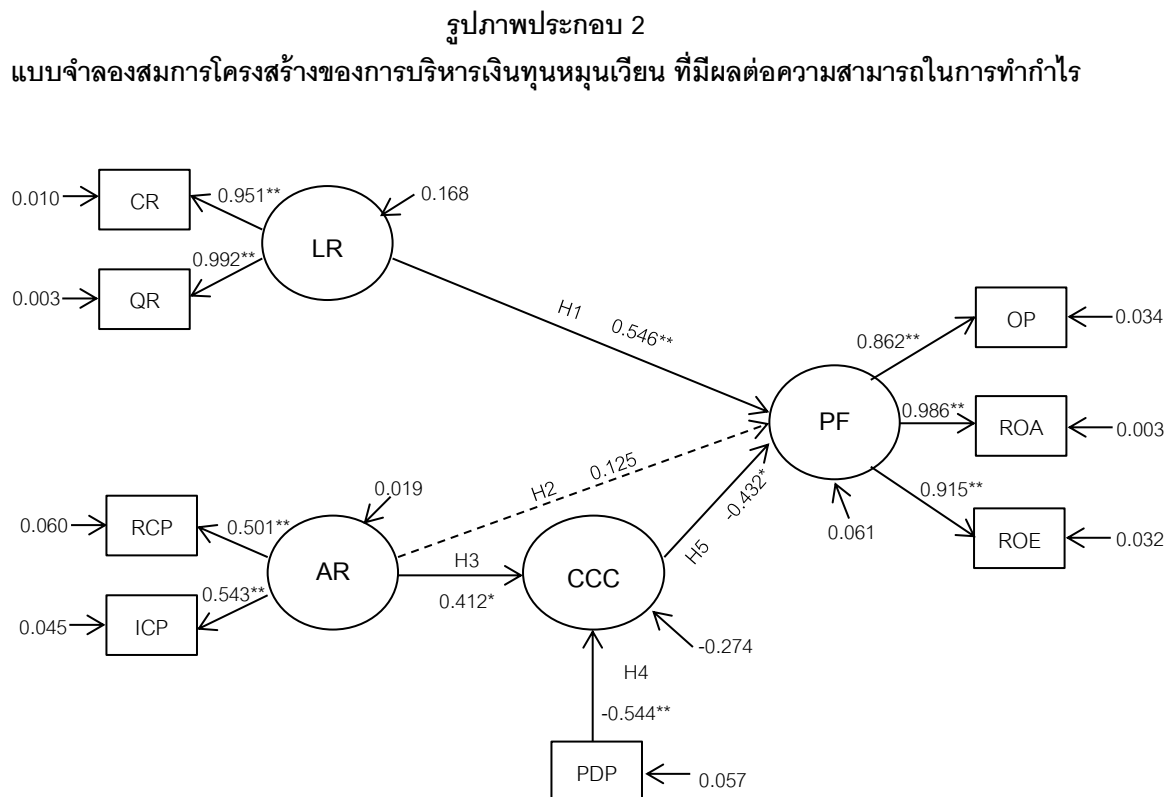
การวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแบบจำลองความสามารถในการทำกำไรธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จะพิจารณาจากค่า X^2/df อยู่ระหว่าง 2.00-5.00 CFI > 0.80 TLI > 0.80 IFI > 0.80 NFI > 0.80 และ RMR < 0.05 แสดงผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

ตาราง 3 การวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	ค่าสถิติจากการคำนวณ	เกณฑ์การวัด	ผลการพิจารณา
Chi-square	54.366	-	-
df	24	-	-
p-value	0.000	-	-
X^2/df	2.27	2.00-5.00	ผ่านเกณฑ์
CFI	0.888	> 0.80	ผ่านเกณฑ์
TLI	0.831	> 0.80	ผ่านเกณฑ์
IFI	0.822	> 0.80	ผ่านเกณฑ์
NFI	0.892	> 0.80	ผ่านเกณฑ์
RMR	0.014	< 0.05	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 3 พบว่า ค่า $\chi^2/df = 2.27$ CFI = 0.888 TLI = 0.831 IFI = 0.822 NFI = 0.892 และ RMR = 0.014 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน



(Amos 24 Standardized Estimates)

*p<.05, **p<.01

ตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	β	p-value	ผลทดสอบ
H1 : สภาพคล่องทางการเงินมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร	0.546	0.000**	ยอมรับ
H2 : ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร	0.125	0.310	ปฏิเสธ
H3 : ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อวงจรเงินสด	0.412	0.039*	ยอมรับ
H4 : ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบเชิงลบต่อวงจรเงินสด	-0.544	0.000**	ยอมรับ
H5 : วงจรเงินสดมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร	-0.432	0.030*	ยอมรับ

ที่มา : รูปภาพประกอบ 2

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน ในตารางที่ 5 พบว่า สภาพคล่องทางการเงินมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 1 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zubairi (2010), Azam and Haider (2011) และ Egbide, Uwuigbe, and Uwalomwa (2013) โดยการบริหารจัดการสภาพคล่องนั้น หากมีสภาพคล่องที่ต่ำเกินไปเป็นอันตรายต่อการดำเนินงานที่ราบรื่นขององค์กร ซึ่งจะส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรลดลงได้ (Egbide, Uwuigbe, and Uwalomwa, 2013) แต่ทั้งนี้ก็ไม่ควรบริหารจัดการให้สภาพคล่องของกิจการสูงเกินไป เพราะอาจทำให้เสียโอกาสในการลงทุน

การศึกษาถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร ไม่พบผลกระทบของประสิทธิภาพในการดำเนินงานกับความสามารถในการทำกำไร ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 โดยแตกต่างกับงานวิจัยของ Mansoori and Muhammad (2012) และ Gul et. al. (2013) ที่พบว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร แต่ทั้งนี้ประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้มีผลกระทบทางอ้อมกับความสามารถในการทำกำไร ซึ่งผ่านตัวแปรคั่นกลางคือวงจรเงินสด โดยที่ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบต่อวงจรเงินสด และวงจรเงินสดมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร ซึ่งจะกล่าวในประเด็นถัดไป

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อวงจรเงินสด ซึ่งยอมรับสมมติฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teruel and Solano (2007) และ Tauringana and Afrifa (2013) เนื่องจาก เมื่อระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือมีระยะเวลานาน ก็จะทำให้วงจรเงินสดมีระยะเวลานานด้วย อีกทั้งยังพบว่า ระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบต่อวงจรเงินสด ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ 4 โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teruel and Solano (2007) และ Zubairi (2010) ซึ่งหากระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีระยะเวลายาวนาน จะทำให้ลดระยะเวลาของวงจรเงินสด

ในด้านของวงจรเงินสดที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรนั้น พบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร จึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Teruel and Solano (2007), Raheman, Talat, Qayyum and Mohmood (2010), Azam and Haider (2011), Mansoori and Muhammad (2012), Gul et. al. (2013), และ Jayarathne (2014) เนื่องจาก วงจรเงินสดเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพการทำงานและการเพิ่มผลกำไร อีกทั้งยังเป็นวิธีที่ง่ายในการตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานของการบริหารเงินทุนหมุนเวียน โดยการลดวงจรเงินสดสามารถทำได้โดยลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ แต่ทั้งนี้ควรลดวงจรเงินสดให้สมเหตุสมผลกับการดำเนินงาน และไม่กระทบต่อการดำเนินงานปกติของกิจการ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การศึกษาในอนาคตควรศึกษาในกลุ่มธุรกิจอื่น รวมทั้งศึกษาในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อตรวจสอบว่าควรมีการบริหารเงินทุนหมุนเวียนอย่างไรเพื่อให้เกิดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ

5.1.2 การศึกษาในอนาคตควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจจะมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร เช่น การบริหารเงินทุนระยะยาว เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้จัดการฝ่ายการเงินและบัญชีของกิจการด้านธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้มีประสิทธิภาพ โดยบริหารสภาพคล่องทางการเงินให้สูงเพียงพอที่จะไม่

ผลกระทบต่อการดำเนินงานของกิจการ รวมทั้งปรับวงจรเงินสดให้มีระยะที่สั้นลงเพื่อทำให้ความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น โดยลดระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ และเพิ่มระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ แต่ทั้งนี้ควรลดวงจรเงินสดให้สมเหตุสมผลกับการดำเนินงาน และไม่กระทบต่อการดำเนินงานปกติของกิจการ

5.2.2 ผู้ประกอบการที่ต้องการลงทุนในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม สามารถนำผลการวิจัยด้านการบริหารเงินทุนหมุนเวียนไปวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนกับธุรกิจดังกล่าวได้ โดยกิจการที่มีสภาพคล่องสูงและมีระยะของวงจรเงินสดสั้นจะมีความสามารถในการทำกำไรที่ดี ซึ่งกิจการที่มีความสามารถในการทำกำไรสูงมักจะเป็นกิจการที่น่าลงทุนด้วย

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารเงินทุนหมุนเวียนที่มีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร โดยพบว่า สภาพคล่องทางการเงินมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนั้นการบริหารสภาพคล่องให้สูง จะช่วยให้เพิ่มความสามารถในการทำกำไร เนื่องจาก กิจการจะมีการดำเนินงานไปได้อย่างราบรื่น แต่ทั้งนี้ไม่ควรบริหารสภาพคล่องของกิจการสูงเกินไปจนเสียโอกาสในการลงทุน นอกจากนี้ยังพบว่า ประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีผลกระทบเชิงบวกต่อวงจรเงินสด และระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้มีผลกระทบเชิงลบต่อวงจรเงินสด ซึ่งวงจรเงินสดเป็นการบอกถึงระยะเวลาในการหมุนเวียนเงินสดของกิจการ อีกทั้งยังพบว่า วงจรเงินสดมีผลกระทบเชิงลบต่อความสามารถในการทำกำไร ดังนั้น การบริหารจัดการให้วงจรเงินสดมีระยะสั้นนั้น จะต้องเร่งระยะเวลาในการเก็บเงินจากลูกหนี้และระยะเวลาในการจำหน่ายสินค้าคงเหลือ รวมทั้งต้องพยายามขยายระยะเวลาในการจ่ายชำระหนี้ เพื่อนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). *โครงการเตรียมความพร้อมและสร้างเครือข่ายธุรกิจภาคอุตสาหกรรมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2559, จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). *ราคาหลักทรัพย์ – ตามกลุ่มอุตสาหกรรม*. ค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2559 จาก, <http://marketdata.set.or.th/mkt/sectorquotation.do?language=th&country=TH§or=AGRO>
- ศิริเพ็ญ มานะวนิชกุล. (2553). *การศึกษาประสิทธิภาพการบริหารเงินทุนหมุนเวียน ประสิทธิภาพการบริหารสินทรัพย์และความสามารถในการทำกำไร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษาอุตสาหกรรมแฟชั่น*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การบัญชีบริหาร (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอ-ฮิล.
- สำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงบรัสเซลส์. (2557). *แนวโน้มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ปี 2557*. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2559, จาก <http://www2.thaieurope.net/>
- Atseye, F. A., Ugwu, J. L., & Takon, S. M. (2015). Determinants of working capital management theoretical review. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(2).

- Azam, M., & Haider, S. I. (2011). Impact of working capital management on firms' performance : Evidence from non-financial institutions of KSE-30 index. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(5), 48.-492.
- Benamati, J. S., & Lederer, A. L. (2008) Decision support systems unfracture : the root problems of the management of changing IT. *Decision Support Systems*, 45(4), 833-844.
- Bentler, P. M., & Bonett, D. G. (1980). Significance test and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88(3), 588-606.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2007). *Fundamentals of financial management*. USA: Thomson Corporation..
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit*. In: K.A.
- Cavanagh, J. (2012). Management of cash and cash equivalents. Retrieved from <http://tgg-accounting.com/2012/11/understanding-the-cash-conversion-cycle/>
- Deloof, M. (2003). Does working capital management affect profitability of Belgium firms?. *Journal Business Finance and Accounting*, 30, 573-588.
- Egbide, B. C., Uwuigbo, O., & Uwalomwa, U. (2013). Liquidity management and profitability of manufacturing companies in Nigeria. *Journal of Business and Management*, 9(1), 13-21.
- Gitman, L. J. (1974). Estimating corporate liquidity requirements: a simplified approach. *The Financial Review*, 9, 79-88.
- Gul, S., Khan, M. B., Rehman, S. U., Khan, M. T., Khan, M., & Khan, W. (2013). Working capital management and performance of SME sector. *European Journal of Business and Management*, 5(1), 60-69.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1995). Evaluating model fit. In R.H. Hoyle. *Structural equation modeling concepts*. Thousand Oaks, California : Sage.
- Jayarathne, T. (2014). Impact of working capital management on profitability : Evidence from listed companies in Sri Lanka. *International Conference on Management and Economics*, 3, 269-274.
- Krejcie, R. V., & Morgan D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Psychological measurement*, 607-610.
- Mansoori, E., & Muhammad, J. (2012). The effect of working capital management and firm's profitability: Evidence from Singapore. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4, (September).
- Marsh, H. W., & Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept : First- and higher order factor models and their invariance across groups. *Psychological Bulletin*, (97), 362-582
- Nimalathasan, B. (2010). Working capital management and its impact on profitability : A study of selected listed manufacturing companies of Sri Lanka. *Manager: information management*, 12, 6-82.

- Raheman, A., Talat, A., Qayyum, A., & Mohmood, A. B. (2010), Working capital management and corporate performance of manufacturing sector in Pakistan. *International Research Journal of Finance and Economics*, 47, 151-163
- Padachi, K. (2006). Trends in working capital management and its impacts on firm's performance: An analysis of mauritanian small manufacturing firm. *International Review of Business Research Papers*, 2(2), 45-58.
- Paramasivan, C., & Subramanian, T. (2012). *Financial management*. New Age International(P) Limited. India.
- Pass, C. L., & Pike, R. H. (1984). An overview of working capital management and corporate financing. *Managerial Finance*, 10(3), 1-11.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). A beginner's guide to structural equation modeling (3rd ed.). New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Smith, K. (1987). Trade credit and informational asymmetry. *Journal of Finance*, 42, 863-872.
- Song, Z., Liu, D., & Chen, S. (2012). Decision engineering method to identify the competitive effects of working capital : A neural network model. *Systems Engineering Procedia*, 5, 326-333.
- Tauringana, V., & Afrifa, G. A. (2013). The relative importance of working capital management and its components to SME's profitability. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(3), 453-469.
- Teruel, J. G., & Solano, S. (2007). Effects of working capital management on SME profitability. *International Journal of Managerial Finance*, 2(3), 164-177.
- Weygandt, J. J., Kimmel, P. D., & Kieso D. E. (2012). *Managerial Accounting* (60th ed.). NJ : John Wiley & Sons.
- Zubairi, H. J. (2010). Impact of working capital management and capital structure on profitability of automobile firms in Pakistan. *SSRN Electronic Journal*. Retrieved from www.ssrn.com/abstract=1663354.

**ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับ
การบรรลุเป้าหมายองค์กรของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**
**Relationship between Internal Audit Independence and Organization Goal
Achievement of Electrical and Electronic Industry in Thailand**

ธีราภรณ์ แนนดี* นาถนภา นิลนิยม² และศุทธิณี ปราศญศรีภูมิ³
Teeraporn Naendee*, Natnapa Nilniyom² and Sutthini Pratsiphum³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมายองค์กรของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 103 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด และด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบรรลุเป้าหมายองค์กรโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางเพื่อเสริมสร้างความ เป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้ตามมาตรฐานแห่งวิชาชีพและเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในวิชาชีพต่อไป

คำสำคัญ : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน การบรรลุเป้าหมายองค์กร ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายใน ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationships between relationship between internal audit independence and organization goal achievement of electrical and electronic industry in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 103 internal executives. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results showed that internal audit independence in the reporting directly to executive and perform without bias had positive relationship with and effect on overall organizational goal achievement. Therefore, the results could be used by internal executives for enhancing work efficiency in order to meet professional standard and eventually increase creditability of professional

Keywords : Internal Audit Independence, Organizational Goal Achievement, Internal Executive

1. บทนำ

การประกอบธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านของนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งองค์กรจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ เพื่อให้องค์กรสามารถยืนหยัดอยู่อย่างมั่นคงได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้เจ้าของธุรกิจต้องเร่งพัฒนาธุรกิจตามวิถีทางต่างๆ ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและแนวทางในการบริหารจัดการที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจให้มีกระบวนการกำกับดูแลที่ดี เพื่อสร้างความเชื่อถือและสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนและระยะยาว ดังนั้น กิจการต้องจัดให้มีการตรวจสอบภายใน (Internal Audit) ขึ้นภายในกิจการ ที่เข้ามาช่วยในการประเมินและวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทุกด้านในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระบบงาน ระบบบัญชี รวมทั้งระบบสารสนเทศของทั้งองค์กร จึงเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยปรับปรุงระบบงาน ให้สะดวก รวดเร็ว ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนเพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา ที่สำคัญคือ ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน แต่ยังคงรักษาหรือเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน และการตรวจสอบภายในยังเป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการประสานงาน ช่วยลดปัญหาความไม่เข้าใจในนโยบายทำให้การบริหารงานบรรลุผลตามที่ผู้บริหารต้องการ (อุษณา ภักธมนตรี, 2545: 21 - 22) นอกจากนี้การตรวจสอบภายในยังมีส่วนในการช่วยเหลือผู้ปฏิบัติงานทุกระดับขององค์กรให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (จันทนา สาขากร และคณะ, 2554) จากความสำคัญของการตรวจสอบภายในส่งผลให้ผู้ตรวจสอบภายในต้องปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระเพราะจะทำให้การปฏิบัติงานตรวจสอบนั้นน่าเชื่อถือมากขึ้นและยังเป็นส่วนที่เพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร ส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานในภาพรวมต่อไป

ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน (Internal Audit Independence) เป็นกรปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายในโดยปราศจากเงื่อนไขใดๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อความสามารถในการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน เพื่อให้ได้มาซึ่งหลักฐานการตรวจสอบที่เพียงพอและเหมาะสม ตลอดจนแสดงความเห็นในรายงานการตรวจสอบโดยที่ผู้ตรวจสอบภายในไม่ถูกจำกัดสิทธิในการแสดงความคิดเห็น ปราศจากการแทรกแซงและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลใดๆ ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในมีความสำคัญอย่างมากต่อวิชาชีพและชื่อเสียงของผู้ตรวจสอบภายใน เพราะถ้าหากผู้ตรวจสอบภายในละเลย บกพร่อง หรือขาดความเป็นอิสระในการตรวจสอบแล้ว มักจะทำให้เกิดคำถามที่ตามมา

มาถึงความโปร่งใสและการตรวจสอบในการปฏิบัติงานได้ (จันทนา สาขากร และคณะ, 2554) ดังนั้น ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อองค์กรเพราะเป็นส่วนที่ทำให้กระบวนการปฏิบัติงานภายในองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่บุคคลต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในจะต้อง ประกอบด้วย 5 ประการ ได้แก่ ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด (Reporting directly to executive) ด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง (Conflict of interest avoidance) ด้านการปฏิบัติงานตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Law and regulation practice) ด้านความสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ (Access of data) และด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน (Perform without bias) ดังนั้น หากผู้ตรวจสอบภายในสามารถปฏิบัติงานได้ตามที่ กล่าวมาแล้วข้างต้นย่อมส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้การดำเนินงาน ขององค์กรประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Organizational Goal Achievement) เป็นผลสะท้อนถึงการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีการวางแผนการบริหารงานอย่างดียเยี่ยม นอกจากผลงานที่สะท้อนถึงการบริหารจัดการที่ดีแล้วยังสามารถสร้างศักยภาพให้กับองค์กร อันจะสร้างความได้เปรียบทางด้านการดำเนินธุรกิจต่อไป องค์กรที่จะประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ต้องมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานสูง มีระบบการบริหารจัดการที่ดี โดยในปัจจุบันรูปแบบการแข่งขัน ทางธุรกิจมีความหลากหลายทำให้มีความท้าทายในการดำเนินธุรกิจมากขึ้นและยังส่งผลให้องค์กรต้องเผชิญกับความเสี่ยงเพิ่มขึ้น องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการจัดการ กับความเสี่ยงเพื่อที่จะสามารถลดความสูญเสียที่จะเกิดขึ้นแก่องค์กร รวมไปถึงการสร้างโอกาสและมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรในอนาคต ซึ่งการที่องค์กรจะสามารถประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายได้นั้นมีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 ประการ ได้แก่ ด้านกระบวนการกำกับดูแลที่ดี (Good corporate governance) ด้านการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement) ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน (Efficiency and effectiveness of performance) ด้านมาตรการถ่วงดุลแห่งอำนาจ (Check and balance) และด้านการควบคุมความเสี่ยง (Risk control) (กรมบัญชีกลาง, 2546 :1) ดังนั้น หากองค์กรมีขั้นตอนในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ก็จะสามารถส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมาย ที่วางไว้

ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical and Electronic Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยทำรายได้จากการส่งออกให้กับประเทศเป็นจำนวนมากมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการรองรับแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างแรงงานจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม มีการจ้างงานและการลงทุนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จำแนกเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำจะเป็น ออกแบบวงจรไฟฟ้า การผลิตและเจือสารแผ่นเวเฟอร์ อุตสาหกรรมกลางน้ำจะผลิตแผ่นวงจรพิมพ์ และขึ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการส่งออกเป็นหลัก ส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำ จะเป็น คอมพิวเตอร์และส่วนประกอบอุปกรณ์โทรคมนาคม เครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งผู้ผลิตมีการพัฒนา ชีตความสามารถทางเทคโนโลยี การออกแบบ และมีความสามารถในการผลิตขึ้นส่วนรวมทั้งมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ในประเทศสูง แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังขาดศักยภาพในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ดังนั้น จึงควรมีการตรวจสอบภายในเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่เข้ามาช่วยพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ โดยจะเข้ามาช่วยในส่วนของการประเมินและวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทุกด้านในการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระบบงาน ระบบบัญชี รวมทั้งระบบสารสนเทศของทั้งองค์กร ซึ่งจะเป็น ส่วนที่ช่วยส่งเสริมให้องค์กรประสบ

ความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในตลาดโลก (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์)

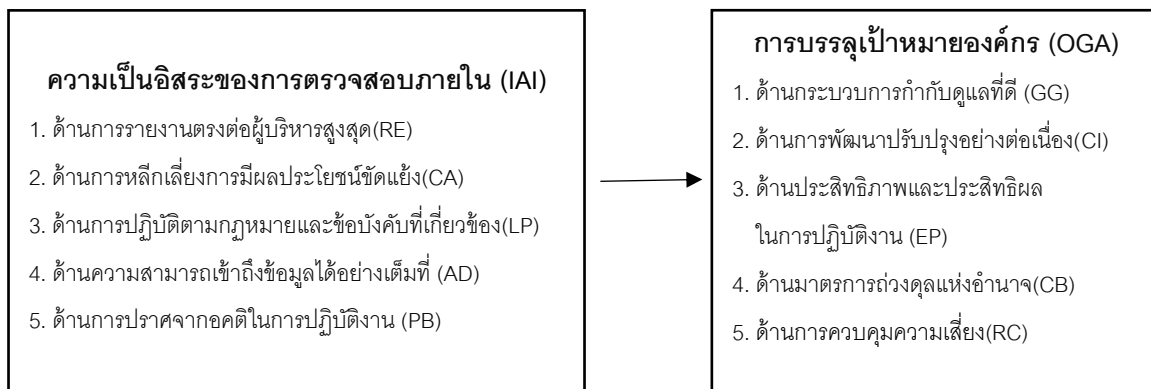
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในมีความสัมพันธ์กับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ตรวจสอบภายในรวมไปถึงใช้ในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมความเป็นอิสระของการปฏิบัติงานตรวจสอบทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เพื่อให้ผลการตรวจสอบภายในบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับการบรรลุเป้าหมายขององค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน และการบรรลุเป้าหมายขององค์กร



2.1 ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน (Internal Audit Independence)

ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน หมายถึง การวางแผนการตรวจสอบและใช้วิธีการตรวจสอบต่างๆ ของผู้ตรวจสอบภายใน เพื่อให้ได้มาซึ่ง ข้อมูล หลักฐานการตรวจสอบภายในที่พอเพียงและเหมาะสม ตลอดจนแสดงความเห็นในรายงานการตรวจสอบภายใน โดยไม่ถูกจำกัดสิทธิ และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลใดๆ (จุมภฏ ระเบียบโลก, 2549 : 1-12) ซึ่งประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด (Reporting Directly to Executive) หมายถึง การกำหนดให้หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในต้องรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบหรือผู้บริหารสูงสุด เพื่อให้การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในสามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ตามที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย ทั้งนี้ หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในต้องยืนยันต่อหัวหน้าคณะกรรมการตรวจสอบหรือผู้บริหารสูงสุดถึงความเป็นอิสระของการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในอย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง

2.1.2 ด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง (Conflict of Interest Avoidance) หมายถึง การไม่รับทรัพย์สินหรือประโยชน์ใดๆ และไม่เข้าไปมีส่วนได้เสีย หรือส่วนร่วมในการปฏิบัติงานขององค์กร ในกิจกรรมที่ผู้ตรวจสอบภายในต้องตรวจสอบหรือประเมินผล

2.1.3 ด้านการปฏิบัติงานตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Law and Regulation Practice) หมายถึง การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในต้องปราศจากการแทรกแซงใดๆในเรื่องของ การกำหนดขอบเขต การปฏิบัติงาน และการรายงานผลการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน การปฏิบัติงานต้องไม่อยู่ภายใต้บังคับบัญชาของผู้บริหารไม่ว่าระดับใดและปราศจากการครอบงำจากทุกฝ่าย

2.1.4 ด้านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ (Access of Data) หมายถึง การไม่ถูกจำกัดสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล เอกสารหลักฐาน รายงาน บุคลากรและทรัพย์สินต่างๆรวมทั้งในส่วนที่อยู่ในความดูแลของบุคคลอื่นที่มีความจำเป็นต่อหน้าที่รับผิดชอบของผู้ตรวจสอบและต้องปราศจากการแทรกแซงใดๆ

2.1.5 ด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน (Perform without Bias) หมายถึง การปฏิบัติงานการตรวจสอบภายในผู้ตรวจสอบภายในต้องตรวจสอบไปในแนวทางที่ถูกต้องและมีความยุติธรรม มีความเป็นกลางแก่บุคคลที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยไม่สนองตอบความต้องการของบุคคลเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่จะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมจากงานตรวจสอบที่ตนเองรับผิดชอบ

2.2 การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Organizational Goal Achievement)

การบรรลุเป้าหมายขององค์กร หมายถึง ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร โดยอาศัยกระบวนการจัดการโครงสร้างของกิจกรรมประเภทต่างๆ และสมาชิกภายในองค์กรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ซึ่งผลที่ได้นั้นมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดคุณค่าแก่องค์กร ส่งผลให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุดจากการดำเนินงานนั้นๆ (กรมบัญชีกลาง, 2546 : 1) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านกระบวนการกำกับดูแลที่ดี (Good Corporate Governance) หมายถึง การมีระบบและขั้นตอนในการกำกับดูแลควบคุมที่ทำให้การดำเนินงานของฝ่ายต่างๆในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล มีความโปร่งใส มีความรับผิดชอบ และเป็นธรรม

2.2.2 ด้านการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement) หมายถึง การจัดทำหรือการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในการพัฒนาฐานข้อมูลให้สอดคล้องกับนโยบายโดยการฝึกอบรมและศึกษาเพื่อให้ผู้บริหารมีเครื่องมือในการติดตามความก้าวหน้าของงานและวิเคราะห์ หาสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาลดช่องว่าง ที่มีจากเป้าหมายที่กำหนด และผลลัพธ์จริงที่เกิดขึ้น

2.2.3 ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน (Efficiency and Effectiveness of Performance) หมายถึง การลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา การลดเวลา และการลดค่าใช้จ่าย เป็นสื่อกลางระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการประสานงานและลดปัญหาความไม่เข้าใจในนโยบาย

2.2.4 ด้านมาตรการถ่วงดุลแห่งอำนาจ (Check and Balance) หมายถึง การจัดสรรการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เป็นไปได้อย่างเหมาะสมตามลำดับความสำคัญ และเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2.2.5 ด้านการควบคุมความเสี่ยง (Risk Control) หมายถึง การจัดการระบบการทำงานภายในองค์กร ส่วนงานฝ่ายต่างๆ ในองค์กรให้สามารถบ่งชี้และประเมินความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติงาน รวมทั้งช่วยให้เกิดการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการวางแผน การตรวจสอบและใช้วิธีการตรวจสอบเพื่อให้ได้มาซึ่ง ข้อมูล หลักฐานการตรวจสอบภายในที่พอเพียงและเหมาะสม โดยไม่ถูกจำกัดสิทธิ และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลใดๆ ซึ่งแนวทางการปฏิบัติงานตรวจสอบภายในที่จัดทำขึ้นไว้ล่วงหน้า ซึ่งจะสะท้อนถึงการบรรลุเป้าหมายองค์กร ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในต้องใช้วิจารณญาณในการสังเกตและสงสัย เยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพต่อข้อมูลที่ได้มา เพื่อให้มีความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบภายใน และบรรลุ เป้าหมายองค์กร ได้ตามมาตรฐาน ซึ่งจะก่อให้เกิดความถูกต้องและน่าเชื่อถือ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้ ดังนั้น จึงตั้งเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการปฏิบัติงานตามกฎหมายและข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 4 : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านความสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 5 : ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับการบรรลุเป้าหมายองค์กร ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายใน ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและ อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 330 คน (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายใน ธุรกิจ จำนวน 330 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามเขตพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ส่ง แบบสอบถาม จำนวน 330 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับถูกต้อง และสมบูรณ์ จำนวน 103 ฉบับ คิด เป็นร้อยละ 31.21 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day, (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่าขนาดตัวอย่างที่ได้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความเป็นอิสระในการตรวจสอบภายใน เป็นตัวแปรอิสระ (จุมภฏ ระเบียบโลก, 2549 : 1-12) ซึ่งสามารถ จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุดประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การกำหนดให้หัวหน้าหน่วยงานตรวจสอบภายในต้องรายงานตรงต่อคณะกรรมการตรวจสอบหรือผู้บริหารสูงสุดอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในสามารถดำเนินไปได้อย่างเต็มที่ตามหน้าที่ความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย 2) ด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา

การไม่รับทรัพย์สินหรือประโยชน์ใดๆ และไม่เข้าไปมีส่วนได้เสีย หรือส่วนร่วมในการปฏิบัติงานขององค์กรในกิจกรรมที่ผู้ตรวจสอบภายในต้องตรวจสอบหรือประเมินผล 3 ด้านการปฏิบัติงานตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การปฏิบัติงานตรวจสอบภายในต้องปราศจากการแทรกแซงในเรื่องของการกำหนดขอบเขต การปฏิบัติงาน และการรายงานผลการปฏิบัติงานตรวจสอบภายใน การปฏิบัติงานต้องไม่อยู่ภายใต้บังคับบัญชาของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง 4) ด้านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การไม่ถูกจำกัดสิทธิ ในการเข้าถึงข้อมูล เอกสารหลักฐานต่างๆ รวมทั้งในส่วนที่อยู่ในความดูแลของบุคคลอื่นที่มีความจำเป็นต่อหน้าที่รับผิดชอบของผู้ตรวจสอบและต้องปราศจากการแทรกแซงใดๆ

5) ด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การปฏิบัติงานการตรวจสอบภายใน ผู้ตรวจสอบต้องตรวจสอบไปในแนวทางที่ถูกต้องและยุติธรรม ความเป็นกลาง แก่ทุกฝ่าย โดยไม่สนองตอบความต้องการของบุคคลเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น

การบรรลุเป้าหมายองค์กร เป็นตัวแปรตาม (กรมบัญชีกลาง, 2546 :1) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านกระบวนการกำกับดูแลที่ดี ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การมีระบบและขั้นตอนในการกำกับควบคุมดูแลที่ดีที่ทำให้การดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ ในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ 2) ด้านการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การจัดทำหรือการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ในการพัฒนาฐานข้อมูลให้สอดคล้องกับนโยบายโดยการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้บริหารมีเครื่องมือในการติดตามความก้าวหน้าของงานและวิเคราะห์ หาสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาค้นหาได้ทันเวลา 3) ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา ลดเวลา และลดค่าใช้จ่าย เป็นสื่อกลางระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการประสานงานและลดปัญหาความไม่เข้าใจในนโยบาย 4) ด้านมาตรการถ่วงดุลแห่งอำนาจ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การจัดสรรการใช้ทรัพยากรขององค์กรให้เป็นไปได้เหมาะสมตามลำดับความสำคัญ และเป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร 5) ด้านการควบคุมความเสี่ยง ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การจัดการระบบการทำงานภายในองค์กร ส่วนงานฝ่ายต่างๆ ในองค์กรให้สามารถประเมินความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญต่อการปฏิบัติงาน รวมทั้งช่วยให้เกิดการปรับปรุงการบริหารความเสี่ยงและระบบการควบคุมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.564 - 0.895 และการบรรลุเป้าหมายองค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.587 - 0.898 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977 : 49-60) ได้นำเสนอว่าค่าอำนาจจำแนก มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.815 - 0.915 และการบรรลุเป้าหมายองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.849 - 0.940 ซึ่งสอดคล้องกับ Cronbach (1970 : 161) ได้นำเสนอว่า สัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่า ความเชื่อมั่นของข้อคำถามอยู่ในระดับดี

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมายองค์กรของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad \text{OGA} = \beta_0 + \beta_1 \text{RE} + \beta_2 \text{CA} + \beta_3 \text{LP} + \beta_4 \text{AD} + \beta_5 \text{PB} + \varepsilon$$

เมื่อ IAI แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในโดยรวม

RE แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด

CA แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง

LP แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในด้านการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

AD แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในด้านความสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่

PB แทน คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของของความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในกับการบรรลุเป้าหมายองค์กรโดยรวมของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	OGA	RE	CA	LP	AD	PB	VIFs
$\bar{X}$	3.97	4.15	4.14	4.13	4.31	4.23	
S.D.	0.49	0.41	0.55	0.56	0.47	0.53	
OGA		0.315*	0.194*	0.365*	0.297*	0.435*	
RE			0.208*	0.323*	0.198*	0.195*	1.145
CA				0.287*	0.207*	0.007	1.185
LP					0.351*	0.437*	1.446
AD						0.576*	1.604
PB							1.748

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความเป็นอิสระ

ของการตรวจสอบภายใน มีค่าตั้งแต่ 1.145 – 1.748 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับการบรรลุป้าหมายองค์กรโดยรวม
ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน	การบรรลุเป้าหมายองค์กรโดยรวม (OGA)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.871	0.573	1.520	0.132
ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด (RE)	0.218	0.109	1.992	0.049*
ด้านการหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ขัดแย้ง (CA)	0.107	0.084	1.279	0.204
ด้านการปฏิบัติงานตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (LP)	0.105	0.090	1.159	0.249
ด้านสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างเต็มที่ (AD)	-0.009	0.113	-0.080	0.937
ด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน (PB)	0.320	0.104	3.064	0.003*
F = 7.358 p = 0.000 Adj R ² = 0.238				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบรรลุป้าหมายองค์กรโดยรวม และด้านการควบคุมความเสี่ยง เนื่องจากผู้บริหารกิจกรรมงานตรวจสอบภายในที่มีการรายงานผลการปฏิบัติงานให้ผู้บริหารระดับสูงสุดขององค์กรทราบถึงวัตถุประสงค์ ขอบเขต วิธีการปฏิบัติงาน รายงานสรุปผลการตรวจสอบ ประเด็นความเสี่ยงที่สำคัญและการควบคุม รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามแผนการตรวจสอบให้ผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการองค์กรได้ทราบอยู่เสมอ ย่อมส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ และยังสามารถช่วยควบคุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในการปฏิบัติงานการตรวจสอบภายในได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณา บุตรแสง (2556 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการบริหารกิจกรรมงานตรวจสอบภายในโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการสื่อสารและการอนุมัติ ด้านการบริหารทรัพยากร ด้านนโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติงาน ด้านการประสานงานและด้านการรายงานต่อผู้บริหารระดับสูงและคณะกรรมการองค์กร ดังนั้น การบริหารกิจกรรมงานตรวจสอบภายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการบริหารกิจกรรมงานตรวจสอบภายในทุกด้าน โดยมาจากการสนับสนุนและประกาศเป็นนโยบายชัดเจนในกฎบัตรการตรวจสอบภายในเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพ เป็นการเพิ่มมูลค่าแก่องค์กร และเป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เกิดความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

2) ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยรวม ด้านกระบวนการกำกับดูแลที่ดี ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ด้านมาตรการถ่วงดุลแห่งอำนาจ และด้านการควบคุมความเสี่ยง เนื่องจาก การปฏิบัติงานตรวจสอบด้วยความเที่ยงธรรม ปราศจากอคติและความลำเอียง เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่ผู้ตรวจสอบภายในทุกคนพึงมีในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป ผู้ตรวจสอบภายในมีหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องและเชื่อถือได้ของงบการเงินของกิจการว่าได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานที่รับรองทั่วไปหรือไม่ ซึ่งถือว่าเป็นควบคุมความเสี่ยงและป้องกันมิให้เกิดการหลงผิดหรือเสียหายกับผู้ที่ใช้ประโยชน์จากงบการเงินในการตัดสินใจทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ตรวจสอบภายในต้องปฏิบัติงานตรวจสอบและรับรองบัญชีอย่างเต็มความสามารถ ตระหนักถึงความเป็นอิสระในการตรวจสอบ ปราศจากอคติในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งมีการพิจารณาข้อเท็จจริงอย่างยุติธรรมและเป็นกลางเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และช่วยให้เกิดกระบวนการกำกับดูแลที่ดี ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กระทรวงการคลัง (2553 : 1-2) กล่าวว่า การตรวจสอบภายในเป็นการให้บริการข้อมูลแก่ฝ่ายบริหาร และเป็นหลักประกันขององค์กรในการประเมินประสิทธิผลและประสิทธิภาพของระบบการควบคุมภายในที่เหมาะสมทั้งในด้านการเงินและการบริหารเพื่อส่งเสริมการปฏิบัติงาน ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร โดยกระทำอย่างเป็นอิสระและคุ้มค่า และยังพบว่า การตรวจสอบภายในมีส่วนผลักดันความสำเร็จในเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ดูแลให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่า ซึ่งส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานขององค์กร เนื่องจากการตรวจสอบภายใน เป็นการประเมินวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลทุกด้านในการปฏิบัติงานจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ช่วยปรับปรุงระบบงานให้สะดวกรัดกุม ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา ช่วยลดเวลาและค่าใช้จ่าย เป็นสื่อกลางระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในการประสานและลดปัญหาความไม่เข้าใจในนโยบาย เป็นมาตรการถ่วงดุลแห่งอำนาจ และให้สัญญาณเตือนภัยล่วงหน้า ของการประทุมิชอบหรือการทุจริตในองค์กร ลดโอกาสความร้ายแรงและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งเพื่อเพิ่มโอกาสของความสำเร็จของงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร สมอออน (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า ความเป็นอิสระในการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการสอบบัญชี ดังนั้น ผู้ตรวจสอบภายในควรมุ่งเน้นการปฏิบัติงาน โดยยึดมั่นในจรรยาบรรณในวิชาชีพ มีการตรวจสอบและรับรองบัญชีอย่างเป็นอิสระเป็นกลาง ปราศจากอคติและความลำเอียงพร้อมทั้งใช้ความรู้และความสามารถที่มีมาปรับใช้ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน โดยไม่พยายามแสดงความคิดเห็นหรือสรุปรายการการสอบบัญชีที่บิดเบือนข้อเท็จจริง อันส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินเกิดการเข้าใจผิด อีกทั้งยังควรหลีกเลี่ยงการมีผลประโยชน์ที่ขัดแย้ง และไม่ตรวจสอบและรับรองบัญชีเกิดกว่าได้รับมอบหมาย เพื่อช่วยควบคุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นแก่องค์กร และเพื่อให้รายงานการตรวจสอบมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานมากที่สุด

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบกับกลุ่มตัวแปรความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน เพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการศึกษาดัชนีตัวแปรหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร เช่น นโยบายขององค์กร รูปแบบการจัดองค์กร กฎระเบียบภายในองค์กร เพื่อให้ผลการวิจัยมีความละเอียดและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการศึกษาโดยการส่งแบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เนื้อหามีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จขององค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นแนวทางสำคัญแก่ ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายใน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตรวจสอบ เป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางปฏิบัติงานหรือกลยุทธ์ของผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายใน ให้มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ รวมทั้งปรับปรุงและพัฒนากระบวนการตรวจสอบให้เป็นไปในทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน ตลอดจนช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย จนทำให้เกิดกระบวนการทำงานที่ดี มีการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน และช่วยควบคุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นแก่องค์กร ทำให้ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในสามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6. สรุปผลการวิจัย

ความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายใน ด้านการรายงานตรงต่อผู้บริหารสูงสุด และด้านการปราศจากอคติในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบรรลุเป้าหมายขององค์กรโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายตรวจสอบภายในต้องมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับความเป็นอิสระของการตรวจสอบภายในควรมีการสนับสนุนและประกาศเป็นนโยบายชัดเจนในกฎบัตรการ มีการศึกษาการวางแผนการตรวจสอบ เพื่อพัฒนาตนเองและแสวงหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานการตรวจสอบและปรับปรุงการตรวจสอบให้มีความสอดคล้องกับขอบเขตการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเป็นอิสระในการตรวจสอบ ตลอดจนมีความรอบคอบและซื่อสัตย์เยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบภายใน ให้เป็นไปอย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง, กรมบัญชีกลาง. (2553). *แนวปฏิบัติการตรวจสอบภายใน*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานมาตรฐาน

ด้านการตรวจสอบภายใน.

กรมบัญชีกลาง. (2546). *แนวปฏิบัติการตรวจสอบภายใน*. กรุงเทพฯ : กรมบัญชีกลาง.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2557). *อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์*. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2557,

จาก <http://strategy.dip.go.th>

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). รายชื่อผู้ประกอบการ ปี 2557. ค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.datathailand.com/indexmong01.php?2558>
- จันทนา สาขากกร, นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ และ ศิริจันเพชร. (2554). การตรวจสอบภายใน และการควบคุมภายใน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพรส.
- ประภัศร สมอออน. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอิสระในการสอบบัญชีกับคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อุษณา ภัทรมนตรี. (2545). การตรวจสอบและการควบคุมภายใน : แนวคิดกรณีศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ภาควิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อรอุมา นุตระแสง.(2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารกิจกรรมงานตรวจสอบภายในกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, A. D., Kumer, V., & S. Day, G. (2001). *Marketing research*. NewYork : John Wiley & Son.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). USA : John Wiley & Son.
- Cronbach, L. J. (1970) *Essential of psychological testing* (3rd ed.). New York : Harper & Row.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity. *Journal of Educational Research*, 49 - 60.

ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อ
ของลูกค้าชาวลาวในเขตจังหวัดหนองคาย
Relationship Between Buying Motives and Buying Behavior
of Laos Customers in Nongkhai Province

วัชรพล ฤทธิเรืองนาม¹ นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์² และวีรยา ภัทรอาชาชัย³
Watcharapol Ritruengnam¹ Nitiphong Songsrirote² and Veeraya Patara-Archachai³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาวในเขตจังหวัดหนองคาย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าชาวลาว จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อด้านแรงจูงใจ จากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ดังนั้น ผู้ประกอบการในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการซื้อในด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ เพื่อให้องค์กรได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า เป็นมาตรฐานในการเทียบเคียงกับคู่แข่งชั้น นำพาธุรกิจสู่ความสำเร็จ

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการซื้อ พฤติกรรมการซื้อ ลูกค้าชาวลาว

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationship between buying motives and buying behavior of Laos customers in Nongkhai Province. A questionnaire was used for collecting data from 400 Laos customers. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results showed that buying motives in the product buying motives, rational buying motives, emotional buying motives and patronage buying motives had positive relationships with and effects on overall buying behaviors. Therefore, the enterprises in Thailand should focus on creating incentives for the purchase in the product buying motives, rational buying motives, emotional buying motives, and patronage buying motives. The organization has satisfied customers in a standard comparing to competitors which subsequently leads to business success.

Keywords : buying motives, buying behavior, Laos customers

1. บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจทางการค้าระหว่างชายแดนมีการแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจการค้าระหว่างชายแดนมีการเจริญเติบโตมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการเจริญเติบโตที่มากขึ้นดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการค้าขายสินค้าระหว่างชายแดนมีการปรับตัวเพื่อที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากที่สุด ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่ของธุรกิจการค้าต่างๆ เช่น เทสโก้โลตัส แม็คโคร โฮมโปร เป็นต้น เลือกที่จะมาเปิดสาขาในจังหวัดหนองคายเพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อให้แก่ลูกค้า และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการซื้อของลูกค้าให้ได้มากที่สุด สินค้าติดตัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกที่สำคัญ ได้แก่ เครื่องอุปโภคบริโภค สินค้าเบ็ดเตล็ด ผักผลไม้ วัสดุก่อสร้าง เครื่องมือทางการเกษตร เป็นต้น (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย, 2558 : เว็บไซต์) โดยรวมแล้วปัจจุบัน ประเทศไทยมีจุดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านรวมแล้วทั้งสิ้นประมาณกว่า 70 จุด ทั้งในส่วนของจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่านแดนชั่วคราว และจุดผ่อนปรนกระจายอยู่ทั่วประเทศกว่า 30 จังหวัด ทั้งนี้ชายแดนไทย-พม่า ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านจังหวัดกาญจนบุรี ชายแดนไทย-ลาว ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านจังหวัดหนองคาย ชายแดนไทย-มาเลเซีย ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านจังหวัดสงขลาเกือบทั้งหมด ชายแดนไทย-กัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นการค้าผ่านจังหวัดสระแก้ว สำหรับตลาดการค้าชายแดนในพม่าและกัมพูชา นั้น ระบบการนำเข้าและส่งออกยังคงเน้นในกลุ่มสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคเป็นสำคัญ และยังคงเห็นรูปแบบการชำระเงินผ่านระบบเงินสด ปัจจุบันการค้าชายแดนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดประเทศเพื่อนบ้านเนื่องจากมีต้นทุนค่าขนส่งต่ำกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ และยังเป็นแหล่งระบายสินค้าที่ล้นตลาดของไทย ตลอดจนยังเป็นช่องทางในการหาวัตถุดิบที่มีราคาถูกเพื่อป้อนโรงงานผลิตสินค้าภายในประเทศเพื่อลดต้นทุนการผลิต ทำให้สินค้าดังกล่าวมีราคาต่ำลง อันเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคภายในประเทศของไทยและสามารถส่งออกสินค้าที่มีราคาค่อนข้างต่ำลงเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางด้านราคาในตลาดโลกเพิ่มขึ้น

แรงจูงใจในการซื้อ (Buying Motives) เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภค จะมีการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยต้องมีเหตุผลหรือแรงจูงใจในการเลือกซื้อตามความต้องการและความพึงพอใจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีวิธีการหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อค้นหาแรงจูงใจในการซื้อของลูกค้าและนำสิ่งเหล่านั้นมาใช้ใน

การเสนอขายและรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้าให้เป็นระยะเวลานานเพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ซื้อซึ่งแรงจูงใจในการซื้อ ประกอบด้วย ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ (พิบูล ธีปะปาล, 2545 : 179-182) จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นถือเป็นปัจจัยที่ชี้วัดพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญจากแรงจูงใจหรือความต้องการภายในของผู้บริโภค ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจนถึงระดับที่ทำให้ผู้บริโภคต้องแสดงพฤติกรรมการซื้อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจ

พฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior) เป็นพฤติกรรมในการค้นหาการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ในการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยผู้บริโภคมีการประเมินถึงความสามารถในการชำระค่าสินค้าและบริการที่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนที่แตกต่างกันไป การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยมีพื้นฐานมาจากทัศนคติของแต่ละคนในการเลือกซื้อโดยมีระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ประกอบด้วย ด้านความต้องการในการซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ ด้านช่องทางในการซื้อ ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ (นงรัก บุญเสริม, 2554 : 23-37) ซึ่งผู้บริโภคหรือลูกค้าชาวลาวยังมีพฤติกรรมการซื้อแบบเดิมเหมือนอดีต เช่น การรับประทานอาหารโดยการประกอบอาหารขึ้นเองในครัวเรือน เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมในการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าชาวลาวในจังหวัดหนองคายมีการซื้อซ้ำค่อนข้างมาก ทั้งนี้เนื่องจากค่าครองชีพในกรุงเวียงจันทร์ค่อนข้างสูง ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าชาวลาวในจังหวัดหนองคายมีความสามารถในการชำระค่าสินค้าและบริการสูงตามไปด้วย (ศูนย์วิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจอีสาน, 2558 : เว็บไซต์) ลูกค้าชาวลาวเป็นกลุ่มลูกค้าที่ส่งเสริมเศรษฐกิจในจังหวัดหนองคายอย่างมาก อันเนื่องมาจากพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาวนิยมที่เข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในประเทศไทย สถิติการเดินทางของคนลาวเข้าประเทศไทยมีจำนวนถึง 1,636,778 คน (ต.ค. 57 - เม.ย. 58) ลูกค้าชาวลาวที่เลือกเข้ามาซื้อสินค้าในจังหวัดหนองคายอย่างต่อเนื่อง เพราะสินค้าอุปโภคบริโภคสินค้าไทยได้รับความนิยมและยอมรับในด้านคุณภาพที่ดีกว่าประเทศจีนและประเทศเวียดนามซึ่งทำให้ธุรกิจต่างๆ เกิดการตื่นตัวไม่ว่าธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ธุรกิจสิ่งก่อสร้างและธุรกิจการท่องเที่ยวโดยสินค้าติดตัวของลูกค้าชาวลาวที่สำคัญ ได้แก่ ผัก ผลไม้ วัสดุก่อสร้าง เครื่องอุปโภค บริโภค เครื่องมือการเกษตร สินค้าเบ็ดเตล็ด อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังมีข้อสงสัยถึงปัจจัยการเข้ามาซื้อสินค้าในจังหวัดหนองคายของลูกค้าชาวลาว ดังนั้น แรงจูงใจในการซื้อจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรจะศึกษาอย่างมาก เพราะเป็นการกระตุ้นพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาวได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาวส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการค้าชายแดน (ด้านศุลกากรหนองคาย, 2558 : เว็บไซต์) จังหวัดหนองคายเป็นเมืองชายแดน มีด่านถาวร และจุดผ่อนปรนจำนวนมาก ซึ่งเป็นประตูหรือช่องทางในการทำการค้าระหว่างประเทศ ตลอดจนเป็นเส้นทางทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี ด้านถาวรและจุดผ่อนปรน มีจุดผ่านแดนถาวร 2 แห่ง สะพานมิตรภาพไทย-ลาวท่าเรือหนองคาย จุดผ่อนปรน 4 แห่ง บ้านหม้อ บ้านเป่งจาน บ้านจุมพล และบ้านม่วง

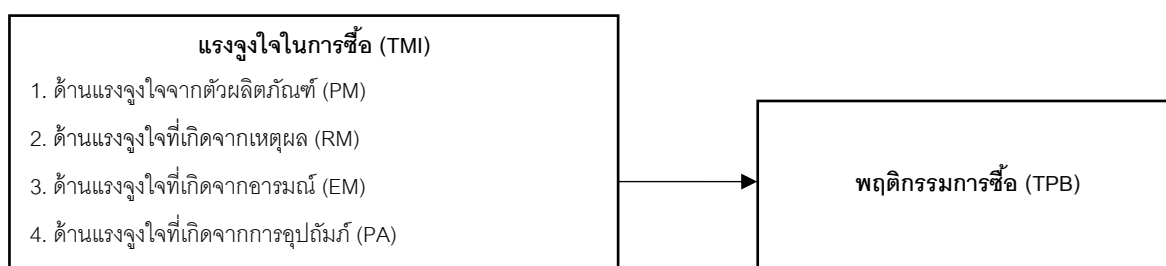
จากเหตุที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาวในเขตจังหวัดหนองคาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า แรงจูงใจในการซื้อมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าชาวลาวในจังหวัดหนองคาย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาด้านแรงจูงใจในการซื้อของลูกค้าชาวลาว อีกทั้งยังเป็น

แนวทางในการทำการตลาดผู้ประกอบการ ในการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมูลค่าในการซื้อขายในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แรงจูงใจในการซื้อได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบ ต่อพฤติกรรมการซื้อ จากวัตถุดิบประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 โมเดลของแรงจูงใจในการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อ



2.1 แรงจูงใจในการซื้อ (Buying Motives)

แรงจูงใจในการซื้อ หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าตามเหตุผลหรือแรงจูงใจ จากความต้องการส่วนตัวของผู้บริโภค เพื่อให้ได้สินค้าตรงความต้องการและตอบสนองต่อความพึงพอใจของตนเอง ซึ่งประกอบด้วย

2.2.1 ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Buying Motives) หมายถึง อิทธิพลและเหตุผลต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งแทนการเลือกซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง โดยมีเหตุผลหลักในด้านตัวผลิตภัณฑ์เป็นแรงจูงใจหลัก

2.1.2 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (Rational Buying Motives) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลว่าทำไมจึงซื้อสินค้าชนิดนั้น

2.1.3 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (Emotional Buying Motives) หมายถึง แรงจูงใจที่ผลักดันให้ผู้ซื้อ ตัดสินใจซื้อสินค้าอันเป็นผลมาจากอารมณ์ พฤติกรรมที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคที่ทำให้ผู้บริโภคทำการตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์โดยการขาดการคิดทบทวนไตร่ตรองหรือหาเหตุผลอย่างรอบคอบ

2.1.4 ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ (Patronage Buying Motives) หมายถึง การกระทำที่ เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคที่จะทำให้ผู้บริโภคทำการตัดสินใจในการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากอีกร้านค้าหนึ่ง โดยเฉพาะ

2.2 พฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior)

พฤติกรรมการซื้อ หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผลหรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ อาจรวมไปถึงกรรมวิธีในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านความต้องการในการซื้อ (Need) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเองซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นความต้องการภายในบุคคล

2.2.2 ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ (Expenses) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณที่ผู้บริโภคมีอยู่เพื่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคภายใต้งบประมาณที่มีอยู่เพื่อให้ตนเองเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.2.3 ด้านช่องทางในการซื้อ (Place) หมายถึง ความหลากหลายของช่องทางในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการของผู้บริโภค ทั้งในด้านสถานที่ตั้งที่สามารถอำนวยความสะดวกต่อการเลือกซื้อและการเดินทางให้กับผู้บริโภคได้

2.2.4 ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ (Complacency) หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการที่ได้คาดหวังไว้

2.2.5 ด้านความถี่ในการซื้อ (Frequency) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อใช้สินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้วจะเกิดผลบวกในความพึงพอใจโดยส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำซึ่งภาพลักษณ์ของสินค้าบ่งบอกความจงรักภักดีของผู้บริโภค

2.2.6 ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ (Products) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งกระตุ้นในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการซื้อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับพฤติกรรมการซื้อ จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว

สมมุติฐานที่ 2 : แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว

สมมุติฐานที่ 3 : แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว

สมมุติฐานที่ 4 : แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบบกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าชาวลาวซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ลูกค้าชาวลาว จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับของลูกค้าชาวลาว โดยแบ่งให้เก็บจากลูกค้าชาวลาวที่เข้ามาทางด่านจังหวัดหนองคาย 200 คน และลูกค้าชาวลาวที่เข้ามาทางด่านบ้านหม้ออีก 200 คนรวมกันเป็น 400 คน ในวันที่ 10 กันยายน - 1 มกราคม 2559 จากนั้นทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถาม

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

แรงจูงใจในการซื้อ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา อิทธิพลและเหตุผลต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าโดยมีเหตุผลหลักในด้านตัวผลิตภัณฑ์เป็นแรงจูงใจหลัก 2) ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลของผู้ซื้อในการพิจารณาซื้อสินค้าชนิดนั้น 3) ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา แรงจูงใจที่ผลักดันให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าอันเป็นผลมาจากอารมณ์ โดยการขาดการคิดทบทวนไตร่ตรองหรือหาเหตุผลอย่างรอบคอบ 4) ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุม การกระทำที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของผู้บริโภคที่จะทำให้ผู้บริโภคทำการตัดสินใจในการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากอีกร้านค้าหนึ่งโดยเฉพาะ

พฤติกรรมการซื้อ เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความต้องการในการซื้อ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตนเองซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นความต้องการภายในบุคคล 2) ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคภายใต้งบประมาณที่มีอยู่เพื่อให้ตนเองเกิดความพึงพอใจสูงสุด 3) ด้านช่องทางในการซื้อ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา ช่องทางในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์และความสะดวกต่อการเลือกซื้อและการเดินทางให้กับผู้บริโภคได้ 4) ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา ความรู้สึกเชิงบวกของลูกค้าในการมาซื้อผลิตภัณฑ์ ความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการที่ได้คาดหวังไว้ 5) ด้านความถี่ในการซื้อ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อซ้ำในสินค้าหรือบริการที่ซื้อไป ภาพลักษณ์ของสินค้าบ่งบอกความจงรักภักดีของผู้บริโภค 6) ด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งกระตุ้นในด้านต่างๆ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total correlation ซึ่งแรงจูงใจในการซื้อได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.558 - 0.924 และพฤติกรรมการซื้อ ได้ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.508 - 0.888 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977 : 49-60) แสดงให้เห็นว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดและทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งแรงจูงใจในการซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.822 - 0.955 และพฤติกรรมการซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.778 - 0.937 ซึ่งสอดคล้องกับ เกียรติสุดา ศรีสุข (2552 : 144) ได้เสนอค่าความเชื่อมั่นรายข้อ ต้องมีค่า 0.7 ขึ้นไปจึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าชาวลาว ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

สมการ $TPB = \beta_0 + \beta_1 PM + \beta_2 RM + \beta_3 EM + \beta_4 PA + \epsilon$

เมื่อ TPB แทน พฤติกรรมการซื้อโดยรวม

PM แทน แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์

RM แทน แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล

EM แทน แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์

PA แทน แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ของลูกค้าชาวลาว

ตัวแปร	TPB	PM	RM	EM	PA	VIFs
$\bar{X}$	3.92	4.36	4.19	4.25	4.28	
S.D.	0.57	0.60	0.67	0.61	0.59	
TPB		0.717*	0.726*	0.712*	0.699*	
PM			0.712*	0.626*	0.661*	2.264
RM				0.714*	0.744*	3.120
EM					0.683*	2.343
PA						2.631

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระแรงจูงใจในการซื้อ มีค่าตั้งแต่ 2.264 - 3.120 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการซื้อกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ของลูกค้าชาวลาว

แรงจูงใจในการซื้อ	พฤติกรรมการซื้อโดยรวม (TPB)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.234	0.136	1.718	0.087
ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ (PM)	0.277	0.041	6.706	0.000*
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล (RM)	0.162	0.043	3.729	0.000*
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ (EM)	0.248	0.041	6.034	0.000*
ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ (PA)	0.173	0.046	3.798	0.000*
F = 44.806 p = 0.000 Adj R ² = 0.661				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ด้านความต้องการในการซื้อ ด้านช่องทางในการซื้อ ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อเนื่องจากลูกค้าชาวลาส่วนใหญ่เน้นคำนึงถึงความจำเป็นในการซื้อสินค้าเพราะการเข้ามาซื้อสินค้าในฝั่งไทยนั้นมีความใช้จ่ายที่สูง โดยสินค้าในประเทศไทยต้องสร้างอิทธิพลและเหตุผลต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าชนิดหนึ่งแทนการเลือกซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ผู้บริโภคนั้นมีความต้องการสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง ซึ่งการมีช่องทางในการซื้อทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีสถานที่จอดรถ จะส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ทำให้เกิดความสะดวกสบายในการเข้าใช้บริการ ก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวกของลูกค้าในการมาใช้บริการ โดยมีความรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการที่ได้คาดหวังไว้ที่เป็นความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของลูกค้าที่มีต่อการบริการ ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินอย่างต่อเนื่องขององค์กร เมื่อมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์มีโอกาสอย่างมากที่ลูกค้าจะซื้อซ้ำหรือบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศรีสุภา สหชัยเสรี (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับร้านค้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทัศนคติความรู้สึกต่อร้านนั้น ๆ และการเลือกร้านค้า ซึ่งการเลือกร้านค้าขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ประเภทของสินค้า ราคา และการบริการรูปแบบ พื้นฐานของช่องทางการจำหน่าย เมื่อกิจการได้ผลิตสินค้าออกมาได้แล้วพร้อมที่จะกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด โดยจะต้องพยายามเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมที่สุดสำหรับสินค้าของตน และสอดคล้องกับแนวคิดของ กำพล แก้วสมนึก (2552 : 10) กล่าวว่า ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป็นความพึงพอใจที่เกิดจากความรู้สึกจากการที่ลูกค้ามาใช้บริการแล้วมีความรู้สึกที่ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการที่ได้คาดหวังไว้ โดยอาจจะเป็นไปในการประเมินค่าความรู้สึก หรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อมีความสุขปราศจากความเป็นทุกข์ที่ได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน

2) แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อ ด้านช่องทางในการซื้อ ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ และด้านความถี่ในการซื้อ เนื่องจากรายได้ที่ลูกค้าชาวลาได้รับนั้นไม่สูงเมื่อแปลงค่าเป็นเงินไทย ทำให้การใช้จ่ายแต่ละครั้งต้องมีเหตุผลว่าทำไมต้องซื้อสินค้านั้น ความจำเป็นและความต้องการ ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อสนองความต้องการและความจำเป็นในการดำเนินชีวิต ลูกค้าชาวลา มีการวางแผนการใช้จ่ายที่แน่นอนชัดเจนและคำนึงถึงความประหยัดเป็นสำคัญ การเปรียบเทียบราคาและคุณภาพก่อนการซื้อควรได้มีการเปรียบเทียบ ราคาสินค้าหรือบริการที่จะได้รับ ช่องทางในการซื้อเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ เพราะตามธรรมชาติของมนุษย์ชอบความสะดวกสบาย เมื่อมีความสะดวกสบายในการซื้อนั้น ส่งผลให้มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ลูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดหวัง ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับจริง ตรงกับที่คาดหวังหรือสูงกว่าที่คาดหวังเอาไว้ ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อ สอดคล้องกับแนวคิดของ ศรีสุภา สหชัยเสรี (2550) กล่าวว่า การตัดสินใจเกี่ยวกับร้านค้าของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับทัศนคติความรู้สึกต่อร้านนั้น ๆ และการเลือกร้านค้า ซึ่งการเลือกร้านค้าขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง ประเภทของสินค้า ราคา และการบริการรูปแบบ พื้นฐานของช่องทางการจำหน่าย เมื่อกิจการได้ผลิตสินค้าออกมาได้แล้วพร้อมที่จะกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาด โดยจะต้องพยายามเลือกช่องทางการจำหน่ายให้เหมาะสมและดีที่สุดสำหรับสินค้าของตน และสอดคล้องกับแนวคิดของ พูนศักดิ์ สักกทัตติยะกุล (2558) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์บริโภคเป็นสินค้าหรือบริการที่ซื้อโดยผู้บริโภคในขั้นสุดท้ายมีวัตถุประสงค์ในการซื้อไปใช้เพื่อบริโภคโดยส่วนตัวหรือซื้อมาเพื่อบริโภคในหน่วยของครัวเรือน เป็นต้น การเลือกซื้อสินค้าเพื่อนำมาอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคต้องรู้จักประเภทของสินค้าแต่ละประเภท เพื่อให้การใช้

สินค้านั้นคุ้มค่ากับการใช้จ่ายเงิน ซึ่งในยุคของเศรษฐกิจที่หยุดชะงัก ผู้บริโภคต้องระมัดระวังการใช้จ่ายของตนเอง เพื่อการประหยัดและเพื่อให้เกิดการเก็บออมผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ ผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ

3) แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ด้านความต้องการในการซื้อ ด้านช่องทางในการซื้อ ด้านความถี่ในการซื้อ และด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อเนื่องจาก สินค้าในประเทศไทยมีคุณภาพและความทันสมัย มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นำเทคโนโลยีมาใช้ สถานที่ในการจำหน่ายสินค้ามีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า ลูกค้าชาวลาวจะใช้เวลาพยายามในการแสวงหาซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตนมากที่สุด ลูกค้าชาวลาวยังมีข้อเสียสินค้าที่ประเทศไทย เมื่อได้รับการบริการที่ดี ได้เห็นสินค้าใหม่ๆ ต้องการจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น มีการบอกต่อกันและกลับมาซื้อสินค้าในครั้งต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550 : 448-451) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่ทำการตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความรู้สึกของผู้บริโภคเองทั้งหมด โดยมีการค้นหาเปรียบเทียบข้อมูลของสินค้าอย่างถี่ถ้วน อีกนัยหนึ่งคือใช้อารมณ์มากกว่าเหตุผล ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่วุ่นวายนี้ เกิดได้จากเหตุหรือปัจจัยหลายๆ อย่าง ไม่ว่าจะเป็นความรัก ความภาคภูมิใจ ความกลัว ความหวัง ความต้องการที่จะเป็นที่ยอมรับของสังคม การตัดสินใจซื้อแบบนี้เป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นสินค้าที่วางจำหน่ายจะต้องสามารถที่จะกระตุ้นอารมณ์บางอย่างของผู้บริโภคได้ด้วย และสอดคล้องกับวิจัยของวิไลวรรณ ศิริอำไพ (2555 : 99-100) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวตลาดโบราณบ้านสะแกกรัง ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า นักท่องเที่ยวที่ระบุว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการและด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ มีแนวโน้มที่จะมีความถี่ในการซื้อที่แตกต่างไปจากเดิม นักท่องเที่ยวที่ระบุว่า มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำระดับอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า ถ้าในตลาดโบราณบ้านสะแกกรังมีสินค้าที่มีคุณภาพ มีความหลากหลายมากกว่าตลาดอื่น มีเอกลักษณ์ของความเป็นอุทยาน และมีการจัดพื้นที่ที่ดี ราคาถูก ร้านค้าตกแต่งสวยงาม เป็นระเบียบเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก การเดินทางไปมาสะดวก มีกิจกรรมหรือนิทรรศการที่น่าสนใจ พ่อค้าแม่ค้ามีอัธยาศัยของผู้บริการที่ดี มีกระบวนการบริการที่รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ ลานจอดรถกว้างขวาง ถนนในตลาดคนเดินได้สะดวก ไม่แออัดคับแคบ และสะอาดปลอดภัย ก็จะช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาจับจ่ายใช้สอยในตลาดแห่งนี้ได้

4) แรงจูงใจในการซื้อ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อโดยรวม ด้านความต้องการในการซื้อ ด้านช่องทางในการซื้อ ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อ เนื่องจากลูกค้าชาวลาวยังมีข้อจำกัดทำให้เกิดความประทับใจแล้ว ไม่ว่าจะเป็นบริการเป็นที่พอใจ ราคาสมเหตุสมผล จะทำให้ลูกค้าชาวลาวยังทำการตัดสินใจในการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากอีกร้านค้านั้นตามความเหมาะสม ร้านค้าที่เลือกซื้อสิ่งอำนวยความสะดวก เดินทางมาได้ง่าย ทำให้เกิดการอุปถัมภ์ต่อร้านค้า เช่น สินค้าที่เข้าประจำมักจะไปซื้อที่ร้านเก่าๆ ทางกลับประเทศลาว ร้านค้าที่ตอบสนองความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ได้ทำให้เกิดฐานลูกค้าที่มั่นคง สินค้าภายในร้านสามารถจำหน่ายได้ สร้างกำไรและชื่อเสียงให้กับร้านค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ รัตนา กิจเจริญ (2552 : 7) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการที่ดีเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบและวิธีการปฏิบัติในด้านการบริการ ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายควรนำเสนอให้กับผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคเพื่อมอบการบริการ

ที่ถูกต้อง รวดเร็ว ราคาสมเหตุสมผล และบริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันแก่ผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิด ความประทับใจกระบวนการให้บริการ เป็นกระบวนการสุดท้ายของการดูแลผู้บริโภค การให้บริการที่รวดเร็วและ ถูกต้องจะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการส่งผลต่อชื่อเสียงของร้านค้า และการบริการจะต้องระมัดระวังให้มีความผิดพลาด น้อยที่สุด เพราะความผิดพลาดคือการถูกตีค่าว่าด้อยคุณภาพในทันทีที่จะทำให้ไม่สามารถรักษาสถานะลูกค้าเก่าได้ส่ง ผลกระทบต่อกิจการในอนาคต และสอดคล้องกับแนวคิดของ กฤษฎิกา คงสมพงษ์ (2552) กล่าวว่า ผู้บริโภคที่มี ความต้องการซื้อจะสร้างความตระหนักด้านความคุ้มค่าและคุ้มค่า เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาด มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้ลูกค้านำเอาเหตุผลในเรื่องความจำเป็นและความคุ้มค่า มาใช้กับการจับจ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวันมากขึ้น เช่น การมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การพิจารณา คุณสมบัติและการตอบสนองการใช้งานได้อย่างยาวนาน เป็นต้น ในการที่จะซื้อนั้นผู้บริโภคจะเน้นเรื่องช่องทางใน การซื้อเป็นหลักเนื่องจากทำให้เกิดความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า การมีทำเลที่ดีที่สามารถมองเห็นหรือเป็นจุด สังเกตของลูกค้านำให้ลูกค้าจดจำร้านค้าได้ นอกจากนี้แล้วการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการยังต้องเน้นเรื่องราคา ไม่ว่าจะเป็นสินค้าราคาถูกหรือราคาแพงก็ตาม ผู้บริโภคมักคำนึงถึงเรื่องความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป เช่น การตัดสินใจ ซื้อสินค้าแบรนด์เนมที่มีราคาสูง เนื่องจากเห็นว่าคุ้มค่ากับการลงทุนซื้อ เนื่องจากทำให้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นหรือเป็น เพราะสินค้านั้นมีคุณภาพดี ใส่แล้วทำให้มีหน้ามีตาในสังคม เป็นผู้นำแฟชั่น มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน ทำให้เกิด ความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้น นักการตลาดออกแบบกิจกรรมการตลาดเพื่อสะท้อนให้ลูกค้าเห็นถึงเรื่องความคุ้มค่า กับเงินที่จ่ายไป

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบกับกลุ่มตัวแปรแรงจูงใจในการซื้อ เพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งอาจทำให้งานวิจัย มีประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการศึกษาดัชนีตัวแปรหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อ เช่น ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการซื้อของลูกค้าชาวลาว ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึง จุดอ่อน จุดแข็ง และอุปสรรค เพื่อเป็นการปรับปรุงแก้ไขต่อไปเพื่อให้ผลการวิจัยมีความละเอียดและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ตลอดจน การศึกษาโดยการส่งแบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เนื้อหาที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อเป็นตัวผลักดัน ให้ผู้ประกอบการพัฒนาร้านค้าให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ประกอบการ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างแรงจูงใจในการซื้อของลูกค้าชาวลาว และ เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาความสำคัญแรงจูงใจในการซื้อและส่งผลถึงพฤติกรรมซื้อของลูกค้าชาวลาว รวมทั้งใช้ เป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการซื้อและทราบถึงพฤติกรรมซื้อของ ลูกค้าชาวลาว เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่า ผู้ประกอบการจะสามารถพัฒนาและปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ และสร้างบริการที่น่าประทับใจ มีราคาสมเหตุสมผล เพื่อสร้างชื่อเสียงให้กับร้าน และส่งผลลูกค้า มีความพอใจที่จะเกิด พฤติกรรมซื้อซ้ำหรือบอกต่อ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการ

6. สรุปผลการวิจัย

แรงจูงใจในการซื้อมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับพฤติกรรมการซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจในการซื้อในด้านแรงจูงใจจากตัวผลิตภัณฑ์ ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผล ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากอารมณ์ และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ เพื่อให้องค์กรได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า เป็นมาตรฐานในการเทียบเคียงกับคู่แข่งชั้น นำพาธุรกิจสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน สร้างยอดขาย สามารถใช้วิจัยขั้นนี้ไปพัฒนาธุรกิจ เพิ่มกลยุทธ์การขายสินค้า สร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าใช้บริการ จ่ายสินค้า และขยายเพิ่มฐานลูกค้า ส่งผลดีต่อธุรกิจ และนำไปสู่การสร้างกำไรเพื่อการอยู่รอดอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎีกา คงสมพงษ์. (2552). 10 เหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. ค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.maketeer.co.th>
- เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่ : ครองช้าง.
- กำพล แก้วสมนึก. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท พรซิชั่น ทูลส์เซอวิส (ประเทศไทย) จำกัด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ด้านศุลกากรหนองคาย. (2558). ศูนย์พัฒนาการค้าและธุรกิจไทยในอาเซียน. ค้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2558, จาก www.moc.go.th/nongkhai
- นงรัก บุญเสริม. (2554). ทักษะและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกซื้อสินค้าแฮนด์แบรด์ประเภทสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าในจังหวัดอุบลราชธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พิบูล ทีปะปาล. (2545). หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์กราฟฟิค.
- พูนศักดิ์ สักกทัตติยะกุล. (2558). รู้จักผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคบริโภค. ค้นเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2558 จาก <http://www.thaigoodview.com/node/17240>
- รัตนากิจเจริญ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ของบริษัทโรงงานหลักกึ่งอุตสาหกรรม จำกัด. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไลวรรณ ศิริอำไพ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวตลาดโบราณบ้านสะแกกรัง (ถนนคนเดินตรอกโรงยา) จังหวัดอุทัยธานี. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2550). Marketing 101: การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : แบรินด์เอจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยธุรกิจและเศรษฐกิจอีสาน. (2558). งานวิจัย. ค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2558, จาก <http://www.ecberkku.com/re-s.html>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดหนองคาย. (2558). ข้อมูลเศรษฐกิจการค้าจังหวัด. ค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2558, จาก <http://pcoc.moc.go.th/wappPCOC/43>
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). USA : John Wiley & Sons.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity. *Journal of Educational Research*, 49-60.

ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร
ของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

Effects of Procurement Management Efficacy on Organization Success
of Higher Education Institution in Thailand

เฉลิมชัย อุทการ*
Chalermchai Utakarn*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 93 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความถูกต้อง ด้านเทคโนโลยี และด้านความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานพัสดุขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการบริหารงานพัสดุให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้ บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ความสำเร็จขององค์กร สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

* นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Supply Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to examine the effects on procurement management's effectiveness on organization success of higher educational institutions in Thailand. This study used a questionnaire as a tool for collecting the data from 93 executives of Thailand's higher educational institutions. The statistical methods for analysis were mean, standard deviation, multiple correlations, and multiple regressions. The result of this study indicated that procurement management's effectiveness in term of exactness, technology, and worthiness positively affects overall organizational success. The research outcomes provide suggestions such as changes of rules and regulations to improve the organization's procurement system, and sustain the organizational goals.

Keywords: Procurement management efficacy, Organization success, Higher education institution in Thailand

1. บทนำ

การดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบันต่างต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก อาทิเช่น ด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมภายใน อาทิเช่น วิธีการทำงาน รูปแบบของการบริหาร ผู้บริหาร และทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร ซึ่งทำให้องค์กรต้องมีการเตรียมการป้องกันและหาแนวทางแก้ไข ตลอดจนการปรับตัว เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้ (พิชิต เทพวรรณ, 2554) ทั้งนี้ การบริหารงานในส่วนของระบบราชการ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งได้รับอิทธิพลสำคัญมาจากแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ทำให้ส่วนราชการจะต้องพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญให้เพียงพอแก่การปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และสถานการณ์ของต่างประเทศที่มีผลกระทบต่อประเทศไทยโดยตรง ซึ่งในการบริหารราชการจะต้องมีการวางแผนการปฏิบัติราชการทุกระยะ ต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ต้องมีการกำหนดผลสัมฤทธิ์ของงานที่เป็นความจริง ฉะนั้น แนวความคิดของผู้ปฏิบัติงานภาครัฐจะต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติเดิมเสียใหม่ จากการที่ยึดแนวความคิดว่าต้องปฏิบัติงานตามระเบียบแบบแผนที่วางไว้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เน้นการสร้างความคิดใหม่ ๆ (วิจารณ์ พานิช, 2559) ส่งผลทำให้หน่วยงานภาครัฐมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน ได้แก่ บทบาทหน้าที่ รูปแบบองค์กร ระบบการบริหารงาน ระบบงบประมาณ ระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล และระบบการบริหารงานพัสดุ (สุรศักดิ์ ชะมารัมย์, 2558) สำหรับระบบการบริหารงานพัสดุนั้น ได้มีการพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงานด้านพัสดุ จึงทำให้หน่วยงานราชการต้องมีการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหาร งานพัสดุ เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐเกิดความคุ้มค่า โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ (Procurement Management Efficacy) เป็นความสามารถในการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพ (เบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี, 2558) โดยประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง ทั้งนี้ เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การบริหารงานพัสดุจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะก่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ทนต่อเหตุการณ์ปัจจุบันแล้ว

การมีความพร้อมด้านวัสดุ ครุภัณฑ์ จึงทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ที่วางไว้ หากองค์กรใดขาดหลักการบริหารงานพัสดุที่ดีแล้ว การทำงานย่อมจะเกิดความซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองและจะทำให้องค์กรนั้นด้อยประสิทธิภาพ ประกอบกับงานพัสดุเป็นงานที่สนับสนุนแผนงานโครงการต่างๆ ซึ่งได้วางแผนไว้โดยให้มีพัสดุพอใช้ตลอดเวลา ทำให้งานและโครงการดำเนินไปได้ ส่วนงานด้านอื่นๆ นั้น จะประสบผลสำเร็จไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากฝ่ายพัสดุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554) ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง (Exactness) ด้านเทคโนโลยี (Technology) ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) ด้านความโปร่งใส (Transparency) และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (Service Quickness) (สุกัญญา ศรีทับทิม, 2555) ทั้งนี้องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กร และจะนำไปสู่การพัฒนาให้เกิดความสำเร็จขององค์กรต่อไป

ความสำเร็จขององค์กร (Organization Success) เป็นความสามารถการบรรลุวัตถุประสงค์จากการดำเนินงาน ที่ทำให้องค์กรมีความเจริญเติบโตและยั่งยืน (เบญจมาศ สมสระ, 2557) ซึ่งการที่จะบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้บริหารต้องปรับกลยุทธ์ เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร และยังต้องมีบทบาทในการสร้างบรรยากาศการทำงาน สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อความสำเร็จขององค์กรในอนาคต (กรรณก ทิพรส, 2543) โดยที่ความสำเร็จขององค์กรนั้นจะเป็นผลสัมฤทธิ์ขององค์กร และเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพที่ดี องค์กรต้องมีการจัดโครงสร้างขององค์กรอย่างเหมาะสมและชัดเจน มีบรรยากาศในการสร้างสรรค์ เอื้ออำนวยต่อการทำงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ วางยุทธศาสตร์และมีแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน นอกจากนี้การวางแผนก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะผู้นำที่ทำงานประสบความสำเร็จท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลง ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการสื่อสารเพราะการติดต่อสื่อสารเป็นวิธีการนำข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความต้องการ อารมณ์และความรู้สึกจากผู้ส่งไปยังผู้รับให้เข้าใจตรงกัน เกิดความพอใจ การแลกเปลี่ยนข้อมูล ทำความเข้าใจร่วมกันพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพื่อสร้างมนุษยสัมพันธ์และความสำเร็จในการดำเนินงาน (วรรณท์ ตั้งจักรวรรณท์, 2547)

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Higher Education Institutions in Thailand) เป็นสถาบันการศึกษาหลักของประเทศ และเป็นสถาบันที่ขึ้นำสังคมจึงต้องสร้างความมั่นใจให้กับสังคมว่าจะผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพและพัฒนาองค์ความรู้ต่างๆ ให้กับสังคม สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้กับบ้านเมือง และเป็นสถาบันหลักที่มีบทบาทในการขึ้นำสังคมมาโดยตลอด สังคมทั่วไปให้การยอมรับและให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาว่าเป็นสถาบันหลักของประเทศที่ประชาชนและองค์กรต่างๆ สามารถพึ่งพาได้ เมื่อมีปัญหาต้องแก้ด้วยวิชาการและปัญญา ความคาดหวังของสังคมและความรับผิดชอบในภารกิจที่มีอยู่ทำให้สถาบันอุดมศึกษาต้องใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างครบถ้วนและรักษาความเชื่อมั่นศรัทธาของสังคมให้คงอยู่ตลอดไป ภารกิจที่มีต่อการพัฒนาประเทศและสังคมดังกล่าว เป็นผลให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสถาบันอุดมศึกษาภายใต้การกำกับดูแลทุกแห่งต้องเร่งจัดการดำเนินการในทุกรูปแบบ ที่จะทำให้การศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นไปอย่างมีคุณภาพสามารถสนองตอบความต้องการของประเทศได้อย่างเต็มที่ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552)

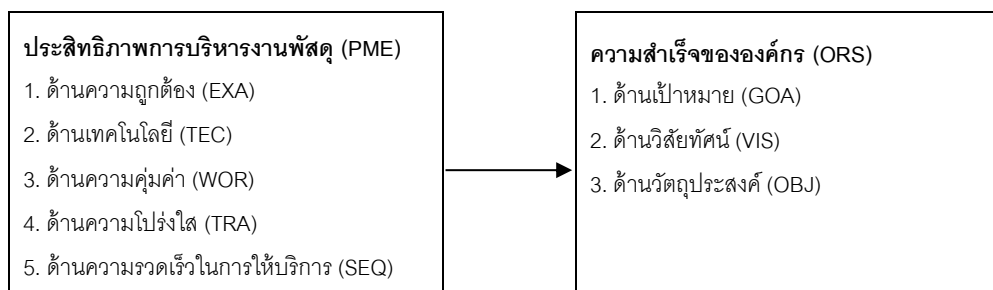
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร

ฝ่ายพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานพัสดุขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการบริหารงานพัสดุให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้ บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรซึ่งถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม โดยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดัง ภาพประกอบ 1

ภาพประกอบ 1 โมเดลการวิจัยประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุและความสำเร็จขององค์กร



2.1 ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ (Procurement Management Efficacy)

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริหารงานพัสดุ โดยมีการจัดซื้อจัดจ้างให้บรรลุผลสำเร็จ ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ครบถ้วน ประหยัดเวลา ใช้กำลังและทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดการสูญเปล่าน้อยที่สุด (สุกัญญา ศรีทับทิม, 2555) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความถูกต้อง (Exactness) หมายถึง การดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่ถูกต้องตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง

2.1.2 ด้านเทคโนโลยี (Technology) หมายถึง การประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ มีความทันสมัยของอุปกรณ์และโปรแกรมที่สอดคล้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง และการควบคุมพัสดุ

2.1.3 ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) หมายถึง การดำเนินงานด้านจัดหาพัสดุที่ได้ตรงตามคุณสมบัติหรือลักษณะที่ต้องการ ราคาถูก ใช้งานได้นาน และมีระบบดูแลพัสดุที่ดี

2.1.4 ด้านความโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การดำเนินการจัดหาพัสดุที่มีภาพลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติงานด้านพัสดุตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารไม่ปกปิด ปิดบังเป็นข้อเท็จจริงในการจัดซื้อจัดจ้าง และมีระบบการตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้าง

2.1.5 ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (Service Quickness) หมายถึง การดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่มีขั้นตอน และระยะเวลาดำเนินการที่เหมาะสม และได้รับพัสดุตามแผนงานที่กำหนด

2.2 ความสำเร็จขององค์กร (Organization Success)

ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จทั้งใน ด้านเป้าหมาย

ด้านวิสัยทัศน์ และด้านวัตถุประสงค์ (วรานนท์ ตั้งจักรวรานนท์, 2547) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านเป้าหมาย (Goals) หมายถึง การบรรลุสิ่งที่กำหนดไว้ในแผนงาน หรือภารกิจหลักขององค์กรในรูปแบบของผลลัพธ์สำคัญที่ต้องการ

2.2.2 ด้านวิสัยทัศน์ (Vision) หมายถึง ทิศทางขององค์กร การมีส่วนร่วมของคนในองค์กรและการตระหนัก ผู้ก่อกำเนิด มุ่งมั่นปฏิบัติงานของคนในองค์กร

2.2.3 ด้านวัตถุประสงค์ (Objectives) หมายถึง ผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรตามที่กฎหมายกำหนด เกิดความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย 1: ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย 2: ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 156 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2559) ซึ่งจำแนกประชากรกลุ่มตัวอย่างตามประเภทสถาบันอุดมศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 156 ชุด ซึ่งได้ตอบกลับมา จำนวน 93 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วนทั้งสิ้น คิดเป็นร้อยละ 59.62 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) ซึ่งได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับมาน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบุคลากรฝ่ายพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในองค์กร ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งผู้บริหารฝ่ายพัสดุ และตำแหน่งหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทสถาบันอุดมศึกษา จำนวนบุคลากร รายได้ต่อปี จำนวนนิสิต/นักศึกษา และจำนวนสาขาวิชาที่เปิดสอน ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบัน อุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความถูกต้อง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุที่ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง ด้านเทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการประมวลผลที่รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ มีความทันสมัยของอุปกรณ์และโปรแกรมที่สอดคล้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง และการควบคุมพัสดุ ด้านความคุ้มค่า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านจัดหาพัสดุที่ได้ตรงตามคุณสมบัติหรือลักษณะที่ต้องการ ราคาถูก ใช้งานได้นาน และมีระบบดูแลพัสดุที่ดี ด้านความโปร่งใส จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินการจัดหาพัสดุที่มี

การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร ไม่ปกปิด ปิดเบี่ยงข้อเท็จจริงในการจัดซื้อจัดจ้าง และมีระบบการตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุที่มีขั้นตอน และระยะเวลาดำเนินการที่เหมาะสม และได้รับพัสดุตามแผนงานที่กำหนด ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วย ด้านเป้าหมาย จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการบรรลุสิ่งที่กำหนดไว้ในแผนงาน ภารกิจหลักขององค์กร และผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการ ด้านวิสัยทัศน์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับทิศทางขององค์กร การมีส่วนร่วมของคนในองค์กร และการตระหนัก ผู้กพัน มุ่งมั่นปฏิบัติงาน ของคนในองค์กร และด้านวัตถุประสงค์ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรตามที่กฎหมายกำหนดและเกิดความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น โดยหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค (Item-total Correlation) ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5180 - 0.8300 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5230 - 0.8400 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7780 - 0.8550 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7480 - 0.8720 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเกินกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุกับความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ ORS} = \beta_0 + \beta_1 \text{ EXA} + \beta_2 \text{ TEC} + \beta_3 \text{ WOR} + \beta_4 \text{ TRA} + \beta_5 \text{ SEQ} + \varepsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสัมพัธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุกับความสำเร็จขององค์กรของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	ORS	EXA	TEC	WOR	TRA	SEQ	VIFs
$\bar{X}$	4.40	4.43	4.37	4.20	4.14	4.22	
S.D	0.43	0.48	0.55	0.53	0.56	0.51	
ORS	—	0.591*	0.644*	0.650*	0.607*	0.557*	
EXA		—	0.619*	0.448*	0.483*	0.448*	1.684
TEC			—	0.623*	0.590*	0.598*	2.212
WOR				—	0.816*	0.763*	3.466
TRA					—	0.826*	4.363
SEQ						—	3.517

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.557 – 0.650 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ลำดับต่อมาผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity ปรากฏว่าค่า VIFs อยู่ระหว่าง 1.684 – 4.363 แสดงว่าตัวแปรประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity สอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIF ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.160	0.329	3.519*	0.001
ด้านความถูกต้อง (EXA)	0.243	0.085	2.866*	0.005
ด้านเทคโนโลยี (TEC)	0.191	0.084	2.265*	0.026
ด้านความคุ้มค่า (WOR)	0.275	0.109	2.514*	0.014
ด้านความโปร่งใส (TRA)	0.081	0.115	0.076	0.482
ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ (SEQ)	0.037	0.114	0.325	0.764
F = 22.502 p < 0.001 Adj R ² = 0.539				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความถูกต้อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม เนื่องจาก ความถูกต้องถือว่าเป็นหลักการสำคัญในการบริหารงานพัสดุ และเป็นหลักปฏิบัติที่สำคัญที่จะนำพาองค์กรประสบผลสำเร็จจากการปฏิบัติงานที่มีความถูกต้อง มีการยึดมั่นในความถูกต้อง การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความสุจริต ไม่มีการเลือกปฏิบัติ และดำเนินงานให้ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับงาน ย่อมทำให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ มีความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ศรีทับทิม (2555) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ด้านความถูกต้อง ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความถูกต้อง โดยการจัดหาพัสดุของมหาวิทยาลัยได้รับพัสดุถูกต้องตามความต้องการ เจ้าหน้าที่พัสดุมีความสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายระเบียบ และดำเนินการควบคุมจำหน่ายพัสดุได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายระเบียบ และเจ้าหน้าที่พัสดุสามารถชี้แจงและให้คำแนะนำขั้นตอนการปฏิบัติงานการพัสดุได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี (2558) พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านความ ถูกต้อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ เจ้าหน้าที่พัสดุมีความสามารถดำเนินการควบคุม จำหน่ายพัสดุ ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ รองลงมา คือ หน่วยงานให้ความสำคัญต่อการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดหาพัสดุแก่ผู้ปฏิบัติงานและผู้ใช้งานพัสดุ

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม เนื่องจาก เทคโนโลยีได้ถูกนำมาประยุกต์ให้สามารถทำงานร่วมกัน เพื่อนำไปใช้ประมวลผลข้อมูลในงานด้านต่าง ๆ ทั้งนี้ ก็เพื่อต้องการให้การทำงานมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งสารสนเทศหรือผลลัพธ์ที่ได้ นั้นยังมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถแลกเปลี่ยนหรือค้นหาได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้นด้วย ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีถูกนำไปใช้งานในด้านต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และระบบการจัดเก็บข้อมูลซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ จะช่วยให้การทำงานที่เกี่ยวข้องกับการประมวลผลข้อมูลให้เป็นสารสนเทศที่ต้องการมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งสารสนเทศที่ได้ก็มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกฤษชัย อนรรฆมณี (2546) ได้กล่าวไว้ว่า เทคโนโลยีได้ถูกนำมาเป็นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงาน ซึ่งเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับการสร้างผลงาน และความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรหรือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งเราสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานผ่านการประยุกต์เทคโนโลยีในมิติต่างๆ ได้แก่ การบริหารกระบวนการพัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้ระบบการจัดการข้อมูลขององค์กรมีความสะดวก ทั้งต่อการใช้งาน การจัดเก็บ ประมวลผล และการไหลเวียนของข้อมูล ทำให้ข้อมูลมีความถูกต้องรวดเร็ว ชัดเจนและคล่องตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ศรีทับทิม (2555) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ด้านเทคโนโลยี ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี โดยมหาวิทยาลัยมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารงานพัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ นำเทคโนโลยีระบบ 3 มิติ มาใช้ในการบริหารงานพัสดุ ทำให้เกิดความคล่องตัว ส่งเสริมบุคลากรได้นำความรู้จากเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการปฏิบัติงานพัสดุทำให้การจัดซื้อจัดจ้าง การควบคุม การเก็บรักษา การเบิกจ่าย และการจำหน่ายพัสดุ เกิดประสิทธิภาพ และการปรับปรุงระบบเทคโนโลยีให้มี ความทันสมัย และเหมาะสมอย่างต่อเนื่องจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม เนื่องจาก การบริหารงานพัสดุ ความคุ้มค่าเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดซื้อจัดจ้าง เพราะการจัดซื้อจัดจ้างในแต่ละครั้งองค์กรจะต้องหวังที่จะได้วัสดุ หรือครุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในองค์กร ซึ่งในปัจจุบันการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าเป็นหลัก โดยต้องพิจารณาถึงการจัดซื้อจัดจ้างที่มีกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน และมีความรวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้พัสดุ รวมทั้งจะต้องคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ระยะยาว และวัตถุประสงค์ที่จะนำพัสดุนั้นมาใช้ประโยชน์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนฤทธิ ไชโยแสง (2555) พบว่า การจัดซื้อจัดจ้างของสถาบันแม่โขงยั่งยืน ได้การนำหลักการด้านความคุ้มค่าไปปฏิบัติโดยมีการประสานงานการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้พัสดุ และสามารถให้ประโยชน์จากพัสดุนั้นให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า มีการกำหนดราคาของพัสดุเป็นไปตามราคากลางมาตรฐานของกระทรวงพาณิชย์และกระทรวงการคลัง หรือไม่มีการตั้งราคาของพัสดุสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป มีการกำหนดคุณลักษณะของพัสดุที่สอดคล้องกับความต้องการ หรือความมุ่งหมายของตัวพัสดุที่จะนำไปใช้งาน มีการเปรียบเทียบราคาจากแหล่งขายหลายแหล่ง เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจเลือกแหล่งขายที่คุ้มค่าที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา ศรีทับทิม (2555) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ด้านความคุ้มค่า ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความคุ้มค่า โดยมหาวิทยาลัยมีการใช้จ่ายเงินเพื่อการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่มีอยู่ในปัจจุบันด้วยความคุ้มค่า พสดุที่ได้รับจากการจัดซื้อจัดจ้างในปัจจุบัน มีการใช้ประโยชน์ด้วยความคุ้มค่า การจำหน่ายพัสดุชำรุดเสื่อมสภาพจากการใช้งานเกิดความคุ้มค่า และการดูแลซ่อมบำรุงรักษา วัสดุ ครุภัณฑ์ ของมหาวิทยาลัยมีความคุ้มค่า สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี (2558) พบว่า การบริหารงานพัสดุอย่างมี

ประสิทธิภาพ ด้านความคุ้มค่า อยู่ในระดับมีประสิทธิภาพมาก เนื่องจาก การบริหารงานขององค์กรต้องมีการจัดหา จัดซื้อจัดจ้าง รวมถึงการควบคุมดูแล แม้กระทั่งการบริหารในเรื่องของงบประมาณอย่างคุ้มค่า และมีระเบียบ กฎหมายที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ไม่นั่นนั้นอาจจะมีผลกระทบต่อตัวองค์กร ดังนั้น องค์กรจึงได้มีการวางแผน การจัดหา จัดจ้างเพื่อให้ได้พัสดุตามความต้องการตั้งแต่ต้นปีงบประมาณ ตลอดจนมีการบริหารจัดการพัสดุที่ได้ มาเกิดความคุ้มค่า

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุกับความสำเร็จของ องค์กรกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการ บริหารงานพัสดุกับความสำเร็จขององค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าจะมีความสัมพันธ์หรือผลกระทบหรือไม่ อย่างไร

5.1.2 ควรมีการศึกษาตัวแปรตามเป็นตัวแปรอื่น เช่น ความสำเร็จในการทำงาน ฯลฯ เพื่อศึกษา ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการทำงานหรือไม่ อย่างไร

5.1.3 ควรมีการศึกษผลกระทบหรือปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร เช่น การกำกับดูแลพัสดุที่ดี เพื่อศึกษาถึงสาเหตุที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยสามารถนำผลของการวิจัยประสิทธิภาพการบริหาร งานพัสดุไปประยุกต์ใช้และให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความถูกต้อง โดยตระหนักถึง หลักการหรือขั้นตอนตามแนวปฏิบัติที่เกี่ยวกับการจัดหาพัสดุอย่างระมัดระวังรอบคอบ และมุ่งเน้นให้การจัดซื้อจัดจ้าง พสดุต้องสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องเสมอ ด้านเทคโนโลยี โดยมุ่งเน้นให้บุคลากร สามารถปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างพัสดุ โดยใช้เทคโนโลยีในการประมวลผลด้วยความเข้าใจ มีความถูกต้อง แม่นยำและ ประหยัดระยะเวลา และให้ความสำคัญ กับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรด้านการบริหารพัสดุ โดยการส่งเสริมให้มี การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น โปรแกรมการจัดการด้านพัสดุ หรืออื่นๆ มาใช้เพื่อการปรับปรุงวิธีปฏิบัติงานอย่าง ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และด้านความคุ้มค่า โดยตระหนักถึงความคุ้มค่าของการใช้พัสดุ มีแผนงานดูแล รักษาพัสดุ อย่างเป็นระบบ และให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุตามคุณสมบัติหรือลักษณะของพัสดุที่หน่วยงานต่างๆ ต้องการอย่างเคร่งครัดเสมอ

6. สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความถูกต้อง ด้านเทคโนโลยี และด้านความคุ้มค่า มีความ สัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางใน การพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานพัสดุขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเพื่อวางแผน การบริหารงานพัสดุให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทาง ปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้ บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้อย่าง ยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎัย อนรรฆมณี. (2546). *พลังการสื่อสารเพิ่มประสิทธิภาพองค์การ*. กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- กรรณก ทิพรส. (2543). *องค์การและการจัดการ*. มหาสารคาม: อภิชาติการพิมพ์.
- เบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี. (2558). การบริการพัสดุอย่างมีประสิทธิภาพของสำนักงาน
ปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*.
ฉบับที่ 3 เมษายน - กรกฎาคม 2558.
- เบญจมาศ สมสุระ. (2557). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร
ของธุรกิจผลิตอาหารในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิชิต เทพวรรณ. (2554). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2554). *แผนแม่บทบริหารทรัพยากรด้านพัสดุ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ปี 2554 – 2558*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รณฤทธิ์ ไชโยแสง. (2555). *การบริหารการจัดซื้อจัดจ้างตามหลักธรรมาภิบาลของสถาบันแม่โขงยั่งยืน*. วิทยานิพนธ์
บธ.ม. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รวานนท์ ตั้งจักรวานนท์. (2547). *เป้าหมายและวิธีกำหนดเป้าหมาย*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- วิจารณ์ พานิช. (2558). *การจัดการความรู้กับการบริหารราชการแนวใหม่*. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการ
ความรู้เพื่อสังคม.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). *การพัฒนาตัวบ่งชี้เพื่อกำกับติดตามการจัดการอุดมศึกษาตาม
กรอบมาตรฐานการอุดมศึกษาและกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551 –
2565)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2559). *สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด*. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2559,
จาก <http://www.mua.go.th>
- สุกัญญา ศรีทับทิม. (2555). *กลยุทธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2558). *การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่: กระแสหลักของการเปลี่ยนแปลงใน
การบริหารงานภาครัฐ*. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2558, จาก <http://www.lppreru.com>
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S., (2005). *Marketing Research*. New York: John Wiley & Son.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making* (4th ed.). New York: John
Wiley & Son.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Human Resource Diversity Orientation Strategy and Firm Success: An Empirical Investigation of Electronic Parts Businesses in Thailand

Jirayu Rattanaborworn^{*} Phaprukbaramee Ussahawanitchakit¹ Karun Pratoon²

Abstract

In the era of globalization, there are many diversifications in the organization. Human resource diversity orientation strategy has been recognized as one important key strategy which influences firm success. The main purpose of this study was to investigate the relationship between dimensions of human resource diversity orientation strategy (HRDOS) and firm success. The 137 electronic parts businesses in Thailand were chosen as the sample of the study. The multiple regression analysis was used for hypothesis testing. The results indicated that knowledge orientation exchange has a positive influence on sustainable competitiveness. Some dimensions of HRDOS (idea-challenging encouragement and teamwork value enhancement) have a positive influence on firm success. Moreover, sustainable competitiveness has a positive influence on firm success. Contributions, conclusion, and suggestions for directions of the future are also described.

Keywords: Human resource diversity orientation strategy, Sustainable competitiveness, Firm success

1. Introduction

In this highly competitive and constantly changing economy, there are various important factors for business operation such as globalization, innovation development and technology which inevitably affect businesses, both positively and negatively. Thus, it is important for businesses to adapt to these rapidly changing situations, be able to react to all stimuli and be effective both in short and long term periods (Girish, 2015). Business functions such as finance, marketing and operations especially human resources are used for strategic operations in order to develop and maintain the competitive ability of the organization (April Chang and Chun Huang, 2005).

According to the changes previously mentioned the some of the changes result from globalization which causes labor mobility across the world, which leads to a variety of personnel in the organization. A wide variety of personnel gives different work forms and the desire to work as well as different learning process and development. The variety of personnel may cause problems to the organization if the management does not learn and understand this (Urbsiené, 2011). Thus, diversity in an

^{*} Doctor Student, Doctor of Philosophy (Management), Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

^{1,3} Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

organization is extremely essential and has become an important strategy for advantages or disadvantages of the organization that cannot be overlooked by the management (Kossek et al., 2005).

Diversity strategy has been a developed concept in the U.S.A. since the 1980's (Kim et al., 2015). It uses the potential of the organization to deal with the differences of the employees whether it be their skills, ability, and knowledge to integrate these into the real potential of the organization by supporting the employees to learn, interact with each other, have common understanding and use their diversity to gain competitive advantages with the highest effectiveness (Gomez-Mejia et al., 2007). The objective of diversity strategy is to use the strength of the labor diversity at the highest level to gain competitive advantages for the organization and to develop the acknowledgment ability as well as perception and value diversity in the workplace and the acknowledgment of cultural diversity (Soni, 2000). Therefore, diversity strategy plays a vital role of being a way to form and create the employees' working behavior and it also influences the employees' performances. Diversity strategy creates activity and working integration. This will not only make employees perform better work but also lead to the main purpose of the organization including competitive advantages (Singh and Winkel, 2012). In addition, it is one of the main factors for the survival of the organization under the turbulent and uncertain circumstances. Employees get to use their potential and talents which will benefit the organization and they can adapt themselves in order to work together regardless of their diversity attributes. Moreover, a variety of personnel may be a strong point or an advantage to adjust the organization which may lead to the progress or success of the organization (Florida, 2003). Thus, each organization needs to understand how to manage the labor diversity in the workplace in order to create the effectiveness of the organization (Kalev et al., 2006; Pitts and Wise, 2010).

The key research question of this research is how human resource diversity orientation strategy influences firm success. The main purpose is to investigate the relationship between human resource diversity orientation strategy and firm success. The essential points of this research are organized as follows: The first section reviews the previous research and relevant literature on human resource diversity orientation strategy, describe the conceptual model and the relationships among the different variables, and develops the related hypotheses for testing. The second section reveals the research methods, including the data collection procedure, measurements and statistics. The third part describes results of the analysis and discussion. The final section reveals contributions, conclusion, and suggestions for directions of the future.

2. Literature review and hypothesis development

The relevant literature is developed for the conceptual model as shown in Figure 1 on the basis of extant research. The conceptual model is illustrated the relationships among human resource diversity orientation strategy and its consequences.

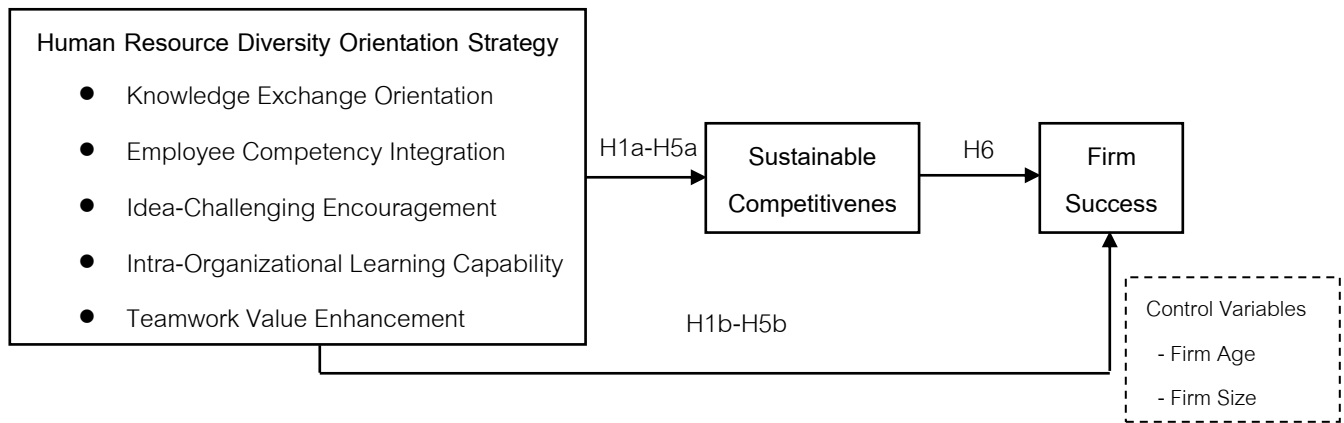


Figure 1: Conceptual Model of Human Resource Diversity Orientation Strategy and Firm Success

2.1 Human Resource Diversity Orientation Strategy

The diversity management is a concept that may be the successful or the threat of work. Business has to focus on the better of diversity management strategy. Hence, human resource diversity strategy is the method to manage human resources to support long-term business vision and outcomes with a strategic concept. It focuses on longer-term people facets, matching resources to future requirement, and macro-concerns about quality, structure, culture, and values (Colbert, 2004).

In this research, human resource diversity orientation strategy is defined as the potential of firms to manage the differentiation of employee in the facet of capability, knowledge, and skill for integrative these competency to be the potential of their firms by learning process, participation in organizations, develop communication between several groups within an organization to create a competitive advantage (Cascio, 2006; Gomez-Mejia et al., 2007; Ivancevich, 2007). It is mainly focused on strategic management in the process that makes different people to cooperate working as efficiency by connecting concept of operational participation focus and development and well-being to each and every person. Firms that have a proactive diversity strategy are possible to take a broad, gestalt view of diversity (Holladay et al., 2003). Then, these are likely to value of diversity and incorporate diversity initiatives into the vision, mission, policies, procedures, and practices (Ely and Thomas, 2001). Human resource diversity orientation strategy is possible to have quality group functioning, positive workforce attitudes, and highly firm performance (Fink et al., 2001). Moreover, it can utilize the beneficiary from skills and the potential of all employees. Thus, human resource diversity orientation strategy efficiency leads firms to success by changing through a business's multicultural employees and the image adaptation of those firms. Therefore, the value of diversification is the source of competitive advantage, a business's quality improvement, and leads to firm's success (Shen et al., 2009).

The previous literature has revealed that human resource diversity orientation strategy has two important things as follow: Firstly, this is the human resource practical connection with human resource process of the firms. Secondly, this is the integrative between human resources practical with the format of operation planning (Wright and McMahan, 1992). Moreover, the differentiation of human resource diversity

strategy of firms leads to create employee skill differently. Moreover, the resource-based view identifies that employee skill is a resource that leads to sustain competitive advantage of the firms. According to the literature reviewed above, this research proposes and develops human resource diversity orientation strategy definition and applied the concept for new dimensions as follows.

2.1.1 Knowledge Exchange Orientation

Knowledge is perceived to be the foundation resource of modern organizations, and is the most important of a firm's competitive advantage of efficient resources (Alavi and Leidner, 2001). Then, it becomes the main activity for sustaining development and the firm's competitive advantage. Moreover, knowledge improves the decision process in business and has the significant condition for firm success (Wang and Noe, 2010).

Knowledge exchange is the process of knowledge production, sharing, storage, transfer, and utilization. Thus, knowledge leads to making decisions for increased firm success (Best and Holmes, 2010). In this research, knowledge exchange orientation is defined as the focus of the business on knowledge exchanging between employees by the exchanging expertise and experience to lead to increased operational competency (Best and Holmes, 2010; Cummings, 2004). Knowledge exchange is the most beneficial system for the firms when employees require utilizing the data in the system (Kankanhalli et al., 2011). The firms have to learn the best method for success, not only in knowledge exchange participation, but also in the storage of knowledge (Watson and Hewett, 2006). Moreover, resource management sectors suggest that the increase of knowledge exchange is the important factor in facilitation in society and environment, the effectiveness of the economy, and business sustainability (Benito-Bilbao et al., 2015). Thus, the hypothesis is posited as:

Hypothesis 1: Knowledge exchange orientation has a positive influence on a) sustainable competitiveness and b) firm success.

2.1.2 Employee Competency Integration

Competency is generally understood to be the expertise in operations which have capability, perceivable, and operations that are suitable and efficient. Moreover, there is also knowledge and skill in operations (Rodolfa et al., 2005). Previous research suggested that potential competency as a knowledge resource and the competency to connect them to be the structure leading to business achievement (Quinn, 1999). In this research, employee competency integration is defined as the business orient in combination with the variety capability and the special skill of each person by promoting the development, improvement and integration for competency (Mol et al., 2004).

From a resource-based perspective, employee competency is hardly imitated due to the resource development of each firm, as the imitation is the foundation for competitive capability (Lei et al., 1996). Therefore, the highly successful firm must have the capability to manage employee competency for creating a superior position. Several streams of research propose that employee competency integration is the continuous collaboration of work in activity to create firm operation efficiency and success of the firm

(Mol et al., 2004). Additionally, when the procedure and capability in an organization are integrated, it will make for better communication both in format and informality. The sustained competitive advantage creation comes from the resources and the business's capabilities to bundle competencies, when competences are processes embedded in businesses, and organizations' resources and competences connect activity systems that have complementarities. Then, a potential generates a sustained competitive advantage that is greater (Eisenhardt and Martin, 2000). Therefore, this research proposes the following hypothesis:

Hypothesis 2: Employee competency integration has a positive influence on a) sustainable competitiveness and b) firm success.

2.1.3 Idea-Challenging Encouragement

A new idea is capability of firm to encourage staff for new concept and knowledge improvement, create new operation process, and increasing potential and effectiveness of firm (Grandi and Grimaldi, 2005). Then, new ideas have development through the consideration, evaluation, and better improvement by conversation with other persons. Furthermore, it gets support from sociability that helps a manager to perceive new knowledge of employees through realization (Chua et al., 2010). New ideas lead to great benefit such as promotions, opportunities, bonuses and firm success (Nemeth et al., 2004). In this research, idea-challenging encouragement refers to the reinforcement of employees to be representatives of a newly created idea that can develop, solve problems, and take a new concept to adapt in an organization under a dynamic environment (Howell and Boies, 2004; Wu, Lin and Hsu, 2007).

Idea-challenging can develop in different ways and many are built by employees within firms. Employees are also likely to improve ties with individuals outside the business through several professional engagements (Nikolowa, 2014). The previous literature has shown that the creation of a new idea leads to better competition. Additionally, the increasing of idea-challenging can also build the creativity of firms (Chua et al., 2010). The large businesses can create operational efficiency and success by new ideas (McAdam and McClelland, 2002). Thus, the hypothesis is posited as:

Hypothesis 3: Idea-challenging encouragement has a positive influence on a) sustainable competitiveness and b) firm success.

2.1.4 Intra-Organizational Learning Capability

Organizational learning is the process related to the transformation of knowledge to knowledge, and transforming knowledge to the practical (Alipour et al., 2011). The learning process consists of comprehension in the learning process of each business for knowledge and skill by receiving knowledge transfer. The most research has studied about organizational learning in settings that have been conducted at the intra-organizational level (Muthusamy and White, 2005). The concept of learning focus, such as learning-by-doing, acquires information, balancing between exploration and exploitation (Kang et al., 2007).

The prior literature illustrated that the organizational learning capability is the learning process of firms that is the format of activities and firm competency. Besides, the organizational learning capability is the competency for efficient knowledge creation through specific management initiatives. Then, the practices of firms consist of producing, generalizing, and identifying the learning hindrances (Kiziloglu, 2015). From the literature review, intra-organizational learning capability in this research refers to the competency of firms to study, integrate, understand and develop novel approach in operation between employees in the firm through activities to learn about the project, work processes, organizational behavior, policies, and regulations (Byrne and Lemay, 2006).

The businesses that have organizational learning promote organizational innovation and firm success (Kiziloglu, 2015). Moreover, the reasons for organizational learning are important factors because when the firms have a learning process, it has an effect on new product introduction or market creation that continuously leads to the success of a firm in intensive market competition (Cefis and Marsili, 2005). Therefore, these are necessary factors of development, leading to creation and competition within the industry (Ruiz Moreno et al., 2005). Therefore, this research proposes the following hypothesis:

Hypothesis 4: Intra-organizational learning capability has a positive influence on a) sustainable competitiveness and b) firm success.

2.1.5 Teamwork Value Enhancement

The popularity of teamwork in the firms was expanded a decade ago. Many firms used teamwork for operating the day-to-day activities to achieve strategy in facing complexity and competition, especially in the response to the requirements and expectations of the customer (Dhurup et al., 2016).

Teamwork was defined as the collaboration of persons who have the characteristics, skills, unique goals, efficiency, and responsibility for direction that might create social interaction between a team's members (Hoegl and Gemuenden, 2001). In this research, teamwork value enhancement is defined as the enrichment of teams to work in team effectiveness, and to emphasize teamwork by focusing on group work, the same directions and goals, collaboration, co-ordination in work, and unity for value creation of the team (Baker et al., 2006; Eliasa, 2014). From the literature review, the experiences of firms have led the organization to efficiency by teamwork and productivity adjustment, creation, and performance that make a satisfied customer (Castka et al., 2001). Also, teamwork collaboration leads to successful projects. Teamwork value is the value creation of firms. Therefore, a team member will create a new concept and problem-solving approach for creating and retaining the competitive capability of the firm (Rego et al., 2007). According to the above reason, the hypothesis is posited below:

Hypothesis 5: Teamwork value enhancement has a positive influence on a) sustainable competitiveness and b) firm success.

2.2 The Effects of Sustainable Competitiveness on Firm Success

2.2.1 Sustainable Competitiveness

The competitiveness concept is used in modern economics and management science and needs to be a well-known concept in both economics and management. Then, there are traditional economic indicators such as productivity, profitability, or market share. Moreover, it can make for sustainability of business growth in the long-term. In addition, there are the economic strengths of competitors in concept, product, service, skill and humans (Abushaiba and Zainuddin, 2012).

Business sustainability is defined as the good performance and the capability to continuously solve the problem consistent with the source of a problem. Therefore, competitive advantage is a concept used to identify a superior market position by offering superior customer value. Furthermore, the goal success of a firm comes from the lower cost for a customer, the increase of market share, and superior financial efficiency (Weerawardena, 2003). Likewise, sustainable competitive advantage is competition over a long period of calendar time and reflects financial efficiency. Additionally, there is included the competency and the resource which cannot be imitate. Furthermore, there are important roles for value-added development and firm success (Walter et al., 2001). Thus, in this research, sustainable competitiveness is defined as the firm has perform better than competitors, which includes management, developing, and maintaining a profitable, market share that has advantage and superiority over other firms in the industry (Balkyte and Tvaronaviciene, 2010; Johannessen and Olsen, 2003). Therefore, the research hypothesis is proposed as follows:

Hypothesis 6: Sustainable competitiveness has a positive influence on firm success.

2.2.2 Firm Success

The goal of achievement is the most important objective for any operation. Then, the success of a business comes from sustainability, market share, profitability, and solving-problem skills (Meyskens and Carsrud, 2013). The resource-based view revealed that a firm will use unique resources for development and strategic operations for increased success (Winter, 2000). Furthermore, the commutation and integration of different resources, leading to sustainable competitive advantage and higher efficiency, is the important component of success (Meyskens and Carsrud, 2013).

The prior literature illustrates that the success of business is in operational competency for business goal achievement, both in finance and marketing, such as in sales growth rates, customer's satisfaction, market share, stakeholder relativeness, and profitability (Maltz et al., 2003). Additionally, firm success is continuous sales growth rate, market share, and business growth (Naidoo, 2010). Consequently, the concept of firm success in this research is defined as the goal achievement receiving revenue and profit consistent with a target; continuously increasing in market share, finance, and performance; being well-known, and agreeing with business professionals (Cantner and Joel, 2011; Wagner and Weitzel, 2006).

3. Methodology

3.1 Sample Selection and Data Collection Procedure

This research is chosen 773 electronic parts businesses in Thailand as the population and sample. This is obtained from the database of the following: the Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce, Thailand, accessed on February 14, 2016. The electronic parts businesses in Thailand were chosen because they have a large amount of the country's foreign direct investment (FDI) that make it one of the most attractive areas for foreign investors. Moreover, they were both concentrated labor and are fast-growing, which intensifies the need for a variety of skills development. Variety skilled labor is the most important (Rasiah, 2003). The mail surveys were sent to managing directors or managing partners who are the key informants. Data was collected during May to September 2016. A collection of 146 responses was received. However, only 137 complete questionnaires were usable for further analysis. It could be stated that the effective response rate was approximately 20.33 percent. The response rate for a mail survey, without an appropriate follow-up procedure, if greater than 20 %, is considered acceptable (Aaker et al., 2001). Moreover, the test of non-response bias is tested for a difference between responding firms and non-responding firms, which may limit an inference from sample to population. Thus, this research employs a t-test by comparing the group mean of the firm characteristics (business location, number of full time employees, operation capital and average annual incomes) between early and late responding firms. These results show that there were no statistically significant differences between early and late groups at a 95% confidence level. Therefore, it can be stated that the non-response bias is not problem in this research (Armstrong and Overton, 1977).

3.2 Variable Measurement

The measure of development procedures are involved with multiple item development for measuring each variable in the conceptual model. These variables are transformed into the operational variables for true measuring. Moreover, the measurement of each variable in the conceptual model was developed from the definition for measuring, and all variables gained from the survey are measured by a five-point Likert scale, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). This measurement comprised dependent variables, independent variables, mediating variables and control variables that are explained as follows.

3.2.1 Dependent Variable

Firm success is a measurement from revenue and profit consistent with a target, continuously increasing in market share, finance and performance. This variable is adapted from Pongpearchan and Ussahawanitchakit (2011), which is including a five-item scale.

3.2.2 Independent Variables

This research has 6 independent variables as follows:

Knowledge exchange orientation is measured is measure by the capability of the business in

receiving and sending knowledge and experience by relying on work cooperation, sharing and improve the system of knowledge exchange between variety employees. The measure is created as a new scale with four-items developed from the definition and literature review.

Employee competency integration is measured by the capability of a firm to support employees working together to better adapt their process and link of its potential and capability in order to create a system that can be used to effectively develop a plan. The measure is developed as a new scale with a four-item scale, developed from the definition and literature review.

Idea-challenging encouragement is measured by new idea of work method, new business idea on product and service, new idea of administration, the idea of potential market that differentiation of competitor. The measure is created as a new scale with a four-item scale, developed from the definition and literature review.

Intra-organizational learning capability is measured by the ability of firm to study, comprehend and improve new operation among employees in the organization through communication, activities and organizational behavior. This construct is developed as a new scale from the definition and literature review, including a four-item scale.

Teamwork value enhancement is measured by the cooperation between employees as systematic with the same goal and ability in order to consult and solving problem together. This construct is developed as a new scale from the definition and literature review, including a four-item scale.

Sustainable competitiveness is measured by the outstanding performance of the firm that is superior to their competitors and other firms in the industry, and can maintain profitability and market share. This variable is adapted from Intarapanich and Ussahawanitchakit (2011), including a four-item scale.

3.2.4 Control Variables

In this research, Control variables include firm age and firm size as follows:

Firm age refers to the number of years that a firm has been in operation. It is a critical control variable that may have effects on management. Thus, this research, it is measured by the period of time in business (Zhou et al., 2005). Firm age is represented by a dummy variable in which 0 = less than or equal to 20 years, and 1 = more than 20 years.

Firm size refers to the operational capital of the business. Thus, this research, it is measured by the asset or capital on investment in businesses' operations (Rothaermel and Deeds, 2006). Firm size is represented by a dummy variable in which 0 = less than or equal to 75,000,000 baht, and 1 = more than 75,000,000 baht.

3.3 Validity and Reliability

To measure the reliability and validity, the factor analysis was used to examine the construct validity. All factor loadings were greater than cut-off value was at 0.40 and were statistically significant (Nunnally and Bernstein, 1994). The Cronbach's alpha coefficients were used to examine the reliability. It

are greater than 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994). The scales of all measures are shown to result in internally consistency. This study has presented validity and reliability as illustrated in Table 1. The factor loading was ranging between 0.603 - 0.910 in that these scales are more than 0.40, which indicates acceptable construct validity. Furthermore, Cronbach's alpha coefficients were measured between 0.717 - 0.884, which exceeds 0.70 to indicate that the internal consistency of the entire scale exists (Nunnally and Bernstein, 1994).

Table 1: Result of Measure Validation

Variables	Factor Loadings	Cronbach's Alpha
Knowledge exchange orientation (KEO)	0.722 - 0.764	0.717
Employee competency integration (ECI)	0.690 - 0.910	0.822
Idea-challenging encouragement (ICE)	0.820 - 0.901	0.884
Intra-organizational learning capability (ILC)	0.706 - 0.861	0.781
Teamwork value enhancement (TVE)	0.624 - 0.909	0.833
Sustainable competitiveness (SC)	0.641 - 0.910	0.817
Firm success (FSU)	0.603 - 0.862	0.790

3.4 Statistical Techniques

The multiple regression analysis was used to investigate the hypothesized relationships between dependent and independent variables. Therefore, the proposed hypotheses were transformed into three equations that guided the steps to regression analysis. The equation models are presented in the following.

$$\text{Equation 1: SC} = \alpha_1 + \beta_1 \text{KEO} + \beta_2 \text{ECI} + \beta_3 \text{ICE} + \beta_4 \text{ILC} + \beta_5 \text{TVE} + \beta_6 \text{FA} + \beta_7 \text{FS} + \epsilon_1$$

$$\text{Equation 2: FSU} = \alpha_2 + \beta_8 \text{KEO} + \beta_9 \text{ECI} + \beta_{10} \text{ICE} + \beta_{11} \text{ILC} + \beta_{12} \text{TVE} + \beta_{13} \text{FA} + \beta_{14} \text{FS} + \epsilon_2$$

$$\text{Equation 3: FSU} = \alpha_3 + \beta_{15} \text{SC} + \beta_{16} \text{FA} + \beta_{17} \text{FS} + \epsilon_3$$

4. Results and Discussion

The correlations among each dimension of human resource diversity orientation strategy on its consequences are revealed in Table 2.

Table 2: Descriptive Statistics and Correlation Matrix

	KEO	ECI	ICE	ILC	TVE	SC	FSU
Mean	4.12	3.98	3.99	3.90	3.85	3.67	3.74
S.D.	0.63	0.65	0.71	0.72	0.72	0.73	0.54
KEO	1.000						
ECI	.596 ^{***}	1.000					
ICE	.582 ^{***}	.537 ^{***}	1.000				
ILC	.573 ^{***}	.522 ^{***}	.753 ^{***}	1.000			
TVE	.597 ^{***}	.566 ^{***}	.719 ^{***}	.760 ^{***}	1.000		
SC	.558 ^{***}	.345 ^{***}	.451 ^{***}	.411 ^{***}	.444 ^{***}	1.000	
FSU	.395 ^{***}	.276 ^{***}	.502 ^{***}	.462 ^{***}	.501 ^{***}	.447 ^{***}	1.000
FA	-.073	.065	.041	-.009	.046	.029	.110
FS	.120	.066	.115	.043	.080	.161	.170 ^{**}

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

The most of these correlations are less than 0.80 as recommended by Hair et al. (2010). The maximum value of VIF is 3.070, which is well below the cut-off value of 10 (Hair et al., 2010). This means each dimension of human resource diversity orientation strategy is not correlated with each other. As a result, multicollinearity problems should not be of concern.

Table 3 illustrated the hypothesis testing results. Firstly, the results indicate that knowledge exchange orientation has a significant positive effects on sustainable competitiveness ($\beta_1 = 0.455$, $p < 0.01$). In terms of knowledge exchange, the results show that knowledge exchange between employees and collect knowledge from each other which gains from talking to co-worker to support them get work done better, more efficiently or more quickly, which offers the firm capability for improved productivity (Lin, 2007). Hence, knowledge exchange is one of the most common approaches in economics and business fields to connect business creation, business growth (Best and Holmes, 2010) and competitive competency (Reinholt et al., 2011). **Thus, hypothesis 1a is supported.** Nevertheless, knowledge exchange orientation has no significant influence on firm success ($\beta_8 = 0.115$, $p > 0.1$). Luring and Selmer (2012) stated that in the diverse workplace, which normally related to variance of employees, is the variety of behavioral patterns, language skills and communication styles. It is possible that firm is not fully distributed and employs knowledge in operation and social barriers may hinder individuals from communicating their knowledge beyond social communities. Hence, knowledge exchange often fails to efficiently use their full knowledge potential. **Thus, hypothesis 1b is not supported.**

Secondly, employee competency integration has no significant influence on sustainable competitiveness ($\beta_2 = -0.078$, $p > 0.1$) and firm success ($\beta_9 = -0.089$, $p > 0.1$). The results are consistent with Leonard-Barton (1992) who had revealed that employee competency is distinctive skills, managerial systems and technical systems that these competences create organizational values and develops to become a core competency of the firm. However, the electronic parts industry lack of labor development and attention to competence standards that leads to the less of employee competency (Sunthonkanokpong et al., 2011). Therefore, it is more likely that the development of employee competency in Thailand context is not competitive enough with other country for business success. **Thus, hypotheses 2a and 2b are not supported.**

Thirdly, the findings suggest that idea- challenging encouragement has no significant influence on sustainable competitiveness ($\beta_3 = 0.148$, $p > 0.1$). The results are according to the study of Rasiah (2003) who indicated that the electronic parts industry is both rapidly growth and labor intensive. Whereas, in Thailand context lack of encourage in develop skill labor that leading to less of develop in new idea (Mulder et al., 2007). Thus, firm should not adapt new idea and concept that differentiation from other competitor. It is possible that cannot sustain in competitive advantage. **Thus, hypothesis 3a is not supported.** However, idea- challenging encouragement has a significant positive effects on firm success ($\beta_{10} = 0.234$, $p < 0.1$). It can be explained that the variety of data in the firms lead the employees to have new ideas, different ideas, and viewpoints leading to utilize, create, and evaluate differently. Therefore, the sharing concept of divergent member within the firm will increase idea- challenging that increases valuably and contributes to firm success (Chua et al., 2010). **Thus, hypothesis 3b is supported.**

Fourthly, the results indicate that intra-organizational learning capability has no significant influence on sustainable competitiveness ($\beta_4 = -0.003$, $p > 0.1$) and firm success ($\beta_{11} = 0.080$, $p > 0.1$). Muller and Siebenhuner (2007) stated that the sustainability in any firm necessitates organizational learning. Moreover, the development and learning processes are perceived that is an important component towards the sustainable development to the implement the sustainability of firms. However, there are less research and development activities and learning process in electronic parts industry (Rasiah, 2004). Therefore, it is possible that firms cannot encourage learning capability leading to limitation in competitive capability and success. **Thus, hypotheses 4a and 4b are not supported.**

Table 3: Results of Regression Analysis

Independent Variable	Dependent Variables		
	SC	FSU	FSU
Knowledge Orientation Exchange (KEO) (H1a – H1b)	0.455*** (0.099)	0.115 (0.101)	
Employee Competency Integration (ECI) (H2a – H2b)	-0.078 (0.095)	-0.089 (0.097)	
Idea-Challenging Encouragement (ICE) (H3a – H3b)	0.148 (0.119)	0.234* (0.121)	
Intra-Organizational Learning Capability (ILC) (H4a – H4b)	-0.003 (0.125)	0.080 (0.127)	
Teamwork Value Enhancement (TVE) (H5a – H5b)	0.110 (0.122)	0.242* (0.124)	
Sustainable Competitiveness (SC) (H6)			0.431*** (0.077)
Firm age (FA)	0.127 (0.183)	0.245 (0.186)	0.225 (0.193)
Firm size (FS)	0.052 (0.153)	0.207 (0.156)	0.230 (0.163)
Adjusted R ²	0.312	0.291	0.209
Maximum VIF	3.070	3.070	1.089

*** p < 0.01, ** p < 0.05, * p < 0.10, Beta coefficients with standard errors in parenthesis

Finally, teamwork value enhancement has no significant influence on sustainable competitiveness ($\beta_5 = 0.110$, $p > 0.1$). In terms of teamwork value enhancement, teamwork has to be acknowledged also that setting is clear and detailed performance to the outset of difficult project of innovations and competitiveness because the electronic parts industry is often highly complex and uncertain (Hoegl and Gemuenden, 2001). Therefore, that teamwork may fail to generate novel ideas for innovations and competitive because the potential employee is different such as skill, competency, knowledge and ability that might affect directly teamwork's operating results difference (McClough and Rogelberg, 2003). *Thus, hypothesis 5a is not supported.* Nevertheless, teamwork value enhancement has a significant positive effects on firm success ($\beta_{12} = 0.242$, $p < 0.1$). The study of Jaskyte (2008) indicated

that the team members who have a high level of interpersonal communication and are clear in their objectives will have high creativity and success. *Thus, hypothesis 5b is supported.*

Additionally, the analysis indicated that sustainable competitiveness has a significant positive effects on firm success ($\beta_{15} = 0.431, p < 0.01$). In term of sustainable competitiveness, the resource-based view explains the resources and competency of firms leading to a competitive advantage and sustains it over time that makes business successful (DeSarbo et al., 2007). The business has the best operations for rapid response to customer needs and competition. Those are the characteristics of managerial professionalism strategy of the firm which can improve competitive advantage, performance that leads to success of the organization (Donsophon et al., 2015). *Thus, Hypothesis 6 is strongly supported.*

5. Contributions

Theoretical Contributions

This research purposes to an understanding of the relationships between human resource diversity orientation strategy and firm success. Moreover, human resource diversity orientation strategy has been conceptualized into five dimensions (knowledge exchange orientation, employee competency integration, idea-challenging encouragement, intra-organizational learning capability, teamwork value enhancement) are newly developed to extend the concept that can describe a phenomenon of a business environment, especially in Thailand. They are particularly designed for measuring in an industrial context.

Managerial Contributions

This research provides managerial contributions to managing directors and executives that understanding of the changing nature of today's workplace, the shifting demographics of workers today, and the importance of diversity strategy. They can use variety elements of human resource diversity orientation strategy to provide firms with sustainable competitiveness and firm success. Interesting, the result had shown that knowledge exchange orientation, idea-challenging encouragement and teamwork value enhancement as the most interesting of each dimension of human resource diversity orientation strategy have the relationships significantly affect among consequences. Therefore, managing directors and executives should realize and provide appropriate activities to diversity employee in exchange the knowledge and focus on the new idea of employee to make effectiveness of the operation and focuses on the cooperation in working of employee as systematic.

6. Conclusion

The research investigates the relationships among each dimension of human resource diversity orientation strategy, sustainable competitiveness, and firm success of electronic parts businesses in Thailand. The sample of the study includes 137 observations. The results of regression analysis show that knowledge exchange orientation had a positive influence on sustainable competitiveness. Besides, idea-challenging encouragement had a positive firm success. Moreover, teamwork value enhancement had a

positive influence on firm success. Interestingly, sustainable competitiveness had a strongly positive influence on firm success. In addition, some hypotheses are not statistically significant. Because of electronic parts businesses did not focus on employee development and organizational learning. Thus, for a better result, further research should reinvestigate them. Additionally, further research should collect data from different groups or a larger segment of the population, or a comparative population. Therefore, other sample groups from other sector such as service sector (hotel business) should be investigated in order to verify the generalizability of the study, and the increase the level of reliability. The reason of selective this sector because they are becoming increasingly growth and trend toward more requirement of diverse workforces to operation. Furthermore, some variables are developed as a new scale and are measured by using the literature reviews, as well as new definitions of each variable. Therefore, future research should develop and explore the scale applying different methods such as in-depth interviews with executives, in order to confirm and create true variable measurements and all relationships shown in this research model.

References

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York: John Wiley and Sons.
- Abushaiba, I. A., & Zainuddin, Y. (2012). Performance measurement system design, competitive capability, and performance consequences-A conceptual like. *International Journal of Business and Social Science*, 3(11), 184-193.
- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 3(1), 107-136.
- Alipour, F., Idris, K., & Karimi, R. (2011). Knowledge creation and transfer: Role of learning organization. *International Journal of Business Administration*, 2(3), 61-67.
- April C., Wan, J., & Chun H. T. (2005). Relationship between strategic human resource management and firm performance: A contingency perspective. *International Journal of Manpower*, 26(5), 434-449.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Baker, D. P., Day, R., & Salas, E. (2006). Teamwork as an essential component of high-reliability organizations. *Health Services Research*, 41(4), 1576-1598.
- Balkyte, A., & Tvaronaviciene, M. (2010). Perception of competitiveness in the context of sustainable development: facets of "sustainable competitiveness". *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 341-365.
- Benito-Bilbao, J., Sánchez-Fuente, F., & Otegi-Olaso, J. R. (2015). Mapping the connection between knowledge transfer and firm competitiveness: An empirical research in the Basque country. *Journal of Technology Management & Innovation*, 10(4), 45-56.

- Best, A., & Holmes, B. (2010). Systems thinking, knowledge and action: Towards better models and methods. *Evidence & Policy: A Journal of Research, Debate and Practice*, 6(2), 145-159.
- Byrne, Z. S., & LeMay, E. (2006). Different media for organizational communication: perceptions of quality and satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 21(2), 149-173.
- Cantner, U., & Joel, K. (2011). Network position, absorptive capacity and firm success. *IUP Journal of Knowledge Management*, 9(1), 1-23.
- Cascio, W. F. (2006). *Managing Human Resources*. 7th ed. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Castka, P., Bamber, C. J., Sharp, J. M., & Belohoubek, P. (2001). Factors affecting successful implementation of high performance teams. *Team Performance Management: An International Journal*, 7(7/8), 123-134.
- Cefis, E., & Marsili, O. (2005). A matter of life and death: Innovation and firm survival. *Industrial and Corporate Change*, 14(6), 1167-1192.
- Chua, R. Y. J., Morris, M. W., & Ingram, P. (2010). Embeddedness and new idea discussion in professional networks: The mediating role of affect-based trust. *The Journal of Creative Behavior*, 44(2), 85-104.
- Colbert, B. A. (2004). The complex resource-based view: Implications for theory and practice in strategic human resource management. *Academy of Management Review*, 29(3), 341-358.
- Cummings, J. N. (2004). Work groups, structural diversity, and knowledge sharing in a global organization. *Management Science*, 50(3), 352-364.
- DeSarbo, W. S., DiBenedetto, C. A., & Song, M. (2007). A heterogeneous resource based view for exploring relationships between firm performance and capabilities. *Journal of Modeling in Management*, 2(2), 103-130.
- Dhurup, M., Surujlal, J., & Kabongo, D. M. (2016). Finding synergic relationships in teamwork, organizational commitment and job satisfaction: A case study of a construction organization in a developing country. *Procedia Economics and Finance*, 35, 485-492.
- Donsophon, K., Jhundra-indra, P., & Raksong, S. (2015). A conceptual model of managerial professionalism strategy and firm success. *Academy of Strategic Management Proceedings*, 14(2), 59-76.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(10), 1105-1121.
- Eliasa, E. I. (2014). Increasing values of teamwork and responsibility of the students through games: Integrating education character in lectures. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 123, 196-203.
- Ely, R. J., & Thomas, D. A. (2001). Cultural diversity at work: The effects of diversity perspectives on work group processes and outcomes. *Administrative Science Quarterly*, 46(2), 229-273.

- Fink, J. S., Pastore, D. L., & Riemer, H. A. (2001). Do differences make a difference? Managing diversity in division IA intercollegiate athletics. *Journal of Sport Management*, 15, 10-50.
- Florida, R. (2003). Entrepreneurship, creativity and regional economic growth. *The Emergence of Entrepreneurship Policy*, 20(1), 39-58.
- Girish, V. G. (2015). Diversity and organizational justice: The mediating role of diversity management. *American International Journal of Social Science*, 4(1) February, 64-72.
- Gomez-Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (2007). *Managing Human Resources* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Grandi, A., & Grimaldi, R. (2005). Academics' organizational characteristics and the generation of successful business ideas. *Journal of Business Venturing*, 20(6), 821-845.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hoegl, M., & Gemuenden, H. G. (2001). Teamwork quality and the success of innovative projects: A theoretical concept and empirical evidence. *Organization Science*, 12(4), 435-449.
- Holladay, C. L., Knight, J. L., Paige, D. L., & Quiñones, M. A. (2003). The influence of framing on attitudes toward diversity training. *Human Resource Development Quarterly*, 14(3), 245-263.
- Howell, J. M., & Boies, K. (2004). Champions of technological innovation: The influence of contextual knowledge, role orientation, idea generation, and idea promotion on champion emergence. *Leadership Quarterly*, 15, 123-143.
- Intarapanich, S., & Ussahawanitchakit, P. (2011). Dynamic technology capability, firm competitiveness enhancement, and organizational stability: Evidence from IT business in Thailand. *Journal of International Business and Economics*, 11(4), 93-120.
- Ivancevich, J. M. (2007). *Human Resource Management* (10th ed.). Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Jaskyte, K. (2008). Employee creativity in US and Lithuanian nonprofit organizations. *Nonprofit Management and Leadership*, 18(4), 465-483.
- Johannessen, J., & Olsen, B. (2003). Knowledge management and sustainable competitive advantages: The impact of dynamic contextual training. *International Journal of Information Management*, 23(4), 277-289.
- Kalev, A., Dobbin, F., & Kelly, E. (2006). Best practices or best guesses? Assessing the efficacy of corporate affirmative action and diversity policies. *American Sociological Review*, 71(4), 589-617.
- Kang, S. C., Morris, S. S., & Snell, S. A. (2007). Relational archetypes, organizational learning, and value creation: Extending the human resource architecture. *Academy of Management Review*, 32(1), 236-257.

- Kankanhalli, A., Lee, O. K., & Lim, K. H. (2011). Knowledge reuse through electronic repositories: A study in the context of customer service support. *Information and Management*, 48(2), 106–113.
- Kim, H. K., Lee, U. H., & Kim, Y. H. (2015). The effect of workplace diversity management in a highly male-dominated culture. *Career Development International*, 20(3), 259-272.
- Kiziloglu, M. (2015). The effect of organizational learning on firm innovation capability: an investigation in the banking sector. *Global Business and Management Research*, 7(3), 17-33.
- Kossek, E. E., Lobel, S. A., & Brown, J. (2005). *Human resource strategies to manage workforce diversity*. Handbook of workplace diversity, Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Lauring, J., & Selmer, J. (2012). Knowledge sharing in diverse organizations. *Human Resource Management Journal*, 22(1), 89-105.
- Lei, D. H., Michael, A., & Bettis, R. (1996). Dynamic core competences through meta-learning and strategic context. *Journal of Management*, 22(4), 549-569.
- Leonard-Barton, D. (1992). Core capabilities and core rigidities: A paradox in managing new product development. *Strategic Management Journal*, 13(1), 111-125.
- Lin, H. F. (2007). Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions. *Journal of Information Science*, 33(2), 135-149.
- Maltz, A. C., Shenhar, A. J., & Reilly, R. R. (2003). Beyond the balanced scorecard: Refining the search for organizational success measures. *Long Range Planning*, 36(2), 187-204.
- McAdam, R., & McClelland, J. (2002). Sources of new product ideas and creativity practices in the UK textile industry. *Technovation*, 22(2), 113-121.
- McClough, A. C., & Rogelberg, S. G. (2003). Selection in teams: An exploration of the teamwork knowledge, skills, and ability test. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(1), 56-66.
- Meyskens, M., & Carsrud, A. L. (2013). Nascent green-technology ventures: A study assessing the role of partnership diversity in firm success. *Small Business Economics*, 40(3), 739-759.
- Mol, M. J., Pauwels, P., Matthyssens, P., & Quintens, L. (2004). A technological contingency perspective on the depth and scope of international outsourcing. *Journal of International Management*, 10(2), 287-305.
- Mulder, M., Weigel, T., & Collins, K. (2007). The concept of competence in the development of vocational education and training in selected EU member states: A critical analysis. *Journal of Vocational Education and Training*, 59(1), 67-88.
- Muller, M., & Siebenhuner, B. (2007). Policy instruments for sustainability oriented organization learning. *Business Strategy and the Environment*, 16, 232-245.
- Muthusamy, S. K., & White, M. A. (2005). Learning and knowledge transfer in strategic alliances: A social exchange view. *Organization Studies*, 26(3), 415–441.

- Naidoo, V. (2010). Firm survival through a crisis: The influence of market orientation, marketing innovation and business strategy. *Industrial Marketing Management*, 39, 1311-1320.
- Nemeth, C. J., Personnaz, B., Personnaz, M., & Goncalo, J. A. (2004). The liberating role of conflict in group creativity: A study in two countries. *European Journal of Social Psychology*, 34(4), 365-374.
- Nikolowa, R. (2014). Developing new ideas: Spin-outs, spinoffs, or internal divisions. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 98, 70-88.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill.
- Pitts, D. W., & Wise, L. R. (2010). Workforce diversity in the new millennium: Prospects for research. *Review of Public Personnel Administration*, 30(1), 44-69.
- Pongpearchan, P., & Ussahawanitchakit, P. (2011). Strategic entrepreneurship management competency and firm success: A comparative study of SMEs in auto and electronic parts in Thailand. *International Journal of Business Strategy*, 11(2), 197-227.
- Quinn, J. B. (1999). Strategic outsourcing: Leveraging knowledge capabilities. *Sloan Management Review*, 40, 9-21.
- Rasiah, R. (2003). Foreign ownership, technology and electronics exports from Malaysia and Thailand. *Journal of Asian Economics*, 14(5), 785-811.
- . (2004). Exports and technological capabilities: A study of foreign and local firms in the electronics industry in Malaysia, the Philippines and Thailand. *The European Journal of Development Research*, 16(3), 587-623.
- Rego, A., Sousa, F., Pina e Cunha, M., Correia, A., & Saur-Amaral, I. (2007). Leader self-reported emotional intelligence and perceived employee creativity: An exploratory study. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 250-264.
- Reinholt, M. I. A., Pedersen, T., & Foss, N. J. (2011). Why a central network position isn't enough: The role of motivation and ability for knowledge sharing in employee networks. *Academy of Management Journal*, 54(6), 1277-1297.
- Rodolfa, E., Bent, R., Eisman, E., Nelson, P., Rehm, L., & Ritchie, P. (2005). A cube model for competency development: Implications for psychology educators and regulators. *Professional Psychology: Research and Practice*, 36(4), 347-354.
- Rothaermel, F. T., & Deeds, D. L. (2006). Alliance type, alliance experience and alliance management capability in high-technology ventures. *Journal of Business Venturing*, 21(4), 429-460.
- Ruiz Moreno, A., García Morales, V., & Lloréns Montes, F. (2005). Learning during the quality management process: Antecedents and effects in service firms. *Industrial Management & Data Systems*, 105(8), 1001-1021.

- Shen, J., Chanda, A., D'netto, B., & Monga, M. (2009). Managing diversity through human resource management: An international perspective and conceptual framework. *The International Journal of Human Resource Management*, 20(2), 235-251.
- Singh, B., & Winkel, D. E. (2012). Racial differences in helping behaviors: The role of respect, safety, and identification. *Journal of Business Ethics*, 106(4), 467-477.
- Soni, V. (2000). A twenty-first-century reception for diversity in the public sector: A case study. *Public Administration Review*, 60(5), 395-408.
- Sunthonkanokpong, W., Jitgarun, K., & Chaokumnerd, W. (2011). Competence development in the electronics industry in Thailand. *Research and Practice in Human Resource Management*, 19(1), 53-68.
- Urbsiené, L. (2011). The concept of globalization: Contemporary approaches. *Business Theory and Practice*, 12(3), 203-214.
- Wagner, H. T., & Weitzel, T. (2006). Operational IT business alignment as the missing link from it strategy to firm success. *AMCIS 2006 Proceedings*, 74, 570-578.
- Walter, A., Ritter, T., & Gemünden, H. G. (2001). Value creation in buyer-seller relationships: Theoretical considerations and empirical results from a supplier's perspective. *Industrial Marketing Management*, 30(4), 365-377.
- Wang, S. & Noe, R. A. (2010). Knowledge sharing: A review and directions for future research. *Human Resource Management Review*, 20(2), 115-131.
- Watson, S., & Hewett, K. (2006). A multi-theoretical model of knowledge transfer in organizations: determinants of knowledge contribution and knowledge reuse. *Journal of Management Studies*, 43(2), 141-173.
- Weerawardena, J. (2003). The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy. *Journal of Strategic Marketing*, 11(1), 15-35.
- Winter, S. G. (2000). The satisfying principle in capability learning. *Strategic Management Journal*, 21, 981-996.
- Wright, P. M., & McMahan, G. C. (1992). Theoretical perspectives for strategic human resource management. *Journal of Management*, 18(2), 295-320.
- Wu, S. H., Lin, L. Y., & Hsu, M. Y. (2007). Intellectual capital, dynamic capabilities and innovative performance of organizations. *International Journal of Technology Management*, 39(3/4), 279-296.
- Zhou, K. Z., Gao, G. Y., Yang, Z., & Zhou, N. (2005). Developing strategic orientation in china: antecedents and consequences of market and innovation orientations. *Journal of Business Research*, 58(8), 1049-1058.

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี: มุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
และผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

Code of Ethics of Accounting Profession: Perspective of CPAs and TAs
in Thailand

สุมินทร เบ้าธรรม* และดวงฤดี ฐิ¹

Sumintorn Baotham* and Duangrudee Wu¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของจรรยาบรรณวิชาชีพในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 392 คน โดยใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และจรรยาบรรณวิชาชีพด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้สอบบัญชีภาษีอากร

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โปรแกรมวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

* Assistant Professor, Business Administration Department, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon-Nakhon Campus

² อาจารย์ โปรแกรมวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

² Lecturer, Business Administration Department, Rajamangala University of Technology Isan, Sakon-Nakhon Campus

Abstract

The objective of this research is to study the difference of code of ethics of accounting profession of Certified Public Accountants (CPAs) and Tax Auditors (TAs) in Thailand. The data were collected from 392 questionnaires and t-test analysis was used for analyzing the hypothesis testing. The results were indicated that the difference of confidentiality dimension and shareholders, partners, the entity of employed dimension between CPAs and TAs.

Keywords: Code of Ethics of Accounting Profession, Certified Public Accountants, Tax Auditors

1. บทนำ

“ในการประกอบอาชีพทุกวิชาชีพย่อมมีจรรยาบรรณของตนเอง จรรยาบรรณนั้นจะบัญญัติเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ตาม แต่ก็เป็นสิ่งยึดถือว่าเป็นความดีงามที่คนในอาชีพนั้น ๆ พึงปฏิบัติ หากผู้ใดละเมิดก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายทั้งแก่บุคคล หมู่คณะ และส่วนรวมได้ เหตุนี้ ผู้ปฏิบัติงานในทุกสาขาวิชาชีพ นอกจากจะต้องมีความรู้ในสาขาของตนเองอย่างลึกซึ้งและศึกษาให้ก้าวหน้าอยู่เสมอแล้วยังต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพของตน ทั้งข้อที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติอย่างเคร่งครัดด้วย จึงจะสามารถประพฤติตนให้ประสบความสำเร็จ ได้รับความเชื่อถือ ยกย่องในเกียรติในศักดิ์ศรี และความสามารถด้วยกันทั้งปวง (พระบรมราชาโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ, 2540)

จากพระบรมราชาโชวาทฯ ดังกล่าว จรรยาบรรณวิชาชีพ จึงถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกวิชาชีพ เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้มนุษย์มีเหตุผลเพื่อการตัดสินใจที่จะกระทำการใด ๆ ที่ไม่ได้เกิดจากการกระทำที่บังคับด้วยกฎหมาย แต่เกิดจากสำนึกในความผิดถูก ความเหมาะสม และความดีงาม วิชาชีพบัญชี ถือเป็นวิชาชีพหนึ่งที่มีการกำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ เพื่อใช้ในการควบคุมจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็จะมีบทลงโทษตั้งแต่ การตักเตือน ภาคทัณฑ์ พักใช้ใบอนุญาตและการเพิกถอนใบอนุญาต กรณีการล้มละลายของบริษัทต่าง ๆ ทั้งในสหรัฐอเมริกา เช่น Enron, Global Crossing, Xerox, Adelphia Communications และ WorldCom (จินตนา บุญบงการ, 2547) ในแถบยุโรป เช่น Parmalat, Skandia, Ahold และ Vivendi (ผู้จัดการออนไลน์, 2547) อ้างอิงจากนิตยสาร ศรีมงคล, 2554) และในประเทศไทย เช่น บริษัท ROYNET ที่ถูกเพิกถอนออกจากการเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI) (ผู้จัดการรายวัน, 2547 อ้างอิงจากนิตยสาร ศรีมงคล, 2554) ไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงการขาดจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม แต่ยังสะท้อนถึงการขาดจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพของผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบบัญชีของบริษัทเหล่านั้นด้วย เช่น บริษัท Arthur Andersen ซึ่งเป็นผู้ตรวจสอบบัญชีของบริษัท Enron ที่ถูกดำเนินคดีและล้มละลายตามบริษัท Enron ไป ส่งผลกระทบอย่างมากต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในวิชาชีพบัญชี ซึ่งจากความบกพร่องด้านบรรษัทภิบาล เป็นสาเหตุให้สภาสูงของสหรัฐอเมริกา ได้ออกกฎหมาย Sarbanes-Oxley Act เพื่อเรียกความเชื่อมั่นจากนักลงทุน และปรับปรุงความน่าเชื่อถือของงบการเงินและการเปิดเผยข้อมูล รวมถึงเพื่อให้ได้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องและเกิดคุณค่ากับผู้ใช้ข้อมูลทางการเงิน ทั้งนี้ กฎหมายดังกล่าวส่งผลกระทบอย่างมากต่อการปฏิบัติหน้าที่ของฝ่ายบริหารของบริษัท คณะกรรมการตรวจสอบ ผู้ทำบัญชี และผู้สอบบัญชีทั่วโลก

ดังนั้น การรักษาจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในปัจจุบัน จึงมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลองค์กรเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับสาธารณชนว่า การบริหารในองค์กรต่าง ๆ มีมาตรฐาน โปร่งใส และตรวจสอบได้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2553)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จุดประกายให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาจรรยาบรรณวิชาชีพในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย โดยมีคำถามงานวิจัยคือ จรรยาบรรณวิชาชีพในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ทั้งนี้ ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยนี้ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของจรรยาบรรณวิชาชีพในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการศึกษาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในหลายแง่มุม เช่น บงกช กุมาณะชัย (2549) ได้ทำการศึกษามุมมองของผู้ควบคุมงานต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้ฝึกหัดงานสอบบัญชีระดับ Senior กรณีศึกษาบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งในประเทศไทย พบว่า ในมุมมองของผู้ควบคุมงานเห็นว่า ผู้ฝึกหัดงานระดับ Senior มีจรรยาบรรณวิชาชีพสอบบัญชีในทุกหมวดของ “มรรยาทของผู้สอบบัญชี” อยู่ในระดับมากต่อการปฏิบัติงานวิชาชีพสอบบัญชีในฐานะผู้สอบบัญชีอิสระ โดยลำดับของจรรยาบรรณจากมากไปน้อยคือ มรรยาททั่วไป ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต มรรยาทต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ มรรยาทต่อลูกค้า และอันดับสุดท้ายคือ ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม ผู้ควบคุมงานเห็นว่า ข้อบกพร่องทางจรรยาบรรณวิชาชีพสอบบัญชีที่สำคัญในแต่ละหมวดของ “มรรยาทของผู้สอบบัญชี” คือ การไม่รับของกำนัลจากกิจการไม่ว่าจะมีมูลค่าเท่าใด การมีส่วนร่วมในการวางแผนการตรวจสอบ การจัดทำร่างงบการเงินเพื่อให้ผู้บริหารสอบทานได้ตามระยะเวลาที่กำหนด การไม่ชักชวนเพื่อให้ย้ายจากสำนักงาน และการไม่เป็นเจ้าพนักงานให้คนอื่นทำในกิจการของลูกค้า นอกจากนี้ นิติย ศรีมงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบข้อบังคับด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย พบว่า

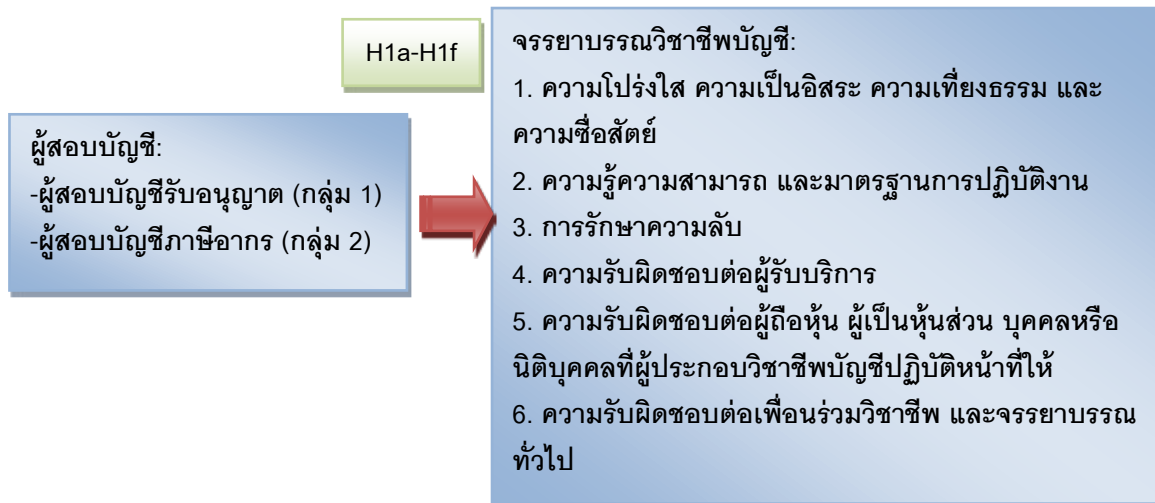
1) การเปรียบเทียบบทบัญญัติการปฏิบัติตามจรรยาบรรณ (General Application of the Code) นั้น ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย กำหนดเทียบเท่าสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต ความเป็นอิสระ ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพและความระมัดระวังรอบคอบ การรักษาความลับและการปฏิบัติตนเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ สำหรับประเทศไทยกำหนดหัวข้อรายละเอียดมากกว่าสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ในเรื่องความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ และความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป

2) การเปรียบเทียบบทบัญญัติผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในสำนักงานที่ให้บริการทางวิชาชีพ (Professional Accountants in Public Practice) นั้น ประเทศมาเลเซียกำหนดเทียบเท่าสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ สำหรับประเทศสิงคโปร์ไม่ได้กำหนดในเรื่องการควบคุมและการซื้อกิจการ การรับผิดชอบหน้าที่บริหาร บริการด้านคดีความ และนโยบายเกี่ยวกับค่าตอบแทนและการประเมินผล แต่กำหนดรายละเอียดในเรื่องการเปลี่ยนแปลงการแต่งตั้งผู้สอบบัญชีมากกว่าสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ สำหรับประเทศไทยไม่ได้บัญญัติในส่วนนี้ไว้ดังเช่นสมาพันธ์นักบัญชี

ระหว่างประเทศ ซึ่งบางเรื่องมีความสำคัญต่อการดำรงไว้ซึ่งความเป็นอิสระ เช่น การควบคุมและการซื้อกิจการ ผลประโยชน์ทางการเงิน การให้ยืมพนักงานเป็นการชั่วคราว การเพิกถอนหน้าที่บริการแก่ลูกค้าที่ตรวจสอบ เป็นต้น และ 3) การเปรียบเทียบบทบัญญัติผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีในหน่วยงานทางธุรกิจ (Professional Accountants in Business) นั้น ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียกำหนดไว้เช่นเดียวกับสมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น การจัดทำและการรายงานข้อสารสนเทศ การปฏิบัติงานด้วยความรู้และความชำนาญ ผลประโยชน์ทางการเงิน รวมทั้งการชักจูง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับข้อเสนอลและการให้ข้อเสนอ สำหรับประเทศไทยไม่ได้บัญญัติในส่วนนี้ไว้ดังเช่น สมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต ยังไม่มีการนำจรรยาบรรณของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีตาม ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 มาศึกษา ซึ่งผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีที่ต้องถือปฏิบัติตามข้อบังคับฉบับนี้ หมายความว่ารวมถึง ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีด้านการทำบัญชี ด้านการสอบบัญชีด้านการบัญชีบริหาร ด้านการวางระบบบัญชี ด้านการบัญชีภาษีอากร ด้านการศึกษาและเทคโนโลยี การบัญชี และบริการเกี่ยวกับการบัญชีด้านอื่นตามที่กฎกระทรวงกำหนดให้เป็นวิชาชีพบัญชี รวมทั้งผู้ซึ่งขึ้นทะเบียนไว้กับสภาวิชาชีพบัญชี ดังนั้น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร จึงเป็นตัวแปรต้นในงานวิจัยนี้ และได้กำหนดให้จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี ในหมวด 2-7 ตามข้อบังคับฯ ดังกล่าวเป็นตัวแปรตามในการศึกษา โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ตามรูปภาพ 1

รูปภาพ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



3.1 จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี (Code of Ethics of Accounting Profession) หมายถึง กฎแห่งความประพฤติสำหรับสมาชิกวิชาชีพบัญชี ซึ่งสภาวิชาชีพบัญชีเป็นผู้กำหนด และสมาชิกในวิชาชีพทุกคนต้องถือปฏิบัติโดยเคร่งครัด หากมีการละเมิดจะมีการลงโทษ ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่

3.1.1 ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์ เช่น 1) ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องใช้ดุลยพินิจและปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระภายใต้กรอบวิชาชีพบัญชี 2) ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องไม่ปฏิบัติงานที่ตนขาดความเป็นอิสระภายใต้กรอบวิชาชีพบัญชี 3) ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม ซื่อตรงต่อวิชาชีพ และต้องไม่มีส่วนได้เสียในงานที่ตนประกอบวิชาชีพ นอกจากค่าตอบแทนที่ได้รับจาก

การประกอบวิชาชีพนั้น 4) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องใช้ดุลยพินิจบนหลักฐานที่เชื่อถือได้โดยปราศจากความมีอคติและความลำเอียง 5) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ต้องไม่อ้างหรือยินยอมให้บุคคลอื่นอ้างว่าได้ปฏิบัติงานโดยที่ไม่ได้มีการปฏิบัติงานจริง เป็นต้น

3.1.2 ด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานการปฏิบัติงาน เช่น 1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องใช้ความรู้ตามมาตรฐานวิชาชีพ วิธีปฏิบัติ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ความชำนาญและประสบการณ์ทางวิชาชีพด้วยความมีสติเอาใจใส่อย่างเต็มความสามารถและระมัดระวังรอบคอบ 2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องประกอบวิชาชีพ โดยมีความสามารถเพียงพอที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จได้ 3) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ต้องศึกษาหาความรู้และความชำนาญทางวิชาชีพเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถให้ทันสมัยอยู่เสมอ 4) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องประกอบวิชาชีพให้สอดคล้องกับมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง 5) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ และด้วยความชำนาญตามมาตรฐานวิชาชีพและมาตรฐานทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3.1.3 ด้านการรักษาความลับ เช่น 1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กร ที่ตนได้มาจากการปฏิบัติงานวิชาชีพ และความสัมพันธ์ในทางธุรกิจ รวมทั้งความลับขององค์กรที่ตนสังกัดไปเปิดเผยต่อบุคคลที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากองค์กร เว้นแต่ในกรณีที่เป็นการเปิดเผยตามสิทธิหรือหน้าที่ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย หรือในฐานะผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี 2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่นำข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กรที่ตนได้มาจากการปฏิบัติงานวิชาชีพ และความสัมพันธ์ในทางธุรกิจ รวมทั้งความลับขององค์กรที่ตนสังกัด ไปใช้เพื่อประโยชน์ของตนหรือบุคคลอื่นโดยมิชอบ เป็นต้น

3.1.4 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ เช่น 1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการตามกรอบวิชาชีพบัญชีต่อผู้รับบริการ 2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติงานตามกรอบวิชาชีพบัญชี เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและมีประโยชน์ต่อผู้รับบริการ เป็นต้น

3.1.5 ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีปฏิบัติหน้าที่ให้ เช่น 1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องปฏิบัติตามจริยธรรมทางธุรกิจขององค์กรที่ตนสังกัด 2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องใช้เวลา และทรัพยากรขององค์กรที่ตนสังกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่นำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตนหรือบุคคลที่สามทั้งทางตรงและทางอ้อม 3) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ต้องเปิดเผยความสัมพันธ์กับองค์กร สถาบัน ธุรกิจภายนอกหรือความสัมพันธ์ทางเครือญาติ เพื่อหลีกเลี่ยงการกระทำที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ 4) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ต้องไม่กระทำการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการดำเนินการขององค์กรที่ตนสังกัด 5) ประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรที่ตนสังกัด รวมถึงนายจ้าง (ผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน เจ้าของ) ของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เป็นต้น

3.1.6 ความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ และจรรยาบรรณทั่วไป เช่น 1) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่แย่งงานวิชาชีพจากผู้ประกอบวิชาชีพด้านเดียวกันรายอื่น 2) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่ปฏิบัติงานทางวิชาชีพเกินกว่าที่รับมอบหมายจากผู้ประกอบวิชาชีพรายอื่น 3) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับงานของตนเกินความเป็นจริงไม่โอ้อวด หรือเปรียบเทียบตนหรือองค์กรที่ตนสังกัดอยู่กับผู้ประกอบวิชาชีพด้านเดียวกันรายอื่นหรือองค์กรที่ผู้ประกอบวิชาชีพด้านเดียวกันรายอื่นสังกัดอยู่ 4) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่ให้หรือรับว่าจะให้ทรัพย์สินหรือประโยชน์ใด ๆ เพื่อเป็นการจูงใจให้บุคคลอื่นแนะนำหรือจัดหางานวิชาชีพบัญชีมาให้ตน 5) ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องไม่เรียกหรือรับทรัพย์สินหรือประโยชน์จากบุคคลใดเมื่อบุคคลนั้นได้รับงานจากการแนะนำหรือการจัดหางานของตนในฐานะที่เป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีขององค์กรนั้น เป็นต้น

3.4 สมมุติฐานการวิจัย:

H1: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวมระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1a: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1b: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1c: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านการรักษาความลับ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1d: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1e: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

H1f: จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 กลุ่มประชากร คือ ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 7,893 คน และผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 1,527 คน (ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ณ วันที่ 19 เมษายน 2556) ทั้งนี้ เนื่องจากงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีระหว่างกลุ่มผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและกลุ่มผู้สอบบัญชีภาษีอากร นักวิจัยจึงเลือกตัวอย่างจากกลุ่มผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 1,500 คน และตัวอย่างจากกลุ่มผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 1,500 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Krejcie and Morgan, 1970)

4.2 ตัวแปรที่ศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษา 2 ตัวแปร ประกอบด้วย

4.2.1 ตัวแปรต้น คือกลุ่มผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและกลุ่มผู้สอบบัญชีภาษีอากร

4.2.2 ตัวแปรตาม คือ จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความโปร่งใส

ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ด้านการรักษาความลับ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ และด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับถามเกี่ยวกับมุมมองจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553 โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด (Likert, 1967)

4.3.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

- 1) ศึกษาหลักการ แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี
- 2) กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา
- 3) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับโครงสร้างของแบบสอบถามที่กำหนดไว้

4) การตรวจสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) การใช้ภาษา (Wording) และด้านอื่นๆ ที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นสมควรแก้ไข จากนั้นผู้ศึกษาได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5) การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่มีความตรงและปรับปรุงแก้ไขให้เป็นปรนัย (Objectivity) ตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอไว้ นำไปทดลองใช้ (Try out) กับสมาชิกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ที่มีบริบทคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร จะตอบแบบสอบถามคนละ 1 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค ควรมีค่าเกิน 0.7 (Cronbach, 1954) และหาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) โดยใช้ ค่าวิกฤติจากตารางเพียร์สัน (Critical values for Pearson r) เป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบค่าอำนาจจำแนก (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551) ซึ่งพบว่า มีค่าวิกฤติ เท่ากับ 0.164 และข้อคำถามทุกข้อในแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (Item-Total-Correlation) สูงกว่าค่าวิกฤติทุกค่า นั้นแสดงว่าทุกข้อสามารถจำแนกกลุ่มได้ตามคุณลักษณะที่ต้องการวัด นั่นก็คือคำถามทุกข้อมีคุณภาพด้านอำนาจจำแนก สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้ นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์หาค่าประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อหา Construct Validity ทั้งนี้ ค่า Factor Loading ควรมีค่าเกิน 0.40 (Hair et al., (2006) จึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความตรงเชิงโครงสร้าง ซึ่งพบว่าค่า Factor Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.51-0.87 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้ ค่า Factor Loading และค่า Cronbach' Alpha Coefficient แสดงไว้ในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงค่า Factor Loading และค่า Cronbach' Alpha Coefficient

ตัวแปร	Factor Loading	Cronbach' Alpha Coefficient
จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี:		
1. ด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	0.51-0.75	0.84
2. ด้านความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน	0.74-0.84	0.88
3. ด้านการรักษาความลับ	0.80-0.87	0.80
4. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ	0.82-0.86	0.78
5. ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพฯ	0.74-0.85	0.87
6. ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป	0.71-0.82	0.87

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับดังนี้

4.4.1 ทำหนังสือจากผู้วิจัยถึงผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4.2 ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยเจ้าหน้าที่ส่งถึงผู้สอบบัญชีรับอนุญาต จำนวน 1,500 ชุด และเจ้าหน้าที่ส่งถึงผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 1,500 ชุด โดยแนบซองและปิดอากรแสตมป์เพื่อให้ส่งกลับคืนมายังผู้วิจัย

4.4.3 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืน ทำการตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แบบสอบถามฉบับใดที่ตอบไม่ครบ ถือว่าเป็นแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะคัดออก

4.4.4 มีกระบวนการติดตามการตอบแบบสอบถามผ่านการใช้โทรศัพท์ และให้สรุปรายงานผลการวิจัยเป็นสิ่งที่สนใจในการตอบแบบสอบถาม (ปรีดา เบญจการ, 2539) โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามสรุปได้ดังนี้ มีจำนวนแบบสอบถามที่ตีกลับเนื่องจากไม่มีผู้รับจำนวน 198 ชุด และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งหมดจำนวน 598 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 28 ชุด ได้รับแจ้งว่าไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้ เนื่องจากไม่ได้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้สอบบัญชีแล้ว จำนวน 4 ชุด จึงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 566 ชุด คิดเป็นร้อยละ 20.43 แต่เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นทั้งผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร จำนวน 174 ชุด จึงต้องคัดออก ทำให้เหลือแบบสอบถามที่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้เพียงจำนวน 392 ชุด แบ่งเป็นแบบสอบถามที่มาจากผู้สอบบัญชีรับอนุญาตจำนวน 230 ชุด และแบบสอบถามที่มาจากผู้สอบบัญชีภาษีอากรจำนวน 162 ชุด

4.5 การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

4.5.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic Analysis) เพื่อบรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.5.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

4.5.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic Analysis) เพื่อหาความแตกต่างของจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรโดยใช้ค่าสถิติ t

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตาราง 2 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีอายุมากกว่า 40 ปี มีประสบการณ์ด้านการสอบบัญชีอยู่ระหว่าง 6-10 ปี และส่วนใหญ่เป็นผู้สอบบัญชีอิสระ ทั้งนี้ เป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตร้อยละ 58.7 และเป็นผู้สอบบัญชีภาษีอากรร้อยละ 41.3

ตาราง 2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม

ลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	143	35.5
หญิง	249	63.5
อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 40 ปี	150	38.3
มากกว่า 40 ปี	242	61.7
ระดับการศึกษา		
ระดับปริญญาตรี	146	72.2
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	246	62.8
ใบประกอบวิชาชีพที่ได้รับ		
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	58.7
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	41.3
ประสบการณ์ด้านการตรวจสอบบัญชี		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	71	18.2
6-10 ปี	113	28.8
11-15 ปี	88	22.4
16 ปีขึ้นไป	120	30.6
สังกัด		
สำนักงานตรวจสอบบัญชี Big 4	34	8.7
ไม่ใช่สำนักงานตรวจสอบบัญชี Big 4	70	17.9
ผู้สอบบัญชีอิสระ	288	73.4
รวม	392	100

ตาราง 3 แสดงค่าสถิติ t เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาต และผู้สอบบัญชีภาษีอากร

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	Levene's Test for Equality of Variances		
				F	Sig.	
ด้านความโปร่งใส:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.26	0.43	1.27	0.25	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.17	0.47			
ด้านความรู้ความสามารถ:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.43	0.44	0.58	0.44	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.29	0.46			
ด้านการรักษาความลับ:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.43	0.49	1.80	0.18	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.45	0.52			
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.38	0.45	3.81	0.05**	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.40	0.51			
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.27	0.48	5.67	0.01***	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.28	0.55			
ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.42	0.53	1.05	0.30	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.40	0.55			
จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวม:						
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต	230	4.35	0.38	2.98	0.09*	
ผู้สอบบัญชีภาษีอากร	162	4.33	0.44			

*** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, * นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตาราง 3 แสดงค่าสถิติ t เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร (ต่อ)

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี	t-test Equality of Means			
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
ด้านความโปร่งใส:				
Equal variance assumed	1.90	359	0.58	0.09
Equal variance not assumed	1.87	299.44	0.60	0.09
ด้านความรู้ความสามารถ:				
Equal variance assumed	0.89	359	0.36	0.04
Equal variance not assumed	0.89	311.27	0.37	0.04
ด้านการรักษาความลับ:				
Equal variance assumed	-0.41	359	0.67	-0.02
Equal variance not assumed	-0.41	307.28	0.68	-0.02
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ:				
Equal variance assumed	-0.50	359	0.61	-0.02
Equal variance not assumed	-0.49	291.61	0.62	-0.02
ด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น:				
Equal variance assumed	0.16	359	0.86	-0.01
Equal variance not assumed	0.16	290.40	0.87	-0.01
ด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพ:				
Equal variance assumed	0.34	359	0.72	0.02
Equal variance not assumed	0.34	310.97	0.73	0.02
จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวม:				
Equal variance assumed	0.37	359	0.71	0.01
Equal variance not assumed	0.36	292.97	0.71	0.01

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1 ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวมระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=0.37$; Sig. 0.10) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวว่า การทำตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ ถือเป็นกรอบปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้การประกอบวิชาชีพเป็นไปตามจุดมุ่งหมายโดยใช้ความรู้ความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหรือผู้สอบบัญชีภาษีอากร ก็ต้องทำตามหน้าที่ที่รับผิดชอบของผู้ประกอบวิชาชีพที่ไม่แตกต่างกัน ตามจรรยาบรรณวิชาชีพที่ยึดถือปฏิบัติตามข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1a ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=-1.90$; Sig. 0.25) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวว่า การประพฤติตนเป็นผู้มีจรรยาบรรณเพื่อความภูมิใจของตนเอง จะส่งผลเสริมให้เกิดเกียรติ ศักดิ์ศรีและความภูมิใจแก่ผู้ปฏิบัติได้ เช่น การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การไม่ทอดทิ้งงานตนเป็นผู้มีความรู้ การไม่โฆษณาเกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพเกินความเป็นจริง ทำให้มีผู้เชื่อถือและยอมรับในชื่อเสียงของผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งก็จะทำให้ผู้ประกอบวิชาชีพเกิดความภูมิใจในที่สุด ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีส่วนใหญ่จึงแสดงให้เห็นสัจจยอมรับว่าผู้สอบบัญชีไม่ได้มีเพียงแต่ความเป็น “มืออาชีพ” เท่านั้น หรือมีเพียงแต่ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพเท่านั้น แต่ยังมีอุดมคติตามหลักแห่งวิชาชีพของตนด้วย (สิงห์ชัย อรุณวุฒิมงคล, 2549) ดังนั้น จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรไม่มีความแตกต่างกัน

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1b ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงานระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=-0.89$; Sig. 0.44) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวว่า การทำตามกฎระเบียบ ถือเป็นเกณฑ์ที่บังคับใช้เพื่อให้เกิดความเสมอภาคในสังคม เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชี มาตรฐานรายงานทางการเงินที่เกี่ยวข้อง และการปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เป็นต้น นอกจากนี้ การทำตามหน้าที่ที่รับผิดชอบยังถือเป็น การปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้การประกอบวิชาชีพเป็นไปตามจุดมุ่งหมายโดยใช้ความรู้ความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพ ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้สอบบัญชีรับอนุญาตหรือผู้สอบบัญชีภาษีอากร ก็ต้องทำตามหน้าที่ที่รับผิดชอบ และทำตามกฎระเบียบของผู้ประกอบวิชาชีพที่ไม่แตกต่างกัน

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1c ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านการรักษาความลับ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านการรักษาความลับระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=-0.41$; Sig. 0.18) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ สิงห์ชัย อรุณวุฒิมงคล (2549) ที่ได้กล่าวว่า หัวใจของวิชาชีพคือ ความไว้วางใจต่อผู้รับบริการจากวิชาชีพนั้นว่า ผู้ประกอบวิชาชีพจะรักษาประโยชน์ของผู้มารับบริการเหนือสิ่งอื่นใด สิ่งนี้ทำให้ผู้มารับบริการกล่ามขอความไว้วางใจให้ผู้ประกอบวิชาชีพดูแลผลประโยชน์สุขของตน กล้าเปิดเผยความลับส่วนตัวอันจำเป็นในการรับบริการจากผู้ประกอบวิชาชีพ และมีศรัทธาปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ประกอบวิชาชีพ เช่น คนไว้วางใจเล่าความเรื่องของความเจ็บป่วยตลอดจนประวัติความเป็นมาของครอบครัวตนให้แก่หมอฟัง และยอมเสี่ยงชีวิตและสุขภาพของตนโดยยอมกินยา ฉีดยา และแม้แต่ยอมเข้ารับการผ่าตัด ตามคำแนะนำของหมอ เพราะเชื่อมั่นและความไว้วางใจว่าหมอในฐานะผู้ประกอบวิชาชีพมีความรู้ความสามารถจริงตามมาตรฐานวิชาชีพ และที่สำคัญกว่านั้น คือ หมอมีจรรยาบรรณวิชาชีพที่จะรักษาผลประโยชน์ของคนไข้เหนือสิ่งอื่นใด เหนือประโยชน์ของตัวเอง เหนือประโยชน์ของบริษัทที่ขายยา หรือเหนือผลประโยชน์ของโรงพยาบาลที่เป็นนายจ้างของหมอเอง ทั้งนี้ ลูกค้ายาที่มารับบริการของผู้สอบบัญชีก็ต้องมีความเชื่อมั่น ศรัทธา และ

ไว้วางใจในความเป็นวิชาชีพของผู้สอบบัญชีนี้ว่า มีมาตรฐานทั้งด้านความรู้ความสามารถและด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ จึงกล้าเปิดเผยความลับทางการเงิน กล้าปรึกษาและมอบเอกสารทางการเงินให้ผู้สอบบัญชีดูแล ดังนั้น จรรยาบรรณวิชาชีพด้านการรักษาความลับ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรจึงไม่มีความแตกต่างกัน

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1d ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=0.49$; Sig. 0.05) ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวไว้ว่าในการปฏิบัติตนให้เป็นผู้มีจรรยาบรรณนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งแม้ว่าจะได้รับการศึกษาอบรมเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพในเบื้องต้นแล้ว ก็อาจมีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในระดับที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของเหตุการณ์ ความเป็นอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพ รวมถึงจริยธรรมส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพ ทั้งนี้ ผู้สอบบัญชีแต่ละคนอาจมีวิธีการที่จะตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ บนหลักจรรยาบรรณเดียวกันแต่ด้วยเหตุผลและวิธีการที่แตกต่างกัน (บงกช กุ๊มานะชัย, 2549) ดังนั้น จากงานวิจัยนี้ที่พบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน จึงอาจเกิดจากผู้รับบริการที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน รวมไปถึงจริยธรรมส่วนบุคคลในการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน จึงมีผลทำให้จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการมีความแตกต่างกัน

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1e ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=0.16$; Sig. 0.01) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวไว้ว่าในการปฏิบัติตนให้เป็นผู้มีจรรยาบรรณนั้น ผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งแม้ว่าจะได้รับการศึกษาอบรมเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพในเบื้องต้นแล้ว ก็อาจมีการปฏิบัติตามจรรยาบรรณในระดับที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของเหตุการณ์ ความเป็นอิสระของผู้ประกอบวิชาชีพ รวมถึงจริยธรรมส่วนบุคคลของผู้ประกอบวิชาชีพเอง นอกจากนี้ นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา และคณะ (2548) ยังพบว่า ผู้สอบบัญชีที่มีประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเหตุการณ์เดียวกันบุคคลหนึ่งอาจเห็นว่าถูกต้อง แต่อีกบุคคลหนึ่งอาจเห็นว่าไม่ถูกต้อง เนื่องจากบุคคลใช้เกณฑ์การตัดสินใจทางจริยธรรมที่แตกต่างกันส่งผลให้เกณฑ์การตัดสินใจทางจริยธรรมไม่ตายตัว เพราะบุคคลจะใช้ความรู้สึกและสภาพแวดล้อมของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ถือเป็นสภาพแวดล้อมของเหตุการณ์ที่มีความแตกต่างกัน ดังนั้น จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจเกิดจากลูกค้าแต่ละรายที่มีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน รวมไปถึงจริยธรรมส่วนบุคคลในการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน จึงมีผลทำให้จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการมีความแตกต่างกัน

สำหรับสมมติฐานงานวิจัย H1f ที่ตั้งไว้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน พบว่า

จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไประหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร ($t=0.34$; Sig. 0.30) ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับ นนทวรรณ ยมจินดา (2549) ที่ได้กล่าวว่า การเอื้อเฟื้อต่อสังคมและการปฏิบัติตามจรรยาบรรณจะทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคมยิ่งขึ้น เช่น การไม่แย่งงานจากเพื่อนร่วมวิชาชีพ การไม่ละทิ้งงานโดยไม่มีเหตุอันควร เป็นต้น อีกทั้ง การไม่ชักจูงผู้รับบริการอื่นมาเป็นของตน (กุลลาภ รัตนสุวรรณ และคณะ 2546) ก็จะทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพได้รับความศรัทธา และรักษาชื่อเสียงให้คงอยู่ ดังนั้น จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไประหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร จึงไม่มีความแตกต่างกัน เพราะการปฏิบัติตามจรรยาบรรณจะทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพได้รับการยกย่องและเป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้น

ตาราง 5 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน ที่	คำอธิบาย	ผลที่ได้รับ
H1	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวมระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
H1a	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และ ความซื่อสัตย์ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
H1b	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรู้ความสามารถ และมาตรฐานในการปฏิบัติงาน ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
H1c	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านการรักษาความลับ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน
H1d	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
H1e	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการวิชาชีพปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ยอมรับ สมมติฐาน
H1f	จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมวิชาชีพและจรรยาบรรณทั่วไป ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน	ปฏิเสธ สมมติฐาน

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของจรรยาบรรณวิชาชีพในมุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการ และจรรยาบรรณวิชาชีพด้านความรับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น ผู้เป็นหุ้นส่วน บุคคลหรือนิติบุคคลที่ผู้ประกอบการปฏิบัติหน้าที่ให้ ระหว่างผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ข้อเสนอที่ได้จากงานวิจัยนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ต่อไป

7. ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสอบถามไปยังผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรโดยตรง ดังนั้น อาจมีความเป็นไปได้ที่จะเกิดความลำเอียงเนื่องจากการประเมินตนเองของผู้สอบบัญชี

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ถึงแม้ว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีโดยรวมและรายด้านจะมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่จากผลการวิจัยพบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้น จำเป็นที่ผู้สอบบัญชีต้องตระหนักในจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีด้านนี้ เพื่อให้วิชาชีพคงฐานะ ได้รับการยอมรับและยกย่องจากสังคม และเพื่อผดุงเกียรติยศและศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพให้คงอยู่สืบไป

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัย ครั้งต่อไป

8.2.1 ลักษณะของกลุ่มประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีกับผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากร เท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป จึงควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มประชากรออกไปสู่นักบัญชีที่ทำงานอยู่ในกิจการที่มีส่วนได้เสียต่อสาธารณะและในกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียต่อสาธารณะเพื่อจะได้นำผลวิจัยมาเปรียบเทียบกัน

8.2.2 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งผลการวิจัยให้วิธีอนุมาน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย โดยการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรม ก็จะทำให้ผลการวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

8.2.3 ควรมีการศึกษาย่อยส่วนบุคคล โดยมีการแยกพิจารณาตามข้อมูลส่วนบุคคลด้วย เช่น จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน ประสบการณ์ในการตรวจสอบต่างกัน และสังกัดต่างกัน เป็นต้น

8.2.4 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี: มุมมองของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตและผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย เท่านั้น ซึ่งจากการทบทวนเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีตัวแปรอีกหลายตัวที่มีเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี เช่น แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ความเป็นมืออาชีพ และความน่าเชื่อถือในการปฏิบัติงาน เป็นต้น ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป จึงควรมีการศึกษาในตัวแปรดังกล่าวหรือตัวแปรที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เพื่อให้ได้ขอบเขตของความรู้ที่กว้างขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2556). ค้นเมื่อวันที่ 19 เมษายน 2556, จาก www.dbd.go.th .
- กุลหลาบ รัตนสังฆธรรม พิสมัย เสรีขจรกิจเจริญ และวิไล สถิตเสถียร. (2546). *การศึกษา วิเคราะห์ สังเคราะห์ ภาพรวมจรรยาบรรณวิชาชีพในประเทศไทย*. (รายงานการวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จินตนา บุญบงการ. (2547). *จริยธรรมทางธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระบรมราชโองการพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. (2540). *พระราชดำรัสในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรของ มหาวิทยาลัยมหิดล ณ. อาคารใหม่ สวนอัมพร ในวันศุกร์ที่ 4 กรกฎาคม 2540*.
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กาฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- นนทวรรณ ยมจินดา. (2549). จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 2(2), 133-137.
- นิตย ศรีมงคล. (2554). *การศึกษาเปรียบเทียบข้อบังคับด้านจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของ สมาพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ ประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชี มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*.
- นิตยา วงศ์กันันท์วัฒนา จำนง จันทโชโต พัทธียา เห็นกลาง และศุภรัตน์ หล่อชัชวาลกุล. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อจริยธรรมของวิชาชีพสอบบัญชี. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 28(107), 59-72.
- บงกช ภูมิานะชัย. (2549). *มุมมองของผู้ควบคุมต่อจรรยาบรรณวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ฝึกหัดงานสอบบัญชีระดับ Senior กรณีศึกษาบริษัทสอบบัญชีขนาดใหญ่ 4 แห่งในประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระบัญชี มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ปรีดา เบญจการ. (2539). *การวิเคราะห์ภูมิานของปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการตอบกลับแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2553). *ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี (ฉบับที่ 19) เรื่องจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553. เล่ม 127 ตอนพิเศษ 127 ง ราชกิจจานุเบกษา. 68-74. 3 พฤศจิกายน 2553*.
- สิงห์ชัย อรุณวุฒิพงศ์. (2549). *แนวทางการปลูกฝังจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์การจัดการธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*.
- Cronbach, L. J. (1954). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334.
- Krejcie, R. V., & Morgan D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Psychological Measurement*, 607-610.
- Likert R. (1967). *The human organization : Its management and value*. New York: McGraw-Hill..
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). New Jersey : Pearson Education.

ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

The Effects of Employee Knowledge and Skill Development on Competitive Advantage of Private Hospital in Thailand

ชนินทร สุภา^๑ อัจฉริยา อิศสระไพบูลย์^๒ และขวัญฤดี ต้นตระกูล^๓
Chaninton Supa^๑ Achariya Issarapaibool^๒ and Khwanuedee Tuntrabundit^๓

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 326 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการฝึกอบรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ 2) การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการหมุนเวียนงาน มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านประสิทธิภาพ และด้านนวัตกรรม 3) การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านประสิทธิภาพและด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และ 4) การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านคุณภาพ และด้านนวัตกรรม ดังนั้น ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ต้องให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้น การส่งเสริมในการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน เช่น การฝึกอบรม การฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ การเพิ่มปริมาณงาน การให้คำปรึกษาแนะนำ และการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการปฏิบัติงานสามารถนำพาองค์กรประสบผลสำเร็จ และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

คำสำคัญ : การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
และโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

^๑ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^๒ Master Student, Master of Management, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^๓ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^๒ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^๓ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^๓ Assistant Professor, Faculty of Management Science, Khon Kaen University

Abstract

The purpose of this study was to verify the effects of employee knowledge and skill development on competitive advantage of private hospital in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 326 human resource executive of private hospital in Thailand. Statistics for data analysis were mean, standard deviation, multiple correlations, and multiple regression analysis. The findings revealed that 1) the employee knowledge and skill development, training the positive correlation and effects on quality-related competitive advantages, 2) job rotation for the employee knowledge and skill development had the positive correlation and effects on efficiency and innovation aspects, 3) Consulting for the employee knowledge and skill development had the positive correlation and effects on proficiency and customer need responsiveness, and 4) the employee knowledge and skill development self-learning the positive correlation and effects on quality and innovation aspects. Hence, the private hospital executive should concentrate on the employee knowledge and skill development such as training aspects, counterpart, job enlargement, consulting and self-learning order to improve their potentialities and efficiencies. So that people in the organization as powerful and potent performance to lead the success organization and be the cause of competitive advantage afterward.

Keywords : Employee Knowledge and Skill Development, Competitive Advantage,
Private Hospital in Thailand

1. บทนำ

ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งยังคงต้องเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงที่ขยายตัวออกไปอีกอย่างต่อเนื่องในอนาคต และมีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะได้รับความเสียหายจากการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ที่เกิดขึ้นและกำลังจะเกิดขึ้น (วิวัฒน์ ไหมแก่นสาร, 2557 : 245) ทำให้ธุรกิจต่างๆ ยิ่งต้องพัฒนาและเสริมสร้างสมรรถนะของธุรกิจให้สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ดังนั้น ธุรกิจต่างๆ จึงต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะบุคลากร เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ตลอดเวลา หากธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยน และมีแผนการรองรับรวมทั้งสามารถพัฒนาบุคลากรให้เปลี่ยนไปตามสถานการณ์นั้นๆ ได้ จะส่งผลให้ธุรกิจได้เปรียบคู่แข่งขัน และสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ โดยผู้ประกอบการของธุรกิจต่างๆ จะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรในทุกด้านเพื่อนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างผลกำไรที่สูงขึ้นในระยะยาวให้กับธุรกิจของตน ดังนั้น การที่ธุรกิจจะประสบผลสำเร็จได้นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างผลกำไรของบริษัทเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีความสามารถในการพัฒนาบุคลากรควบคู่ไปด้วย

การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน (Employee Knowledge and Skill Development) เป็นกระบวนการหรือวิธีการที่จะส่งเสริมและปรับปรุงคุณภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สำเร็จตามนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร (ธนัชชัย มากพูน, 2556 : 10) ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรเพิ่มมาก

ขึ้น เนื่องจากการเป็นธุรกิจที่มีขีดความสามารถสูง บุคลากรจะต้องมีความพร้อมและความสามารถในการเรียนรู้ คิดริเริ่มเปลี่ยนแปลงและปรับตัวได้อย่างเหมาะสมต่อสถานการณ์ต่างๆ ซึ่งหลักของการพัฒนาบุคลากร ได้แก่ การพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และสมรรถนะของบุคลากรทุกระดับให้ปฏิบัติงานของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ (พินัย คงคาเขตร. 2553 : 4) การพัฒนาบุคลากรนี้ยังเป็นการพัฒนาจุดอ่อนและสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจ ให้บุคลากรได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ในการปรับปรุงการทำงานให้ดียิ่งขึ้น เพิ่มความพึงพอใจใน

การทำงานให้กับบุคลากรทำให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจในการทำงาน ซึ่งมีองค์ประกอบหลักอยู่ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม (Training) ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (Counterpart) ด้านการเพิ่มปริมาณงาน (Job Enlargement) ด้านการหมุนเวียนงาน (Job Rotation) ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ (Consulting) และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self Learning) (อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์, 2552 : 128 – 233) โดยการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานจะช่วยให้ธุรกิจ มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ช่วยเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันและสนับสนุนให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า พื้นฐานความสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือความเหนือกว่าในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองต่อผู้บริโภค (รุ่งอรุณ วงศ์วุฒิ, 2555 : 24) ซึ่งทำให้สามารถดำเนินกิจการได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีปัจจัยที่สำคัญในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน คือความรู้ที่ธุรกิจต้องพยายามสร้างขึ้นด้วยการเรียนรู้และพัฒนาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้ได้ ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูงจึงต้องอาศัยปัจจัยหลายๆ ด้านที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ ผู้บริหารต้องมีการจัดการที่ดีกับปัจจัยต่างๆ โดยมีบุคลากรเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตก้าวหน้าอย่างมั่นคง ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Need Responsiveness) (วิทยา ด่านธำรงกุล, 2546 : 38 - 39) ที่จะช่วยให้โรงพยาบาลเอกชนพัฒนาประสิทธิภาพด้านต่างๆ ได้อย่างยั่งยืน

โรงพยาบาลเอกชน (Private Hospital) เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นมาเพราะความจำเป็นที่โรงพยาบาลของรัฐไม่สามารถให้บริการรักษาพยาบาลได้เพียงพอ เป็นสถานพยาบาลที่ต้องการผลการดำเนินงานที่เป็นกำไร จากเดิมที่โรงพยาบาลเอกชนมีขนาดเล็ก แพทย์เป็นเจ้าของคนเดียว เป็นธุรกิจแบบครอบครัวมีเวลาจำกัดในการทำงาน ไม่มีระบบควบคุมคุณภาพ ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนได้มีการพัฒนาจนกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่ สามารถให้บริการรักษาพยาบาลโรคเฉพาะทางตลอด 24 ชั่วโมง มีการพัฒนาบุคลากรตลอดเวลา มีการวิจัยต่างๆ และยังได้รับมาตรฐานนานาชาติ (Joint Commission International : JCI) (คณะกรรมการสมาคมโรงพยาบาลเอกชนแห่งประเทศไทย, 2555 : 24) เพราะธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงในการให้บริการรักษาพยาบาลสูง อีกทั้งโรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก ดังนั้นโรงพยาบาลเอกชนจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรมีความเชี่ยวชาญมีความชำนาญในการให้บริการรักษาพยาบาลผู้ป่วยเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดในการรักษาพยาบาล และเพื่อให้โรงพยาบาลเอกชนเป็นที่ยอมรับของผู้ป่วยที่มาปรึกษา ทำให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

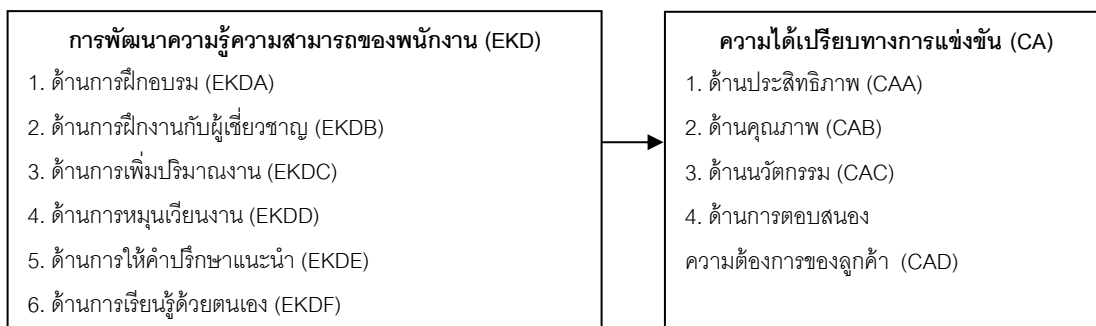
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดทักษะการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อธุรกิจต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกกลุ่มธุรกิจ และพัฒนาความสามารถเชิงกลยุทธ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้ง ยังช่วยในการกำหนดนโยบาย การวางแผนการพัฒนาบุคลากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลให้แก่กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนหรือกลุ่มธุรกิจที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของธุรกิจในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานและความได้เปรียบทางการแข่งขัน



2.1 การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน (Employee Knowledge and Skill Development)

การดำเนินการต่างๆ ที่มุ่งเพิ่มสมรรถภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งด้านความรู้ความสามารถ ทักษะ อุปนิสัย เจตคติ และมีวิธีการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีความก้าวหน้าในตำแหน่ง โดยต้องจัดการพัฒนาตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานจนกระทั่งปลดเกษียณ (อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์, 2552 : 128 – 233) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการฝึกอบรม (Training) หมายถึง การเรียนรู้อย่างเป็นระบบโดยใช้ช่วงเวลาสั้นๆ เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ ได้รับประสบการณ์ที่จะช่วยส่งเสริมการปฏิบัติงาน อันจะนำไปสู่การปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำงานได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรในอนาคต

2.1.2 ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (Counterpart) หมายถึง การเน้นให้พนักงานได้ร่วมฝึกงานและทำงานกับผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพที่ทำงานอยู่หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในทักษะหลายๆ ด้าน โดยองค์กรจะต้องกำหนด

คุณสมบัติหรือเงื่อนไขในการพิจารณาหาผู้เชี่ยวชาญที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะลึกในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยตรง เพื่อให้เรียนรู้ถึงเทคนิคและวิธีการจากผู้เชี่ยวชาญนั้น

2.1.3 ด้านการเพิ่มปริมาณงาน (Job Enlargement) หมายถึง การมอบหมายงานที่เพิ่มมากขึ้น งานจะไม่แตกต่างไปจากขอบเขตงานที่รับผิดชอบอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณงานได้ทั้งภายในหน่วยงาน คือ เป็นการทำงานในฝ่ายเดียวกัน สภาพแวดล้อมการทำงานเหมือนเดิมหรือเพิ่มปริมาณงานภายนอกหน่วยงาน ที่ต่างฝ่ายกัน เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะการทำงานให้กับพนักงาน โดยเฉพาะทักษะในการบริหารจัดการงานที่มีปริมาณมากกว่าเดิมที่เคยปฏิบัติ ซึ่งจะทำให้พนักงานพยายามกระตือรือร้นและสามารถปรับตัวในการทำงานได้เสมอ โดยจะส่งผลให้พนักงานนั้นเกิดความรู้สึกไม่เบื่อหน่ายกับงานที่ได้รับมอบหมาย

2.1.4 ด้านการหมุนเวียนงาน (Job Rotation) หมายถึง การที่ให้พนักงานคนหนึ่งทำงานมานานพอสมควร ได้มีโอกาสในการหมุนเวียนเปลี่ยนงานในตำแหน่งอื่นๆ โดยเน้นการสลับเปลี่ยนงานในเชิงแนวนอน จากงานหนึ่งไปยังอีกงานหนึ่ง เพื่อที่จะทำให้พนักงานมีทักษะ ความรู้ และประสบการณ์กว้างขวางในงานที่หลากหลาย

2.1.5 การให้คำปรึกษาแนะนำ (Consulting) หมายถึง การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับพนักงานจากปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานและนำมากำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

2.1.6 การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Learning) หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นให้ผู้เรียนจะต้องช่วยเหลือตนเองเป็นสำคัญ โดยเริ่มจากความตั้งใจที่อยากจะเรียน ผู้เรียนมีแนวความคิดเป็นของตนเองและสามารถคิดได้ด้วยตนเอง

2.2 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

การดำเนินธุรกิจโดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง มีการปรับองค์กรให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารทรัพยากรด้านต่างๆ ให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ โดยเงื่อนไขที่สำคัญของข้อได้เปรียบทางการแข่งขันคือ ลูกค้าจะต้องมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือการบริการของธุรกิจ (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2546 : 38 - 39) ประกอบด้วย

2.2.1 ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานด้านต่างๆ ตามภาระหน้าที่โดยใช้ทรัพยากร และปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการให้มากที่สุดอย่างคุ้มค่าที่สุด มีการสูญเสียน้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกันด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรให้ใช้ความรู้ความสามารถได้อย่างเต็มศักยภาพซึ่งจะส่งผลให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ

2.2.2 คุณภาพ (Quality) หมายถึง คุณสมบัติโดยรวมของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างผล การดำเนินงานให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งสามารถรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยการเสนอคุณภาพของสินค้าหรือบริการตามที่ลูกค้าคาดหวัง โดยกิจกรรมในด้านต่างๆ จะมุ่งเน้นความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นหลัก

2.2.3 นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์กระบวนการทำงานใหม่ๆ ของบริษัทหรือ การผลิตสินค้าและบริการใหม่ ซึ่งอาจเป็นการนำสิ่งที่ผู้อื่นเคยทำมาแล้วมาทำต่อหรือนำมาทำโดยไม่เคยมีใครทำมาก่อน และสิ่งที่องค์กรทำขึ้นนั้นผู้ใช้หรือลูกค้ายอมรับ

2.2.4 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Need Responsiveness) หมายถึง การสนองความต้องการของลูกค้าขององค์กรที่ต้องมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดีกว่าคู่แข่ง ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่รวดเร็ว พร้อมทั้งจะให้บริการลูกค้าเสมอเมื่อลูกค้าต้องการ โดยองค์กรจะต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร จากนั้นจึงกำหนด

กลยุทธ์ให้ทุกหน่วยงานในองค์กรดำเนินการไปในทางเดียวกัน เพื่อมอบสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจและเกิดความประทับใจของลูกค้า

ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Peggy (2010 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ทฤษฎีและรูปแบบการจัดการความรู้การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการบริหารจัดการการศึกษาที่สูงขึ้น พบว่า องค์กรธุรกิจและการศึกษาจะต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างและการพัฒนาแรงงานให้มีความรู้ที่สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น กิจกรรมการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และหลักสูตรกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องมุ่งเน้นการปลูกฝังการปรับปรุงและประเมินผลความรู้ทักษะและความสามารถของบุคลากร ในองค์กร องค์กรต้องระบุงค์ความรู้ที่จำเป็นเพื่อสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น สถาบันการศึกษาจะต้องบูรณาการในมิติของความรู้ที่จำเป็นเพื่อให้คุณภาพการเรียนการสอนช่วยพัฒนานักเรียนให้เป็นแรงงานที่มีความรู้ตรงตามความต้องการขององค์กรธุรกิจ นอกจากนี้องค์กรทั่วไปต้องการคนที่มุ่งมั่นเพื่อเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อที่จะรักษารฐานความรู้ที่เชื่อมต่อกันระหว่างสิ่งที่ธุรกิจต้องการและสิ่งที่มหาวิทยาลัยให้ องค์กรธุรกิจทั่วไปต้องการแรงงานที่มีความรู้ ดังนั้นกระบวนการจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยจะส่งผลกระทบไปในทางที่ดีแก่นักศึกษาตลอดจนเกิดการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ การมีส่วนร่วมระหว่างนักศึกษา กับมหาวิทยาลัย จัรัฐสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา คุณภาพการให้บริการความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในธุรกิจโรงแรม พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม และรีสอร์ทในประเทศไทยควรต้องตระหนักและตื่นตัวต่อแนวคิดนี้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของการให้บริการผ่านการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรแทนแนวคิดเดิมที่ต้องการเพียงการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรและให้ความสำคัญกับบุคลากรในฐานะของลูกค้า ภายในโรงแรมไม่ใช่เป็นเพียงลูกค้าคนหนึ่งที่เท่านั้น โดยเชื่อว่าบุคลากรผู้ให้บริการที่มีคุณภาพเป็นที่มาของการบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะทำให้ธุรกิจโรงแรมประสบความสำเร็จ และสามารถอยู่รอดได้ฉะนั้น การพัฒนาคุณภาพบริการ จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ควรต้องนำมาปฏิบัติอย่างจริงจังเพื่อให้เกิดความทัดเทียมและสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

จากที่กล่าวมาข้างต้น หากผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนมีการส่งเสริมการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานในองค์กร ย่อมจะส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น และสร้างผลกำไรให้กับองค์กรได้ในระยะยาว

สมมติฐานการวิจัย : การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 326 คน (สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, 2556 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 326 คน โดยการจำแนกตามขนาด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 326 ชุด ทั้งนี้แบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับคืนมา จำนวนทั้งสิ้น 88 ฉบับ และทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ตอบกลับทั้ง 88 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบกลับสมบูรณ์ 82

ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 25.15 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณภาพลักษณะของตัวแปร

การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการฝึกอบรม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการเรียนรู้อย่างเป็นระบบโดยใช้ช่วงเวลาสั้นๆ เพื่อเสริมสร้างให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ ได้รับประสบการณ์ที่จะช่วยส่งเสริมการปฏิบัติงาน
- 2) ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้พนักงานได้ร่วมฝึกงานและทำงานกับผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพที่ทำงานอยู่หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในทักษะหลายๆ ด้าน
- 3) ด้านการเพิ่มปริมาณงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมอบหมายงานที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มปริมาณงานได้ทั้งภายในหน่วยงาน หรือเพิ่มปริมาณงานภายนอกหน่วยงานที่ต่างฝ่ายกัน เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะการทำงานให้กับพนักงาน
- 4) ด้านการหมุนเวียนงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้พนักงานได้มีโอกาสในการหมุนเวียนเปลี่ยนงานในตำแหน่งอื่นๆ เพื่อที่จะทำให้พนักงานมีทักษะ ความรู้ และประสบการณ์กว้างขวางในงานที่หลากหลาย
- 5) ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับพนักงานจากปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานและกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น
- 6) ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับบุคลากรมีความรับผิดชอบในการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง บุคลากรสามารถแสวงหาโอกาสเรียนรู้ได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางการเรียนรู้ และสื่อต่างๆ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นความแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ด้านประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานด้านต่างๆ ตามภาระหน้าที่ โดยใช้ทรัพยากร และปัจจัยต่างๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการให้มากที่สุดอย่างคุ้มค่าที่สุด
- 2) ด้านคุณภาพ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับคุณสมบัติโดยรวมของสินค้าหรือบริการที่สามารถสร้างผลการดำเนินงาน ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- 3) ด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการสร้างสรรค์กระบวนการทำงานใหม่ๆ ของบริษัทหรือการผลิตสินค้าและบริการใหม่
- 4) ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติงานได้ดีกว่าคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นการบริการที่รวดเร็วเพื่อตอบสนองสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.872 – 0.917 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.901 – 0.949 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.70 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ (สรายุทธ กันหลง, 2555 : 5) การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถาม เป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – Total Correlation ซึ่งการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.409 – 0.831 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.559 – 0.897

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเขียน

เป็นสมการได้ ดังนี้

$$\text{Competitive Advantage} = \beta_0 + \beta_1 \text{EKDA} + \beta_2 \text{EKDB} + \beta_3 \text{EKDC} + \beta_4 \text{EKDD} + \beta_5 \text{EKDE} + \beta_6 \text{EKDF} + \varepsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานโดยรวมและรายด้าน ของผู้บริหาร
โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน (EKD)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการฝึกอบรม (EKDA)	3.89	0.66	มาก*
2. ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (EKDB)	3.80	0.68	มาก*
3. ด้านการเพิ่มปริมาณงาน (EKDC)	3.61	0.67	มาก*
4. ด้านการหมุนเวียนงาน (EKDD)	3.40	0.74	ปานกลาง*
5. ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ (EKDE)	3.91	0.62	มาก*
6. ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง (EKDF)	3.74	0.79	มาก*
โดยรวม	3.73	0.59	มาก*

* $\bar{X} = 3.51 - 4.50$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก * $\bar{X} = 2.51 - 3.50$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานโดยรวม ด้านการฝึกอบรม ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ ด้านการเพิ่มปริมาณงาน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น หัวหน้าแผนกบุคคล รวมถึงบุคลากร ได้จัดกระบวนการบริหารงานบุคคล ให้พนักงานได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น ส่งเสริมให้บุคลากรให้สามารถนำความรู้ความสามารถของตนเองมาใช้อย่างเต็มศักยภาพ และทันต่อความก้าวหน้าของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับปรุงพัฒนาตนเอง และนำมาปฏิบัติงานในหน้าที่ที่รับผิดชอบ โดยมุ่งให้สอดคล้องกับเป้าหมายและแนวทางการดำเนินกิจกรรมตามแผน ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรมีใจรักงาน มีกำลังใจในการทำงาน ตลอดจนมีการพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนะชัย มากพูน (2556 : 10) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรเป็นกระบวนการหรือวิธีการต่างๆ ที่จะส่งเสริมและปรับปรุงคุณภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลสำเร็จตามนโยบายและวัตถุประสงค์ขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของสไบทิพย์ มงคลนิมิตร (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า กระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการบริการเน้นการอบรมที่ต่อการพัฒนาทั้งความรู้ ทักษะและทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงาน โดยการฝึกอบรม การส่งไปศึกษาต่อ สอนงาน การหมุนเวียนงาน ทำให้บุคลากรมีขีดความสามารถอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Peggy (2010 : บทคัดย่อ) พบว่า องค์กรธุรกิจและการศึกษาจะต้องมุ่งเน้นไปที่การสร้างและการพัฒนาแรงงานให้มีความรู้ที่สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางธุรกิจในสภาพแวดล้อมของโลกที่

เปลี่ยนแปลง ดังนั้น กิจกรรมการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์และหลักสูตรกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ต้องมุ่งเน้นการปลูกฝัง การปรับปรุงและประเมินผลความรู้ ทักษะ และความสามารถของบุคลากรในองค์กร องค์กรต้องระบุนาความรู้ที่จำเป็นเพื่อสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น สถาบันการศึกษาจะต้องระบุตรงกัน ในมิติของความรู้ที่จำเป็นเพื่อให้คุณภาพการเรียนการสอนช่วยพัฒนานักเรียนให้เป็นแรงงานที่มีความรู้ ตรงตามความต้องการขององค์กรธุรกิจ นอกจากนี้้องค์กรทั่วไปยังต้องการคนให้มีความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อที่จะรักษาฐานความรู้ที่เชื่อมต่อกันระหว่างสิ่งที่ธุรกิจต้องการและสิ่งที่ได้เรียนรู้จากมหาวิทยาลัย ดังนั้น กระบวนการจัดการความรู้ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยจะส่งผลกระทบไปในทางที่ดีแก่นักศึกษาตลอดจนเกิดการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมระหว่างนักศึกษาและมหาวิทยาลัย

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและรายด้าน ของผู้บริหาร โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านประสิทธิภาพ (CAA)	3.95	0.65	มาก*
2. ด้านคุณภาพ (CAB)	4.05	0.63	มาก*
3. ด้านนวัตกรรม (CAC)	3.87	0.72	มาก*
4. ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (CAD)	3.91	0.70	มาก*
โดยรวม	3.94	0.61	มาก*

* $\bar{X} = 3.51 - 4.50$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชนมีการแข่งขันที่รุนแรง ธุรกิจจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้เหนือกว่าคู่แข่ง มีการปรับองค์กรให้มีความยืดหยุ่นกับสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงความต้องการของมนุษย์ที่เปลี่ยนไปอย่างไม่หยุดนิ่ง ซึ่งบุคคลนั้นจำเป็นต้องหาสิ่งที่ดีที่สุดในกับตนเอง ดังนั้นธุรกิจจึงต้องสร้างความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการให้ลูกค้าได้ดีที่สุด มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ และความเชี่ยวชาญของพนักงานมากยิ่งขึ้น เพราะพนักงานเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจนั้นมีความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากลูกค้า สร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิทยา ดำธารงกุล (2546 : 38) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นความสามารถขององค์กรในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่นจากการผลิตสินค้าหรือบริการตามที่ลูกค้าต้องการ ด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าพื้นฐาน ที่สำคัญของการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันคือความเหนือกว่าในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตัวแปร	CA	EKDA	EKDB	EKDC	EKDD	EKDE	EKDF	VIF
$\bar{X}$	0.73	3.89	3.80	3.61	3.40	3.91	3.74	
S.D.	0.59	0.66	0.68	0.67	0.74	0.62	0.79	
CA	-	0.706*	0.723*	0.668*	0.668*	0.757*	0.735*	
EKDA		-	0.804*	0.666*	0.521*	0.683*	0.696*	3.233
EKDB			-	0.729*	0.577*	0.731*	0.687*	3.813
EKDC				-	0.689*	0.695*	0.648*	2.975
EKDD					-	0.630*	0.541*	2.082
EKDE						-	0.579*	3.282
EKDF							-	2.806

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาการเกี่ยวพันกันของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบด้วยค่า VIF_s ของตัวแปรอิสระ การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน มีค่าตั้งแต่ 2.082 – 3.813 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

การพัฒนาความรู้ความสามารถ ของพนักงาน (EKD)	ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่	0.708	0.261	2.708	0.008*
1. ด้านการฝึกอบรม (EKDA)	0.151	0.104	1.452	0.151
2. ด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (EKDB)	0.123	0.109	1.134	0.261
3. ด้านการเพิ่มปริมาณงาน (EKDC)	-0.019	0.098	-0.191	0.849
4. ด้านการหมุนเวียนงาน (EKDD)	0.207	0.074	2.077	0.007*
5. ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ (EKDE)	0.218	0.111	1.969	0.053
6. ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง (EKDF)	0.185	0.081	2.279	0.026*
F = 30.555 p > 0.000 Adj R ² = 0.686				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการหมุนเวียนงานและด้านการเรียนรู้ ด้วยตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

เนื่องจาก ปัจจุบันการให้ความสำคัญกับงานให้พนักงานได้สับเปลี่ยนงาน ทำให้พนักงานได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ และการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ วิธีการทำงานใหม่ด้วยตนเอง ทำให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์เกิดความเชี่ยวชาญและชำนาญงานที่หลากหลายจนเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เมื่อมีนวัตกรรมใหม่เข้ามาพนักงานก็สามารถที่จะเรียนรู้นวัตกรรมนั้นได้ด้วยตนเอง และสามารถนำกระบวนการทำงานใหม่ๆ มาใช้ในการทำงานเพื่อให้พนักงานกระตือรือร้นในการทำงาน พนักงานมีศักยภาพและพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างไม่มีขีดจำกัด ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจเป็นมีคุณภาพในด้านต่างๆ ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งด้วยการเสนอการบริการที่ลูกค้าคาดหวังได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชัย หอมาลัยกุล (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทควรสนับสนุนการศึกษาความรู้เพิ่มเติมและมีการประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานแต่ละระดับพร้อมทั้ง การติดตามผลสัมฤทธิ์ของหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ และบริษัทควรที่จะเพิ่มจำนวนพนักงานให้เพียงพอต่อปริมาณที่แท้จริง ควรจะมีการหมุนเวียนงานเพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในงานแต่ละส่วนมากขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานถูกต้องและรวดเร็ว และการศึกษาดูงานกับหน่วยงานข้างเคียงที่มีผลสืบเนื่องจากการปฏิบัติงาน เพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาแก้ไข ปัญหา สร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานเมื่อพนักงานปฏิบัติงานเสร็จสมบูรณ์โดยมีรางวัลเป็นการพิจารณา รวมไปถึงการขึ้นเงินเดือนรายปีตลอดจนการออกหนังสือชมเชยแก่พนักงาน ที่ปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงในด้านต่างๆ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ได้แก่ ด้านการฝึกอบรม ด้านการหมุนเวียนงาน ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ และด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง ที่มีผลต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน และความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.2 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น การมุ่งเน้นองค์กรแห่งการเรียนรู้หรือความต้องการ การพัฒนาบุคลากรที่มีผลต่อผลกระทบต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานและความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยหรือธุรกิจอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5.1.3 ควรมีการศึกษาผลกระทบต่อบทบาทของผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน หรือความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นสากลมากขึ้นหรือมีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และมีผลการวิจัยที่น่าไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาผู้นำองค์กรต่อไป

5.1.4 ควรจะเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่โรงพยาบาลเอกชน เช่น ธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจด้านการศึกษาในประเทศไทย เป็นต้น โดยมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เจาะจงมากขึ้น เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดและเกิดประโยชน์สูงสุด

5.1.5 ควรมีการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์ หรือการสังเกต เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำเชื่อถือ ถูกต้องชัดเจน และเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยการพัฒนาคความรู้ความสามารถของพนักงานในครั้งต่อไป

5.1.6 ควรมีการเพิ่มตัวแปรแทรกอื่นๆ เพื่อทำแบบทดสอบความสัมพันธ์กับผลกระทบที่จะส่งผลต่อศักยภาพการพัฒนาคความรู้ความสามารถของพนักงาน เช่น นโยบายองค์กร รูปแบบการจัดการองค์กร เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญและมีการศึกษาถึงการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างศักยภาพในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งจะส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถพัฒนาบุคลากรให้เข้าสู่ตลาดการแข่งขันในระดับสากล

5.2.2 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงานด้านการฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านสุขภาพ มีความเสี่ยงในการให้บริการสูง หากให้บริการผิดพลาดอาจเป็นอันตรายต่อลูกค้าได้ ดังนั้น จึงควรเน้นให้พนักงานได้รับการฝึกงานผู้เชี่ยวชาญ ได้ลงมือปฏิบัติจริง โดยมีผู้ควบคุมคอยดูแลเพื่อให้พนักงานเกิดทักษะ ความเชี่ยวชาญ และเกิดความชำนาญ

5.2.3 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญและมีการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงานแบบเชิงรุก ด้วยการพยากรณ์สถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรที่ทันต่อความต้องการ และมีศักยภาพในการแข่งขัน

5.2.4 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญและมีการศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการสร้างความสามารถในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ด้วยการใช้กลยุทธ์ในด้านต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า และเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและได้ผลลัพธ์จากการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

5.2.5 ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญและคำนึงถึงผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด โดยสร้างความสะดวกรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า พัฒนาระบบให้มีคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งเป็นการสร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาวิจัยผลกระทบของการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ต้องให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการส่งเสริมในการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของพนักงาน เช่น การฝึกอบรม การฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ การเพิ่มปริมาณงาน การให้คำปรึกษาแนะนำ และการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพในการปฏิบัติงานสามารถนำพาองค์กรประสบผลสำเร็จ และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการสมาคมโรงพยาบาลเอกชนแห่งประเทศไทย. (2555). *โรงพยาบาลเอกชนจะไปทางไหน*.

ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2556, จาก <http://www.thaiph.org/download/AEC/โรงพยาบาลเอกชน>.

จัฐพรธรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2554). *คุณภาพบริการ : ความจำเป็นของการพัฒนาคุณภาพบุคลากรในธุรกิจโรงแรม*.

วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- ณัฐชัย หอมมาลัยกุล. (2554). การพัฒนาศักยภาพการทำงานของบุคลากร แผนกพิธีการขนส่งและบรรจุหีบห่อเพื่อ
การส่งออก ฝ่ายช่าง บมจ.การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ บธ.ม. นครพนม : มหาวิทยาลัยนครพนม.
- ธนะชัย มากพูน. (2556). การพัฒนาบุคลากรด้านการจัดการเรียนรู้สู่ประชาคมอาเซียน โรงเรียน บ้านวังตลาดสมบูรณ์
อำเภอเทพสถิต จังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- รุ่งอรุณ วงศ์วุฒิ. (2555). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัท สยามฟาร์มาซูติคัล จำกัด.
วิทยานิพนธ์ วท.ม. มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). การบริหาร. กรุงเทพฯ : ธีรด์เวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร. (2557). การเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจเกษตรภายใต้บริบทของโลกในอนาคต. กรุงเทพฯ
สไบทิพย์ มงคลนิมิตร. (2554). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการบริการของโรงแรมดารินโอเรียนเต็ล.
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. นครนายก : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ. (2556). รายชื่อสถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยค้างคืน. ค้นเมื่อ 25
กรกฎาคม 2557, จาก http://mrd.hss.moph.go.th/display_document.jsp?id=D00000001121
- อาภรณ์ ภูววิทยพันธุ์. (2552). การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (Individual Development Plan: IDP).
กรุงเทพฯ : พิมพ์ดีการพิมพ์.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). USA : John Wiley &
Son,
- Peggy, D. B., & Kristen L. B. (2010). Knowledge management, human resource management,
and higher education : A theoretical model. *Journal of Education for Business*, 85, 330-335.

ผู้ค้าจีนกับการสร้างตลาดและวงจรทางการค้าในนครหลวงเวียงจันทน์ Chinese trader with market forming and circle-trading in Vientiane

นารีรัตน์ ปรีสุทธิวุฒิปอร์^{*}, สมชัย ภัทรธรรณานันท์² และชยันต์ วรรณนะภูติ³

Nareerat Parisuthiwuthiporn^{*}, Somchai Phatharathananunt², Chayan Vaddhanaphuti³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสาเหตุการเข้ามาของคนจีน การสร้างฐานะ จนถึง การสร้างอาณาจักรทางการค้าของกลุ่มผู้ค้าจีนในนครหลวงเวียงจันทน์ หลังการเกิดขึ้นของโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง หรือ GMS โดยใช้กระบวนการศึกษาทางประวัติศาสตร์ และทางมานุษยวิทยา มีการสัมภาษณ์คนจีนและคนลาว การสังเกต การอ้างอิงข้อมูลจากเอกสารราชการ งานวิชาการ และข่าวสารจากหนังสือพิมพ์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ค้าจีนใหม่ที่เข้ามายังนครหลวงเวียงจันทน์หลังโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยเข้ามาภายใต้การเปิดทางของกฎระเบียบและความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลจีนและลาว ทำให้ผู้ค้าจีนเข้ามาสร้างตลาดในนครหลวงเวียงจันทน์ และนำสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาขาย จนผู้ค้าจีนแต่ละกลุ่มสร้างเครือข่ายทางการค้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ค้าแต่ละกลุ่มเอง จนถึงโรงงานผู้ผลิตสินค้าในประเทศจีน ส่งผลให้เกิดการสร้างอาณาจักรทางการค้าในกลุ่มผู้ค้าจีนที่ใช้สินค้าราคาถูกจากจีนในการขับเคลื่อน ซึ่งทำให้สินค้าจีนกระจายอยู่ในตลาดต่างๆ ทั่วนครหลวงเวียงจันทน์ นอกจากนี้ความเข้มแข็งทางการค้าของผู้ค้าจีนยังดึงดูดให้ผู้ค้าชาวลาวย้ายมาขายสินค้าจีน ทำให้สินค้าจีนแพร่กระจายไปยังเมืองต่างๆ ในลาวอีกด้วย

คำสำคัญ : อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ผู้ค้าจีน นครหลวงเวียงจันทน์ สินค้าจีน

^{*} นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรสาขาไทยศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Ph.D Student, Doctor of Philosophy Program in Thai Studies, Mahasarakham University

Abstract

This article aimed to find out the cause, status, and process of business territory setting-up of the Chinese traders in Vientiane after a cooperative project on the Greater Mekong Sub-region or GMS. The study was conducted through historical and anthropological research methodology: interview the Chinese and the Laotians, observation, official document references, academic studies and information from newspapers.

The finding revealed that the new Chinese traders had entered into the capital of Vientiane after the GMS project towards the receptive rules and beneficial relationships between the governments of China and Lao. So the Chinese traders formed markets and imported goods from China. Each group set up trading networks among their groups to the manufactures in China. Then the business territory setting-up of the Chinese traders provided low-priced goods from Chinese in markets. Subsequently, Chinese goods were constantly distributed over Vientiane markets. Moreover the strength commerce of Chinese traders' businesses had attracted Lao traders to trade in Chinese goods. This had become a circulation of the Chinese goods to many towns in Lao as well.

Keywords : GMS, Chinese trader, the capital of Vientiane, Chinese goods

1. บทนำ

การข้ามแดนของคนจีนสู่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงมีมานานแล้ว การศึกษาที่ผ่านมา นักวิชาการจีนศึกษาให้ความสนใจกับสาเหตุการข้ามแดน และประเด็นการอยู่อาศัยในต่างแดน การปรับตัว การเปลี่ยนแปลงหลังการข้ามแดนของคนจีนเหล่านี้ ทั้งการเปลี่ยนแปลงในตัวของคนจีนที่เข้ามาและการเปลี่ยนแปลงของชุมชน สังคมที่คนจีนเหล่านั้นอาศัยอยู่ การศึกษาการข้ามแดนของคนจีนในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งส่วนมากเป็นจีนจากมณฑลชายฝั่งตะวันออก ได้แก่ มณฑลกวางตุ้ง ผู้เจี้ยน ไหล่ล่า เมื่อครั้งที่จีนเหล่านี้เข้ามา ทางทางทั้งจีนและประเทศที่คนจีนอพยพเข้าไปอยู่ใหม่ต่างไม่สนใจ บางรัฐบาลปิดกั้นการข้ามแดนอีกด้วย เมื่อจีนเหล่านี้เข้ามาในประเทศแถบลุ่มน้ำโขงต่างเข้ามาด้วยฐานะยากจน ต้องหลบซ่อน พวกเขาได้สร้างฐานะจากเส้นฝิ่นหมอนใบ จนสามารถตั้งตัว สร้างความมั่นคงให้ตนเอง รวมทั้งเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ชุมชน และเมืองนั้นเกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐกิจ เพราะจีนเหล่านี้เป็นตัวกลางสำคัญในการนำสินค้าจากเมืองมาแลกกับของป่าของคนในชุมชน ทั้งจีนเหล่านี้ยังสร้างครอบครัว และให้ทายาทของตนสืบทอดธุรกิจ สร้างความเจริญให้เมืองและชุมชนนั้นต่อไป เช่นงานของนักวิชาการจีนศึกษา อย่าง วิลเลียม สกินเนอร์ (2529) และ ภูวดล ทรงประเสริฐ (2547) เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน การศึกษาการข้ามแดนของคนจีนในยุคใหม่แตกต่างจากจีนยุคก่อนเริ่มจากหลัง การเปิดพรมแดนตามโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (The Greater Mekong Sub-regional Economic Cooperation Program : GMS) พร้อมกับนโยบายมุ่งลงใต้ของจีน โดยให้มณฑลยูนนาน เป็น “ประตูสู่ภาคใต้” เพื่อเชื่อมโยงประเทศที่อยู่แถบลุ่มน้ำโขง ต่อมารัฐบาลจีนได้ประกาศให้มณฑลกว่างสี เป็น “ประตูสู่อาเซียน” ในการเชื่อมโยงจีนกับประเทศอาเซียนต่างๆ ตั้งแต่ปี 2003 (อักษรศรี พานิชสาส์น, 2549 : 127) อันนำมาสู่การหลั่งไหลเข้ามาของคนจีนอย่างมากอีกกระลอกหนึ่ง ซึ่งการเข้ามาของคนจีนชุดใหม่เหล่านี้ แตกต่างจากการเข้ามาของคนจีนในยุคก่อนหน้านี้ โดยเฉพาะความสะดวกสบายทั้งการเดินทาง การข้ามแดน อันเนื่องมาจากการเปิดพรมแดนการค้า

และความร่วมมือทางเศรษฐกิจจะหว่างกันในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน จนนำมาสู่การลดกฎระเบียบการข้ามแดนของคน
ทุน สินค้า ซึ่งการเข้ามาของจีนชุดใหม่นี้ เข้ามาในช่วงเวลาที่ระบบคมนาคม และโทรคมนาคมทันสมัย ทำให้จีนชุดใหม่
ผูกพันกับประเทศแม่มากกว่าจะเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมใหม่ที่ตนเข้าไปเหมือนจีนชุดก่อน การเดินทางที่สะดวก
ระบบสื่อสารที่ทันสมัย กลับส่งผลให้จีนชุดใหม่เข้ามาจับตลาดในชุมชนใหม่ อย่างงานของ พิทยา พุสยา (2549)
อรรถาญา ศิริผล (2556) ศึกษาอิทธิพลของการข้ามแดนของจีนใหม่ในห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สปป.ลาว จนนำไปสู่
การเปลี่ยนแปลงการค้าชายแดน ที่ผู้ค้าจีนกำลังเข้าแทรกซึมในทุกตลาด ด้วยวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจของจีน และ
สินค้าจีน ได้ทำให้การค้าชายแดนเดิมที่มีคนลาวและไทยบนสายสัมพันธ์เครือข่ายสองฝั่ง กำลังถูกแย่งพื้นที่ทาง
การค้า และสินค้าจีนเข้ามาครองตลาดการบริโภคสินค้าแทนสินค้าจากไทย

การข้ามแดนของคนจีนใน 2 ช่วง เข้ามาด้วยบริบททางประวัติศาสตร์ที่แตกต่างกัน และส่งผลกระทบต่อ
สังคมในเวลานั้นๆ ที่ต่างกัน ซึ่งทำให้เห็นพลวัตของการเคลื่อนย้ายข้ามแดนของคนจีนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
โดยเฉพาะการข้ามแดนในยุคหลัง GMS ที่มีอิทธิพลของรัฐบาลจีนอยู่เบื้องหลัง บทความนี้จึงต้องการจะอธิบายสาเหตุ
การข้ามแดน ในยุคใหม่ การรวมกลุ่มจนถึงกระบวนการในการสร้างอาณาจักรทางการค้าของจีนชุดใหม่ ในนครหลวง
เวียงจันทน์ ภายใต้อิทธิพลของรัฐบาลจีนและลาว โดยมีสินค้าจากประเทศจีนเป็นกลไกหลักในการสร้างอาณาจักรทางการค้านี้
รวมถึงการแพร่กระจายสินค้าจีนไปยังเมืองต่างๆ ด้วย

2. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสืบค้นข้อมูลด้วยกระบวนการทางประวัติศาสตร์ และทางมานุษยวิทยา โดยสืบค้นข้อมูลทั้ง
เอกสารทางราชการไทย และลาว รวมถึงการค้นเรื่องการผลิตสินค้าในประเทศจีนที่มีการเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ อันเป็น
ที่มาของสินค้าจีนราคาถูก ข่าวสารการลงทุน บทวิเคราะห์การลงทุนในลาว หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เว็บไซต์กระทรวง
การต่างประเทศ เว็บไซต์การลงทุนของจีน และการค้นคว้าเอกสารราชการในหอสมุดลาว เช่นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมของลาว กฎหมายลาว และระเบียบต่างๆ เป็นต้น ส่วนกระบวนการสัมภาษณ์ สังเกต ทั้งคนจีนและคนลาว
ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างเพื่อให้สัมภาษณ์ที่เป็นคนจีน โดยสุ่มจากผู้ค้าสินค้าหลากหลายประเภท ดูสาเหตุการเข้ามา
ค้าขายในเวียงจันทน์ การรวมกลุ่ม กระบวนการทางการค้าในลาว และนำสินค้าเข้ามาขายในลาว โดยจะมีการตรวจสอบ
กับเอกสารราชการลาว ส่วนการสัมภาษณ์คนลาว จะมีทั้งกลุ่มผู้ค้าลาว ลูกจ้างคนลาวที่ทำงานในร้านคนจีน กลุ่มผู้
เป็นเจ้าของบ้านเช่า เพื่อให้เห็นกระบวนการทางการค้าของคนจีน การอยู่อาศัยของคนจีน และการบริโภคสินค้าจีนของ
คนลาวด้วย

3. การเข้ามาของทุนจีนใน GMS และการเปลี่ยนแปลงในลาว

การเกิดขึ้นของโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง หรือ GMS เกิดขึ้น เมื่อปี 1992
โดยมีประเทศสมาชิก 6 ชาติ ได้แก่ จีน (มณฑลยูนนาน) พม่า ไทย ลาว เวียดนามและกัมพูชา ได้รับความช่วยเหลือ
จากธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (ADB) โครงการนี้มีวัตถุประสงค์หลัก คือต้องการสร้างความเชื่อมโยง
(Connectivity), การเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันระหว่างประเทศ (Competitiveness) และการสร้างความเป็น
ชุมชนเดียวกันในอนุภูมิภาคนี้ (Community) โดยสนับสนุนให้มีความร่วมมือใน 9 สาขาหลัก ได้แก่ 1. คมนาคมขนส่ง
2. โทรคมนาคม 3. พลังงาน 4. สิ่งแวดล้อม 5. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 6. การท่องเที่ยว 7. การค้า 8. การลงทุน
และ 9. การเกษตร พร้อมกับ 11 แผนงาน ดังนี้ 1. แผนงานพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจเหนือ-ใต้ 2. แผนงานพัฒนา
แนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก 3. แผนงานพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจตอนใต้ 4. แผนงานพัฒนาเครือข่าย

ไตรมาสแรก 5. แผนงานซื้อ-ขายไฟฟ้าและการเชื่อมโยงเครือข่ายสายส่งไฟฟ้า 6. แผนงานการอำนวยความสะดวกการค้าและการลงทุนข้ามพรมแดน 7. แผนงานเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชน 8. แผนงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และทักษะความชำนาญ 9. กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาสิ่งแวดล้อม 10. แผนงานการป้องกันน้ำท่วมและการจัดการทรัพยากรน้ำ 11. แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยว (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2550 : เวปไซต์) เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับประเทศสมาชิก ในการรองรับการเข้ามาลงทุนของประเทศสมาชิกด้วยกันและประเทศนอกภูมิภาคในอนาคต พร้อมกันนี้ ทุนจีนเล็งเห็นช่องทางและมุ่งเข้ามาลงทุนตามโครงการเหล่านี้

จีน หนึ่งในสมาชิกโครงการ GMS ได้ใช้โอกาสนี้ขยายการลงทุนเข้ามายัง GMS เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าสมาชิกอื่นในโครงการ ประกอบกับจีนกำลังประสบกับปัญหาภายในประเทศอันเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทำให้จีนต้องประสบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการพัฒนา มณฑลทางฝั่งตะวันออกของจีนเติบโตรวดเร็ว ในขณะที่มณฑลทางฝั่งตะวันตกยังคงล้าหลังยากจน รัฐบาลจีนจึงต้องหาทางออกโดยการเปิดสัมพันธภาพกับประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้เคียง คือประเทศในแถบลุ่มน้ำโขง เพื่อให้ประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้เป็นทางออกทะเลให้กับมณฑลฝั่งตะวันตกของจีน และให้ประเทศเพื่อนบ้านเป็นประตูสู่การเข้ามาลงทุนต่างชาติในมณฑลนี้ด้วย (อักษรศรี พานิชสาส์น, 2549 : 114) การเปิดช่องทางเชื่อมมณฑลฝั่งตะวันตกกับประเทศแถบลุ่มน้ำโขง หรือกลุ่มประเทศ GMS นี้ ทำให้เกิดการหลั่งไหลของทุนและคนจีนสู่ประเทศลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะลาว ทุนจีนได้เข้ามาลงทุนแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติจากประเทศเพื่อนบ้าน

นอกจากนี้ โครงการ GMS ยังเป็นช่องทางให้คนจีนที่ว่างงาน ซึ่งกำลังเป็นปัญหาในประเทศจีน รวมถึงสินค้าจีนที่ผลิตออกมามากเกินความต้องการภายในประเทศ ทำให้ต้องหาทางระบายสินค้า เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจภายในประเทศจีน ต่างกำลังหลั่งไหลเข้ามายังกลุ่มประเทศ GMS ตามกฎระเบียบการเปิดพรมแดน โดยเฉพาะการเข้ามาในลาว

การข้ามแดนของคนจีนและสินค้าจากจีนสู่ลาว เนื่องมาจากภูมิศาสตร์ของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ลาวเป็นประเทศที่อยู่ตรงกลางระหว่างไทย เวียดนาม กัมพูชา และลาวมีอาณาเขตที่อยู่ติดกับจีนยาวนาน เมื่อลาวปฏิรูปเศรษฐกิจด้วยการนำเศรษฐกิจแบบตลาดเข้ามาใช้ในการพัฒนาประเทศ ตามแนวนโยบายกลไกเศรษฐกิจใหม่ ตั้งแต่ปี ค.ศ.1986 ลาวตั้งเป้าหมายเปลี่ยนความอับจนทางภูมิศาสตร์ จาก Land Locked มาเป็น Land Linked ดินแดนแห่งการเชื่อมโยง โดยเฉพาะเชื่อมระหว่างจีนกับอาเซียน (หน่วยค้นคว้าเกี่ยวกับกัมพูชาและลาว, 2539 : 26) และเปิดรับการลงทุนจากทั่วโลก ทำให้ทุนจีนและทุนประเทศต่างๆหลั่งไหลเข้าสู่ลาว

เป้าหมายการพัฒนาประเทศลาว ลาวมีจุดมุ่งหมายจะนำพาประเทศของตนให้พ้นจากความยากจนภายในปี 2020 ทำให้ลาวต้องเร่งพัฒนาประเทศ ซึ่งทำให้จีนใช้โอกาสเข้ามาช่วยพัฒนาลาว อย่างในปี ค.ศ. 1992 รัฐบาลทั้ง 2 ฝ่ายได้เซ็นเอกสารสำคัญ ได้แก่ สัญญาดำเนินการร่วมมือด้านเศรษฐกิจ เทคนิค ระหว่างรัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) และรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีน (สปป.จีน) ที่รัฐบาลจีนได้ให้เงินกู้ไม่มีดอกเบี้ยแก่รัฐบาลลาว 30 ล้านดอลลาร์ เพื่อดำเนินการที่รัฐบาลทั้งสองตกลงร่วมกัน และในปี 1995 รัฐบาลทั้งสองประเทศได้เซ็นสัญญาดำเนินการร่วมมือด้านเศรษฐกิจ เทคนิค ระหว่างรัฐบาลสปป.ลาว และรัฐบาลสปป.จีน ที่รัฐบาลจีนเสนอเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่า 30 ล้านดอลลาร์ เพื่อปฏิบัติการกับโครงการที่รัฐบาลทั้งสองตกลงร่วมกัน

นอกจากนี้ รัฐบาลทั้ง 2 ประเทศได้มีข้อตกลงร่วมกัน พร้อมกับการเซ็นสัญญาดำเนินการจัดตั้ง “คณะกรรมการความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ-การค้า และเทคนิค ระหว่างรัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และรัฐบาลสาธารณรัฐประชาชนจีน” ขึ้น ในวันที่ 11 มิถุนายน ค.ศ.1997 โดยมีจุดประสงค์ เพื่อเสริมขยาย

ความสัมพันธ์มิตรภาพและความร่วมมือต่อกันระหว่าง 2 ประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ การค้า และเทคนิคบนพื้นฐานความเสมอภาคที่ต่างฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ (สีคุน นุนวิไล, 2007 : 3) โดยในปี 2000 คณะกรรมาธิการความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ-การค้า และเทคนิคชุดนี้ ซึ่งมีตัวแทนของรัฐบาลทั้ง 2 ฝ่ายได้ประชุมทบทวน ผลดำเนินการในช่วงที่ผ่านมา และร่วมเห็นสัญญาณว่าจะสร้างความสะดวกให้แก่วิสาหกิจทั้ง 2 ฝ่าย เพื่อขยายความร่วมมือที่ต่างฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ โดยผู้แทนทั้ง 2 ฝ่ายเห็นชอบในการสนับสนุนการขยายความร่วมมือด้านการลงทุนต่อกัน ซึ่งทางฝ่ายจีน ยืนยันว่าจะส่งเสริมให้วิสาหกิจของจีนเข้ามาลงทุนในลาว ส่วนด้านการค้านั้น รัฐบาลทั้ง 2 ฝ่าย ได้ร่วมตกลงกันว่าจะขยายการค้าของทั้ง 2 ฝ่ายให้มากขึ้น โดยส่งเสริมรูปแบบทางการค้าให้หลากหลาย และเปิดกว้างทางการค้าระหว่าง 2 ฝ่ายทั้งการค้าแบบเงินตรา การค้าแบบแลกเปลี่ยนสินค้า การค้าแบบทดแทน และอื่นๆ รวมทั้งการหาประเภทสินค้าเข้า-ขาออก และสินค้าที่ทั้งสองฝ่ายต้องการเพิ่มขึ้น (สีคุน นุนวิไล, 2007 : 10-11)

จากข้อตกลงของรัฐบาลทั้ง 2 ประเทศ ส่งผลต่อการลงทุนของภาคเอกชนจีนในภาคธุรกิจต่างๆ เพิ่มขึ้น ประกอบกับปี 1997 ลาวได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะให้อาเซียนนำพาลาวออกสู่โลกภายนอกมากขึ้น ทั้งในด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนในลาวในฐานะที่ลาวเป็นสมาชิกอาเซียน และการเชื่อมระบบคมนาคมนำพาลาวออกสู่ทะเล เปลี่ยนลาวจาก Land Locked สู่ Land Linked เพื่อให้ลาวมีเศรษฐกิจที่มั่นคงขึ้น

นอกจากนี้ รัฐบาลลาวได้วางเป้าหมายให้นครหลวงเวียงจันทน์ เมืองหลวงของประเทศ เป็นเมืองแห่งความทันสมัย เป็นศูนย์กลางแห่งการค้า อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว โดยกำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ของลาว (ค.ศ.2006-2010) เป็นต้นมา ทำให้นครหลวงเวียงจันทน์เติบโตอย่างรวดเร็ว

การเข้ามาลงทุนของต่างชาติมุ่งเข้าสู่ นครหลวงเวียงจันทน์ ซึ่งเป็นเมืองหลวงทำให้เกิดการขยายตัวของการก่อสร้าง เพื่อรองรับการเข้ามาลงทุนของนักลงทุนจากต่างประเทศ และการอพยพเข้ามาของแรงงานจากแขวงอื่นๆ ในลาว มีการสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ทั้งบ้านพัก โรงแรมเกสต์เฮาส์ บ้านเช่า เพื่อรองรับการเข้ามาของผู้คนที่หลากหลายในนครหลวงเวียงจันทน์ การเติบโตทางเศรษฐกิจของนครหลวงเวียงจันทน์ ในระยะปี 2006-2010 ภาครัฐลงทุนทั้งหมด 811 โครงการ มูลค่า 864.84 ล้านดอลลาร์ มีการลงทุนจากต่างประเทศมี 849 โครงการ มูลค่า 3,596.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (เอกสารการประชุมใหญ่ ครั้งที่ 8 ของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว, 2006 : 10) ซึ่งการลงทุนของภาครัฐได้กลายเป็นพื้นฐานสำคัญในการลงทุนของภาคเอกชนภายในประเทศและการลงทุนจากต่างประเทศ อันนำไปสู่การเติบโตของเมืองอย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของเวียงจันทน์ ได้เป็นช่องทางสู่การเข้ามาของคนลาวต่างแขวง รวมถึงคนจีนด้วย เมื่อเวียงจันทน์กลายเป็น “เมือง” ที่มีผู้คนหลากหลายกลุ่ม มีสินค้าที่หลากหลายและทันสมัย เวียงจันทน์จึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการเสด็จสินค้าสมัยใหม่ ของคนกลุ่มใหม่ที่ปรารถนาความทันสมัย จึงทำให้เกิดการเติบโตของตลาด การนำเข้าสินค้าทันสมัยราคาถูกลงจากรัฐ นครหลวงเวียงจันทน์กำลังมีการก่อสร้างศูนย์การค้าขนาดใหญ่ขึ้นอีกหลายโครงการ เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยว ในการนี้ทำให้รัฐบาลส่งเสริมเวียงจันทน์ให้เป็น “ศูนย์กลางทางการค้าแห่งอนุภูมิภาค” ปัจจุบันมี การเกิดขึ้นของโครงการเมกะโปรเจกต์ต่างๆ ที่เป็นทั้งศูนย์การค้า และแหล่งบันเทิงครบวงจร เท่ากับว่าโครงการเหล่านี้เป็นตลาดซื้อปิ้งขนาดใหญ่ สำหรับดึงดูดการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน การเติบโตของเมือง ทำให้ตลาดชุมชนเติบโตขึ้นด้วย จากการเกิดตลาดย่อยตามแหล่งชุมชนหน้าโรงงานต่างๆ และคนลาวได้หันมาประกอบอาชีพค้าขายสินค้าเงินเพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าจีนมีแหล่งค้าส่งมากและราคาไม่แพง ทำให้ผู้ค้าใหม่สามารถสร้างกำไรจากสินค้าเหล่านี้ได้

เมื่อสินค้าจีนมีกลิ่นตลาดลาว และผู้ค้าลาวใหม่เริ่มหันมาขายสินค้าจีนด้วย ทำให้สินค้าจีนถูกกระจายลงสู่ตลาดระดับล่างอย่างรวดเร็วเช่นกัน

เมื่อสินค้าจีนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้ผู้ค้าหันมาสินค้าใหม่ๆ เข้ามาป้อนตลาดในลาว เพื่อกระตุ้นการบริโภคอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มขึ้นของการบริโภคสินค้า การเติบโตของตลาด ทำให้มีผู้ค้าหน้าใหม่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนเข้ามาในนครหลวงเวียงจันทน์อยู่ตลอดเวลา รวมถึงการสร้างกลไกทางการค้า เพื่อให้ตนและกลุ่มของตนสามารถมีพื้นที่ยืนทางการค้าในนครหลวงเวียงจันทน์ได้

4. การเข้ามาของผู้ค้าจีนในนครหลวงเวียงจันทน์

โครงการ GMS เปิดช่องทางการเข้ามาลงทุนของทุนใหญ่ เมื่อทุนใหญ่ของจีนเข้ามาสู่นครหลวงเวียงจันทน์ ทุนเล็กและกลุ่มไร้ทุนได้เล็ดลอดตามเข้ามาด้วย โดยกลุ่มจีนใหม่ที่เข้ามาสู่นครหลวงเวียงจันทน์ มีทั้งหมด 4 กลุ่มใหญ่ คือ 1.กลุ่มนักลงทุนใหญ่เข้ามาทำโครงการอาคารศูนย์การค้า 2.กลุ่มที่เข้ามาค้าขายในตลาดจีน เช่นตลาดหนองด้วง ตลาดชั้นเจียง 3.กลุ่มที่เข้ามาเป็นกรรมกรในโครงการ และผันตัวเองเป็นพ่อค้า แม่ค้า 4.กลุ่มจีนหาบเร่ที่เข้ามาค้าขายโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยงานชิ้นนี้ จะเน้นกล่าวถึงกลุ่มจีนที่เข้ามาเป็นผู้ค้าในนครหลวงเวียงจันทน์ 3 กลุ่มหลัก

ด้วยการพัฒนาระบบคมนาคมในกลุ่มประเทศ GMS ทำให้การเดินทางระหว่างจีน-ลาวสะดวกมากขึ้น นำพาสู่การเดินทางเข้ามาของจีนชุดใหม่สู่นครหลวงเวียงจันทน์เพิ่มขึ้น กลุ่มจีนที่เข้ามายังนครหลวงเวียงจันทน์ส่วนใหญ่มากจากมณฑลหูหนาน อันฮุย เจ้อเจียง เสฉวน จี้หลิน ยูนนาน กวางสี ซึ่งส่วนมากอยู่ทางภาคตะวันตกของจีน อันเป็นดินแดนที่รัฐบาลจีนกำลังเปิดให้ต่างชาติเข้าไปลงทุน และเปิดให้ทุนภายในประเทศออกมาลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านด้วย นอกจากนี้ยังมีคนจีนภาคอื่นด้วย เช่นมณฑลกวางตุ้ง เซี่ยงไฮ้ เป็นต้น กลุ่มจีนใหม่ที่เลือกเข้ามาสู่นครหลวงเวียงจันทน์ เพื่อประกอบการค้า ให้เหตุผลว่า 1.เวียงจันทน์เป็นตลาดใหม่ที่กำลังขยายตัว การเข้ามาสร้างศูนย์การค้าของนายทุนจีน เช่นศูนย์การค้าเวียงจันทน์ (ตลาดหนองด้วง) และศูนย์การค้าชั้นเจียง ทำให้คนจีนที่พอมีเงินทุนนำสินค้าเข้ามาขายยังตลาดศูนย์การค้าเหล่านี้ได้ 2. การเป็นตลาดใหม่ ทำให้คนจีนที่ไม่มีทุนเข้ามาแสวงหาโอกาสในการทำงาน เนื่องจากภายในประเทศมีแรงงานส่วนเกินมาก และส่วนใหญ่เป็นคนชนบท พวกนี้ก็จะเข้ามาเป็นกรรมกรในโครงการก่อสร้างใหญ่ของจีน เมื่อโครงการแล้วเสร็จ คนเหล่านี้จะลักลอบอาศัยอยู่ในเวียงจันทน์ต่อไป โดยเปลี่ยนเป็นผู้ค้าเร่ 3.การจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าของลาวใช้วิธีการจ่ายภาษีแบบเหมารวมในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างไทยใช้วิธีการจ่ายภาษีแต่ละประเภทของสินค้า เป็นเหตุให้ผู้ค้าจีนเลือกนำสินค้าเข้ามาขายยังลาวมากกว่า 4.การเดินทางจากจีนสู่ นครหลวงเวียงจันทน์มีความสะดวก รวดเร็วมากขึ้น โดยมีรถประจำทางสายคุนหมิง-เวียงจันทน์ ที่เปิดให้บริการตั้งแต่ปี ค.ศ. 2006 ทำให้จีนใหม่เดินทางสู่นครหลวงเวียงจันทน์มากขึ้น

เมื่อคนจีนเหล่านี้หลั่งไหลเข้ามาในนครหลวงเวียงจันทน์ คนเหล่านี้จะอยู่รวมกันในกลุ่มของตน และมีการติดต่อกับญาติพี่น้องที่ประเทศจีนบ่อย ด้วยความสะดวกของระบบโทรคมนาคม ทั้งโทรศัพท์มือถือ สัญญาณอินเทอร์เน็ต และเส้นทางคมนาคม ทำให้จีนชุดใหม่สามารถเดินทางไปมาระหว่างจีน-ลาวได้สะดวก และสามารถติดต่อกับญาติพี่น้องในประเทศจีนได้ตลอดเวลา จึงยังคงความผูกพันกับบ้านเกิดมากกว่าจีนในยุคก่อนที่เคยเข้ามายังลาวในอดีต ทำให้จีนชุดใหม่เหล่านี้มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ แต่จะมีกลไกที่พึ่งพากันในด้านธุรกิจการค้า

ดังตัวอย่างของหวินซิง สว่น้อยจากมณฑลเจ้อเจียง วัย 20 ปี เข้ามาช่วยพ่อแม่ขายสินค้าในตลาดหนองด้วง ชีวิตวัยเด็กเธอสาว เพื่อนมีความสำคัญ แต่เธอก็สามารถคุยกับเพื่อนได้โดยไม่รู้สึกถึงความห่างไกล หวินซิง เล่าให้ผู้วิจัยฟังว่า พ่อแม่เธอเข้ามาขายสินค้าในตลาดหนองด้วงเกือบ 10 ปีแล้ว เธอเข้ามาตั้งแต่อายุ 13 ปี พ่อแม่ให้เรียนหนังสือที่ลาว คือโรงเรียนเลียวไต้ว เรียนอยู่ 3 ปี และกลับไปเรียนต่อที่เจ้อเจียง โดยพักกับป้า และจะมาลาวในช่วงปิด

เทอมเท่านั้น แต่ตอนนี้เรียนจบมัธยมที่ 6 แล้ว เธอไม่ได้เรียนต่อมหาวิทยาลัย เพราะอยากเข้ามาช่วยพ่อแม่ที่ลาว เธอมีเพื่อนสนิทที่โรงเรียนเดิมหลายคน เธอเล่าว่าเธอติดต่อกับเพื่อนเสมอ ผ่านทางโทรศัพท์และเล่นเน็ต เมื่อพ่อแม่ขายยาร้านหวินซิงจึงต้องรับผิดชอบดูร้านที่หนองด้างต่อ กับญาติที่เป็นลูกชายป่าที่ป่าส่งมาให้ทำงานที่ลาว หลังเรียนจบเช่นกัน พร้อมกับลูกจ้างหญิงคนลาวอีก 2 คน หวินซิงเล่าว่าเธอไม่รู้สึกเหงา และเธออยากอยู่ที่ลาว เพราะมีพ่อแม่อยู่ แต่ถ้าพ่อแม่แก่กลับจีน เธอก็กลับจีนเหมือนกัน (หวินซิง, 2553 : สัมภาษณ์)

อีกตัวอย่างหนึ่ง คือ เหมย สาวน้อยวัย 20 ปีเช่นกัน ชายผ้าหมี่ที่ตลาดชั้นเจียง เข้ามาลาวได้ 2 ปีแล้ว พูดลาวได้บ้าง เมื่อเหมยว่างจากลูกค้า จะมาเล่นแซทในโทรศัพท์มือถือกับเพื่อน บางทีก็เดินไปคุยกับพี่สะใภ้ที่ขายสินค้าแบบเดียวกันในอีกล๊อคหนึ่งในตลาดชั้นเจียง โดยให้ลูกจ้างคนลาวดูแลร้านแทน เหมยเล่าว่า แรกๆ ที่เข้ามาในลาวก็เบื่อๆ เหมือนกัน เพราะเฝ้าแต่ร้าน ตอนนั้นมีอยู่ร้านเดียว พอพอเห็นว่าจะขายเองได้ พอดีอีกล๊อคหนึ่งเขาบอกเช่าร้าน พ่อก็เลยเช่าเพิ่มและให้เหมยเป็นเจ้าของร้าน และให้ลูกจ้างมา 1 คน (เหมย, 2553 : สัมภาษณ์)

การเข้ามาของคนจีนเหล่านี้ มีระบบความช่วยเหลือกันในกลุ่มคนจีนใหม่ หรือกวนซี จีนใหม่จะมี การช่วยเหลือกันอยู่ 2 ลักษณะ คือความช่วยเหลือกันอย่างเป็นทางการ และความช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับความช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการนั้น จะออกมาในลักษณะของการเป็นสมาชิกขององค์กร ได้แก่ สภาการค้าจีน ที่มีการจัดองค์กรและการจดทะเบียนอยู่ถูกต้องตามกฎหมาย ผู้ที่จะเป็นสมาชิกสภาการค้านี้ได้ จะต้องเป็นบริษัทที่ได้รับการจดทะเบียน หรือ รัฐวิสาหกิจ เท่านั้น ส่วนร้านย่อยที่เป็นส่วนบุคคลนั้นไม่สามารถเป็นสมาชิกได้ หน้าทีของสภาการค้าจีน คือให้คำแนะนำ ช่วยเหลือด้านกฎหมายกับนักธุรกิจจีนที่เข้ามาลงทุนในลาว และช่วยไกล่เกลี่ยยามเกิดกรณีพิพาท เป็นต้น

ส่วนอีกลักษณะหนึ่ง คือการช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการ กลุ่มนี้จะช่วยเหลือกันในหมู่ญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงกันเป็นหลัก ซึ่งการเข้ามาของจีนใหม่จะเป็นลักษณะชวนกันเข้ามา เมื่อเข้ามาแล้วก็ช่วยเหลือกันในกลุ่มของตน เช่นกลุ่มจีนเร่ขายสินค้า จีนเหล่านี้จะมาพักอาศัยอยู่กับญาติหรือเพื่อนที่เข้ามาเวียงจันทน์ก่อน กลุ่มนี้จะพูดภาษาลาวไม่ได้ แต่จะมีนายทุนส่งสินค้าให้ออกเร่ขายก่อน ขายได้แล้วค่อยส่งเงินคืนที่หลัง พวกนี้ก็จะออกเร่ขายตามเขตนอกเมืองเวียงจันทน์ และกลับเข้ามาพักกับญาติในเวียงจันทน์ อย่างกรณีบ้านเช่าของกลุ่มจีนเร่ในย่านบ้านดงเมี่ยง โม สาวลาวที่อยู่ในละแวกบ้านเช่าเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่าพวกนี้เขาจะอยู่ในสังคมกลุ่มเขา พอตกเย็นมาอยู่รวมกัน เขาก็ทำอาหารกินกัน ไม่สนใจว่าคนข้างบ้านจะเป็นใคร สนุกสนานในกลุ่มของเขา พอตตอนเช้าก็แยกย้ายกันไปขายสินค้าตามที่ต่างๆ ส่วนมากเป็นเขตนอกเมือง (โม, 2554 : สัมภาษณ์) เป็นต้น

5. กระบวนการสร้างอาณาจักรทางการค้าของผู้ค้าเงินใหม่ในนครหลวงเวียงจันทน์

5.1 ผู้ค้าเงินกับการสร้างตลาด

เมื่อจีนชุดใหม่นี้มุ่งเข้ามาประกอบการค้าเป็นหลัก ตามการเปิดพรมแดนทางการค้าในโครงการ GMS พร้อมด้วยนโยบายต่างๆ ทั้งของจีนและลาวเพื่อเป็นช่องทางให้เกิดการไหลเวียนของคน ทุน สินค้าอย่างสะดวก ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คนจีนชุดใหม่เหล่านี้เมื่อเข้ามาประกอบการค้า สิ่งสำคัญคือการสร้างตลาด และหาสินค้าเข้ามาขาย ประกอบกับเวียงจันทน์เติบโตอย่างรวดเร็วจากการเข้ามาของคนหลากหลายกลุ่ม ผลปรากฏว่าจีนใหม่ที่เข้ามาเป็นผู้ค้า ได้สร้างตลาดหลากหลายประเภท พร้อมกับการนำสินค้าราคาถูกจากโรงงานในประเทศจีนเข้ามาขาย ในขณะเดียวกันที่เวียงจันทน์กำลังเติบโต ด้านการขยายเมือง การเข้ามาของคนต่างถิ่น ทั้งคนลาวต่างแขวง และนักลงทุนต่างชาติ ทำให้สินค้าเงินสามารถตอบสนองความต้องการของผู้คนในนครหลวงเวียงจันทน์ได้หลากหลาย จนกระทั่งผู้ค้า

จีนสามารถสร้างวงจรทางการค้าที่ทำให้สินค้าจีนสามารถหมุนเวียนส่งต่อไปยังลูกค้าได้หลายระดับ เปรียบเสมือนเป็นการสร้างอาณาจักรทางการค้าขึ้นกลุ่มจีนใหม่ในนครหลวงเวียงจันทน์

การสร้างตลาดของผู้ค้าจีนในนครหลวงเวียงจันทน์ มี 4 ลักษณะคือ 1. ตลาดที่สร้างเป็นศูนย์การค้าขายสินค้าจีนเป็นหลัก หรือที่เรียกว่า “ตลาดจีน” 2. ตลาดที่ผู้ค้าจีนแทรกเข้าไปร่วมในตลาดของคนท้องถิ่น โดยผู้ค้าจีนจะเช่าบ้านสำหรับขายสินค้า อยู่ใกล้ๆกับตลาดของคนท้องถิ่น 3. ตลาดที่ผู้ค้าจีนสร้างขึ้นแถบริมถนน โดยเช่าอาคาร ริมถนนของคนลาวเพื่อขายสินค้า 4. ตลาดเคลื่อนที่ของจีนเร่ขายสินค้า พวกนี้จะเดินเร่ขายสินค้าตามบ้าน

ตลาดศูนย์การค้า หรือที่เรียกว่าตลาดจีน เพราะในศูนย์การค้าส่วนมากมีแต่ผู้ค้าจีนใหม่ที่ยังพูดภาษาลาวไม่ค่อยได้ และสินค้าที่ขายในตลาดก็เป็นสินค้าจากประเทศจีนเป็นหลัก ผู้ค้าเหล่านี้จะขายสินค้าทั้งส่ง-ปลีก กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยว ตลาดจีนในนครหลวงเวียงจันทน์ที่โดดเด่น คือตลาดหนองดุ้ง (ตลาดจีนเก่า) และตลาดชั้นเจียง ศูนย์การค้าชั้นเจียง (ตลาดจีนใหม่) ตลาดหนองดุ้ง เป็นตลาดจีนแรก สร้างเมื่อปี 1999 เป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้ค้าจีนรายย่อยนำสินค้าจากประเทศจีนเข้ามาค้าขาย ตลาดจีนนี้เกิดจากการลงทุนร่วมระหว่างบริษัทหยังยว เวียงจันทน์ของคนลาวและนักลงทุนจีน ปัจจุบันตลาดนี้เริ่มซบเซา เพราะมีตลาดหรือศูนย์การค้าใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย

ศูนย์การค้าชั้นเจียง (ตลาดจีนใหม่) สร้างขึ้นในปี 2008 เป็นของนายตึง กั่ว เจียง มาจากมณฑล เจ้อเจียง หรือที่คนในลาวรู้จักในนามว่าเหลาตึง เมื่อกฎหมายการลงทุนอนุญาตให้นักลงทุนสามารถลงทุนได้ 100 % นายเหลาตึงได้ขอสัมปทานที่ดินซึ่งเป็นของกระทรวงป้องกันประเทศก่อสร้างอาคารขึ้นมาใหม่ เป็นศูนย์การค้าชั้นเจียงบนเนื้อที่ 174,500 ตร.ม. ในเขตบ้านอุโมงทอง และบ้านดงป่าสัก ได้รับสัมปทานเช่าที่ดิน 50 ปี (ASTV ผู้จัดการ : เว็บไซต์) และสร้างอาคารสำหรับค้าขายและพักอาศัยอยู่ล้อมรอบตัวศูนย์การค้านี้

เมื่อสร้างตลาดใหม่เสร็จ ได้เปิดโอกาสให้ผู้ค้าจีนที่ตลาดหนองดุ้งมาจับจองทำเลการค้าในศูนย์การค้าแห่งนี้ และเปิดประชาสัมพันธ์ให้ผู้ค้าทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นคนไทย คนลาว หรือคนชาติไหนที่ต้องการค้าขายในตลาดนี้ สามารถเข้ามาลงทุนได้ จึงทำให้ผู้ค้าจีนที่ตลาดหนองดุ้ง ส่วนมากจะมีสาขาที่ตลาดชั้นเจียงนี้ด้วย นอกจากตลาดจีนทั้ง 2 แห่งนี้แล้ว ยังมีศูนย์การค้าหรือตลาด เช่นตลาดเข้ามอลล์ ศูนย์การค้าอาเซียมอลล์ และอื่นๆ ตลาดศูนย์การค้าเหล่านี้ ผู้ค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มจีนใหม่ ที่บางรายเปิดขยายสาขาเพิ่ม บางรายเข้ามาขายสินค้าในตลาดศูนย์การค้าเป็นครั้งแรก ผู้ค้าที่สามารถเข้ามาค้าขายในตลาดนี้ได้ต้องมีเงินทุนพอสมควร เพราะค่าเช่าในตลาดเหล่านี้ราคาสูง เช่นในตลาดชั้นเจียง ผู้ค้าจีนบางรายต้องทำสัญญาเช่า 2 ปี ราคา 90,000 หยวน เป็นต้น แต่กระนั้นก็ยังคงมีผู้ค้าจีนรายใหม่ทยอยเข้ามาเปิดตลาดขายสินค้าในเวียงจันทน์อย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากการสร้างศูนย์การค้าใหม่ๆ เกิดขึ้นอีกหลายแห่งในเวียงจันทน์ ทั้งนี้ตลาดศูนย์การค้าเหล่านี้ กลายเป็นสีสันให้เมืองเวียงจันทน์ก้าวขึ้นไปสู่การเป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้า และการท่องเที่ยว ตามความคาดหวังของรัฐบาลลาวด้วย

นอกจากตลาดศูนย์การค้าแล้ว ผู้ค้าจีนใหม่ที่ไม่ค่อยมีเงินทุน ยังเข้ามาขายสินค้าตามตลาดชุมชนของคนท้องถิ่น ที่รัฐบาลลาวส่งเสริมการสร้างตลาดชุมชนให้เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจในชุมชน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของประชาชนเขตรอบนอกเมือง ตามแนวคิดชี้แนะการพัฒนาชนบทอย่างรอบด้านและยั่งยืน ของท่าน ค่ำไต สีพันดอน ประธานประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กล่าวต่อที่ประชุมศูนย์กลางพรรค ครั้งที่ 10 (สมัยที่ 5) (แนวคิดชี้แนะของประธานค่ำไต สีพันดอน ต่อภารกิจปกป้องรักษา และพัฒนาประเทศชาติ, 2547 : 19) เมื่อตลาดท้องถิ่นเริ่มเติบโตขึ้น คนจีนใหม่เล็งเห็นช่องทางในการทำการค้าจึงได้แทรกตัวเข้ามาค้าขายสินค้าจีนในตลาดนี้ด้วย โดยผู้ค้าเหล่านี้จะเช่าบ้านของคนลาวและเปิดเป็นร้านค้าสินค้า

สินค้าจีนที่ถูกวางขายในตลาดนี้ เป็นสินค้าจากประเทศจีนมีราคาถูก ทันสมัย เป็นของใช้ทั่วไปที่คนในชนบทต้องการ ได้แก่อะไหล่รถจักรยานยนต์ เครื่องมือช่าง เช่นค้อน สิ่ว น็อต ไขควง เครื่องมือเกษตร เช่น อวน ไซ

หัวจอบ เครื่องตบแต่งบ้าน เช่นกรอบรูป นาฬิกาแขวน เครื่องใช้ไฟฟ้า ทั้งเครื่องเล่น ดีวีดี พัดลม และของใช้ใน ชีวิตประจำวันอื่นๆ เช่น ที่ตัดเล็บ ไฟฉาย ถ่านไฟฉาย รม ไม้ถูพื้น ถ้วยชามกระเบื้อง ฯลฯ รวมทั้งของเล่นเด็ก เป็นต้น ชาวบ้านที่อยู่ในละแวกนั้น สามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวก โดยไม่จำเป็นต้องเข้ามาหาซื้อสินค้าในเมือง

สำหรับกลุ่มผู้ค้าเงินที่ขายสินค้าริมถนน กลุ่มนี้เริ่มเติบโตจากการขยายถนน การสร้างถนนใหม่ๆ เพื่อการพัฒนาเมือง ผู้ค้าเงินกลุ่มนี้มีทั้งกลุ่มทุนน้อยที่ขายสินค้าราคาถูกจากจีน ทั้งสินค้าทันสมัยตามวิถีคนเมือง อย่างโทรศัพท์มือถือก๊อปปี้ เช่นวงเวียนดอนโพน กลายเป็นแหล่งค้าโทรศัพท์มือถือราคาถูก และร้านที่ขายสินค้า ประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน อย่างริมถนนย่านบ้านสว่าง จะมีร้านขายสินค้าจีนตั้งแต่อะไหล่รถจักรยานยนต์ ไปถึง แวนตา กระเป๋าทันสมัย 2 ข้างทาง เป็นต้น ส่วนผู้ค้าริมถนนอีกกลุ่มหนึ่ง เป็นกลุ่มผู้ค้าที่ขายสินค้าทันสมัยที่มีราคาสูง โดยกลุ่มนี้จะมีทุนสูงกว่ากลุ่มแรก กลุ่มนี้จะขายสินค้าประเภทของตบแต่งบ้าน เช่นโคมไฟ ผ้าม่าน เครื่องใช้ไฟฟ้าจาก จีน รวมถึงรถยนต์ยี่ห้อจีน อย่างเช่น ยานยนต์สุพานวง ยานบ้านฝาย ยานตลาดหนองดุ้ง ถนนทุ่งขันคำ เป็นต้น ซึ่งถนนแถวนี้จะมีร้านค้าของคนไทย และคนลาวแทรกอยู่ด้วย

อีกลักษณะหนึ่งของการค้าของผู้ค้าเงินในเวียงจันทน์ คือการเดินเร่ขายสินค้า ผู้ค้ากลุ่มนี้บางคนมีทุนน้อย บางคนไม่มีทุน การเดินเร่ขายสินค้าของผู้ค้าเหล่านี้มี 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่มีร้านค้าริมถนนหรือในตลาดชุมชนอยู่แล้ว แต่ออกเร่ขายสินค้าเพิ่มเติม เพื่อเสริมรายได้จากการขายหน้าร้าน ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งจะเป็นกลุ่มที่เข้ามาในเวียงจันทน์ เพื่อเร่ขายสินค้า โดยกลุ่มนี้ส่วนมากแทบจะไม่มีเงินทุน แต่จะมีกลุ่มนายทุนจีนส่งสินค้าให้พวกนี้ก่อน เมื่อขายสินค้าได้ แล้วค่อยนำเงินมาคืน และรับสินค้าใหม่ไปขายต่อ ส่วนต่างของสินค้าก็เป็นกำไรที่เงินเร่เหล่านี้จะเก็บไว้สะสมเป็นทุน ตัวเองต่อไป

ตามกฎหมายว่าด้วยธุรกิจของลาว มีข้อบัญญัติห้ามชาวต่างชาติค้าขาย หรือค้าเร่ กลุ่มเงินที่เร่ขายสินค้า จึงถือว่าการทำผิดกฎหมาย ทำให้เงินเหล่านี้ต้องหลบซ่อนเจ้าหน้าที่ของรัฐ บางคนพาสปอร์ต วิชาหมดยอดด้วย บางคนไม่มีหลักฐานการเข้าเมือง ทำให้เงินกลุ่มนี้หวาดระแวงคนที่เข้าไปสนทนาด้วย แต่ถึงกระนั้นเงินเหล่านี้ก็ยังคง เดินเร่ขายสินค้าตามบ้านอยู่ เมื่อพวกเขามีโอกาสหลายคนก็เลือกที่จะลงหลักปักฐานในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง และเร่ขาย สินค้าในบางโอกาสเท่านั้น

5.2. สินค้าเงินครองตลาดในนครหลวงเวียงจันทน์

ด้วยการเติบโตของเวียงจันทน์ได้สร้างโอกาสให้แก่เงินใหม่ที่มีทุนน้อยและกลุ่มไร้ทุนสามารถสร้างตลาดแต่ละ ประเภทของตนได้ อันนำไปสู่การสร้างฐานะ สะสมทุนแก่เงินเหล่านี้ ประเภทสินค้าหรือสิ่งของที่เงินเหล่านี้นำมาขายก็ สำคัญ โดยผู้ค้าเงินเหล่านี้จะขายสินค้าจีนเป็นหลัก เนื่องจากสินค้าจีนเป็นสินค้าราคาถูก เหมาะกับรายได้ของคนลาว ที่ส่วนมากยังมีรายได้ต่ำ ดังที่กล่าวมาแล้วว่าการเติบโตของเวียงจันทน์ มาจากการเกิดขึ้นของโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ และการอพยพแรงงานจากต่างแขวงเข้ามาหางานทำในเมือง ทำให้เกิดการบริโภคสมัยใหม่ และราคาถูกเพื่อสนอง ความต้องการของผู้บริโภคชาวลาวยุคใหม่หลายในเวียงจันทน์ สินค้าเงินจึงเข้ามาตอบสนองความต้องการส่วนนี้ได้ อย่าง ลงตัว เช่นโทรศัพท์มือถือราคาถูกของจีน เป็นต้น นอกจากนี้การเกิดขึ้นมากมายของตลาดแต่ละประเภทของผู้ค้าเงิน ได้ทำให้สินค้าราคาถูกของจีนหาซื้อสะดวก ง่ายดายมากยิ่งขึ้น เท่ากับเป็นการกระตุ้นการบริโภคสินค้าอยู่ตลอดเวลา ด้วยเช่นเดียวกัน เมื่อลูกค้าสนใจสินค้าใหม่ๆตลอดเวลา ก็นำมาสู่การเกิดขึ้นของตลาดและผู้ค้าเงินที่หลังไหลเข้าสู่เวียง จันทน์อยู่เสมอเช่นกัน

จากลักษณะพิเศษของสินค้าเงินที่มีราคาถูกและทันสมัย ทำให้ผู้ค้าเงินเลือกขายสินค้าจากจีนเป็นหลัก และ สินค้าเงินสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างดี ได้แก่ 1.กลุ่มสินค้าที่สนองความทันสมัยตาม

วิถีคนเมือง ส่วนมากจะขายในตลาดศูนย์การค้า หรือตลาดจีน มีอยู่หลายหมวดสินค้า ได้แก่หมวดเครื่องแต่งกาย หมวดเครื่องประดับ หมวดของตกแต่งบ้าน ทั้งผ้าไหมหลากแบบหลายลาย หมวดเครื่องเสียง หมวดอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ หลายแบบ หลายยี่ห้อ หมวดเครื่องเล่นเด็ก หมวดเครื่องครัว หมวดเครื่องสุขภัณฑ์ห้องน้ำ หมวดเครื่องนอน อุปกรณ์ภายในรถยนต์ เช่น สินค้าเหล่านี้จะวางขายตามตลาดศูนย์การค้าของเวียงจันทน์ ทั้งตลาดหนองบัว ตลาดชั้นเจียง ตลาดอาเซียน ตลาดเข้ามาอลล์ ฯลฯ เป็นต้น

2.กลุ่มสินค้าเกี่ยวกับการอาชีพ ที่มีลักษณะเล็ก กะทัดรัด เหมาะสำหรับกิจการขนาดเล็ก หรือกิจการในครัวเรือน เช่นเครื่องจักรกลเล็ก เชื้อต่อธุรกิจขนาดเล็ก และ เหมาะสำหรับใช้ในบ้าน มีขายทั้งในและนอกตลาดจีน ได้แก่อุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ อย่างเครื่องผสมปูน เครื่องร่อนทราย เครื่องจักรกลการเกษตร และกลุ่มการอาชีพอื่น เช่นอะไหล่รถจักรยานยนต์ และอุปกรณ์ในงานซ่อมต่างๆ อุปกรณ์การเกษตร ความพิเศษของสินค้ากลุ่มนี้ในหมวดก่อสร้างคือ ความเล็กกะทัดรัด ทำให้ประหยัดพื้นที่การใช้งาน สะดวก ใช้ในอุตสาหกรรมขนาดเล็กได้ดี เหมาะกับธุรกิจรายย่อยในเวียงจันทน์ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในขณะนี้ ซึ่งมีตัวแทนจำหน่ายทั้งในและนอกตลาดจีน โดยลูกค้าคนท้องถิ่นสามารถติดต่อหาซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก สำหรับในด้านประเภทอุปกรณ์ช่าง สินค้าจีนก็มีหลากหลายทั้งด้านราคาและประเภทสินค้า โดยอะไหล่จะมีให้เลือกใช้เป็นจำนวนมาก สำหรับงานก่อสร้างเล็ก เช่นสร้างบ้านพักไม่กี่ห้อง ก็จะมีอุปกรณ์เกี่ยวกับการก่อสร้าง ที่มีขายตามร้านจีนริมถนน ในราคาถูก ส่วนอุปกรณ์เกี่ยวกับช่างยนต์ ก็มีจำหน่ายตามร้านจีนริมถนน หรือในตลาดชุมชนด้วยเช่นกัน

3.สินค้าในกลุ่มของใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ ถ่านไฟฉาย ที่ชาร์ตแบตเตอรี่ เต้าเสียบไฟ เทปกาวย ความพิเศษของสินค้ากลุ่มนี้ คือมีเป็นจำนวนมาก หาซื้อง่าย ราคาถูก เพราะร้านค้าจีนรายย่อยในตลาดชุมชน ตลาดริมถนน และจีนเร่ มักจะนำสินค้าบางชนิดในกลุ่มนี้ไปเร่ขายตามบ้านด้วย ทำให้ลูกค้าคนลาวคุ้นชินกับสินค้าเหล่านี้ และหลายบ้านจะมีสินค้ากลุ่มนี้มากกว่า 1 ชิ้นขึ้นไป

4.สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ อย่างโทรศัพท์มือถือ iPad แท็บเล็ต ที่มีการวางขายในตลาดประเภทต่างๆ ของกลุ่มผู้ค้าจีน ซึ่งมีทั้งสินค้าก๊อปปี้ สินค้าราคาถูกที่ผลิตด้วยวัสดุไม่ค่อยมีคุณภาพ และสินค้ายี่ห้อจีนที่มีคุณภาพ ราคาสูงเคลอะเคลอะมาด้วย แต่สินค้าราคาถูกเป็นที่ต้องการในตลาดผู้บริโภคระดับกลางของลาว จนกระทั่งรัฐบาลลาวต้องดำเนินการปราบปราม เพราะช่วงเวลานั้นลาวกำลังยื่นขอเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO จึงต้องเข้มงวดกับสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์ทุกประเภทในลาว ดังที่ทางการลาวออกกวาดล้างโทรศัพท์มือถือปลอมยี่ห้อ นोकีย (NOKIA) ที่กำลังแพร่หลายอย่างหนักในนครหลวงเวียงจันทน์ ซึ่งสินค้าประเภทนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มลูกค้าระดับล่าง (ผู้จัดการออนไลน์, : เว็บไซต์)

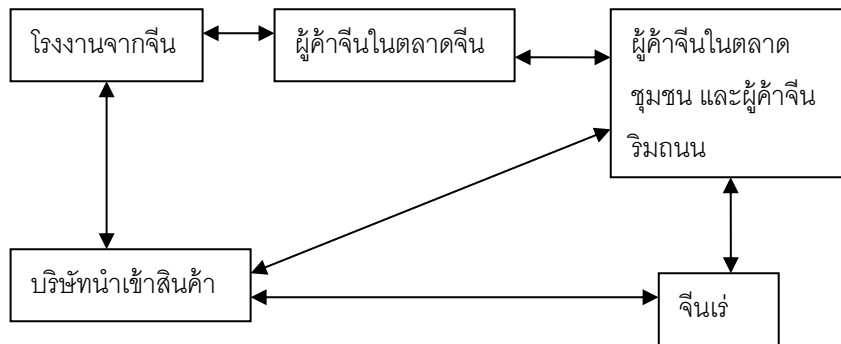
5.3. วงจรความสัมพันธ์ทางการค้าของผู้ค้าจีนแต่ละกลุ่มในนครหลวงเวียงจันทน์

จากการเปิดพื้นที่ให้แก่เงินทุนของรัฐบาลลาว ทำให้นักลงทุนจีนและผู้ค้าจีนสามารถใช้ทุกพื้นที่ของนครหลวงเวียงจันทน์ให้เป็นตลาด สำหรับระบายสินค้าที่ล้นทะลักในจีน การเชื่อมร้อยของกลุ่มผู้ค้าแต่ละกลุ่ม เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ค้าจีนแต่ละกลุ่มมีความเข้มแข็ง และสามารถต่อทุนสร้างฐานะให้แก่ตนเองได้ พร้อมกันนี้ยังทำให้สินค้าจีนไหลเวียนกระตุ้นการบริโภคในสังคมลาวอย่างต่อเนื่องด้วย

กลไกการเชื่อมร้อยระหว่างผู้ค้าจีนแต่ละกลุ่ม จะเริ่มจากผู้ค้าจีนในตลาดจีน จะนำสินค้าจากโรงงานในจีนเข้ามาขายในลาว โดยจะมีทั้งการขายส่ง-ปลีก เช่นผู้ค้าจีนในตลาดจีนได้นำอะไหล่ของโทรศัพท์มือถือเข้ามาในจำนวนมาก จากนั้นผู้ค้ารายย่อยจากนอกตลาดจีน ได้แก่ผู้ค้าริมถนนหรือตลาดชุมชน จะมาซื้ออะไหล่เหล่านั้นและนำไปประกอบเพื่อจัดวางขายต่อไป โดยกลุ่มผู้ค้านอกตลาดจีนไม่จำเป็นต้องนำสินค้าเข้ามาเอง เช่นเดียวกับกลุ่มจีนเร่ ที่จะมิบริษัท

นำเข้าสินค้าเข้ามาแล้วเข้าห้องแถวคนลาวเพื่อเป็นโกดังเก็บสินค้า จากนั้นจะมีเงินนำสินค้าเหล่านี้ออกเร่ขายตามบ้าน

แผนภูมิ 1 : รูปแบบวงจรความสัมพันธ์ทางการค้าของผู้ค้าแต่ละกลุ่มในนครหลวงเวียงจันทน์



จากภาพแผนภูมินี้ ทำให้เห็นความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ค้าที่ต้องสัมพันธ์กัน สิ่งสำคัญที่ทำให้กลไกนี้อยู่ได้อย่างมั่นคง และสร้างความเข้มแข็งให้วงจรทางการค้านี้ คือ ระบบความไว้วางใจ โดยวิธี “การวางสินค้าก่อน และจ่ายเงินคืนทีหลัง” เป็นความไว้วางใจที่อยู่บนเงื่อนไขของความต้องการระบายสินค้าที่มีมากล้นในตลาดของประเทศจีนนั่นเอง โดยโรงงานผลิตสินค้าจะให้นำสินค้าไปวางขายก่อน เมื่อลูกค้านำเงินมาจ่าย ก็พร้อมรับสินค้าใหม่ไปวางขายต่อ วิธีการนี้ผู้ค้าในตลาดจีนก็ใช้เช่นเดียวกัน คือผู้ค้าในตลาดจีนก็ได้ให้ผู้ค้านอกตลาดจีนเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในราคาค่าส่ง เมื่อได้สินค้าตามต้องการแล้ว ผู้ค้าในตลาดจีนหลายร้านใช้วิธีการให้เครดิตทางการค้ากับลูกค้าประจำของตน โดยการให้ลูกค้าของตนนำสินค้าไปขายก่อน แล้วจ่ายเงินคืนทีหลัง บางร้านให้จ่ายเงินเพียง 30 % และกำหนดวันจ่ายเงินคืนครั้งต่อไป รวมทั้งการมาเลือกซื้อสินค้าชุดใหม่ได้ ทำให้ผู้ค้านอกตลาดจีนสามารถมีสินค้าใหม่ๆ ป้อนตลาดอยู่ตลอดเวลา ผู้ค้าในตลาดจีนยอมรับว่าเสี่ยงกับการถูกโกง แต่ก็ดีกว่าให้สินค้าค้างอยู่ในร้านจนระบายไม่ออก เพราะตนต้องหาสินค้าใหม่ๆ เข้าร้านอยู่เสมอเช่นกัน

จากเรื่องเล่าของต้า ชาวลาวลูกจ้างร้านจีน ชายก็ฟ้อบ ในตลาดหนองด้วงเล่าว่า เธอมาเป็นผู้ช่วยขายสินค้าร้านนี้เกือบ 10 ปีแล้ว ลูกค้าก็มีทั้งนักท่องเที่ยวและคนลาวที่นำสินค้าไปขายต่อ หรือแม้กระทั่งคนไทยจากอุดรธานี หนองคายก็เคยมาซื้อสินค้าที่ร้านไปขายต่อ เพราะร้านนี้ขายทั้งส่งและปลีก ลูกค้าที่นำสินค้าไปขายต่อส่วนมากจะซื้อตุ๊กตาโมเดล สำหรับตั้งโชว์ พวกโมบาย นาฬิกาแขวน เพราะที่ร้านขายส่งราคาไม่แพง ถ้าเป็นลูกค้าประจำบางคนซื้อสินค้ามาก เงินไม่พอ ทางร้านเห็นว่ามาซื้อบ่อย ก็จะยอมให้นำสินค้าไปขายก่อน และเที่ยวหน้า มาซื้อของอีกก็ค่อยนำเงินมาจ่าย ซึ่งทางร้านจะปล่อยเครดิตให้เฉพาะลูกค้าที่คุ้นเคยมากๆ และอาศัยความเชื่อใจกันอย่างเดียว เพราะไม่ได้เก็บเอกสารใดๆ ของลูกค้าไว้ ร้านที่เธออยู่จึงให้เครดิตกับลูกค้าประจำที่ซื้อขายกันมานาน ราว 3-4 ปีขึ้นไปเท่านั้น

ต้าเล่าว่าการให้เครดิตกับลูกค้านำสินค้าไปก่อนจ่ายเงินทีหลังก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ร้านจีนสร้างแรงจูงใจในการสร้างลูกค้าประจำ เพราะในตลาดจีน ขายสินค้าทั้งส่งและปลีก โดยลูกค้าคนลาวนำสินค้าไปขายก่อน แล้วเมื่อลูกค้าต้องการสินค้าใหม่จะมาซื้อเพิ่ม โดยจ่ายเงินค้างเก่าและนำสินค้าใหม่ไป หมุนเวียนเช่นนี้ ด้วยอาศัยความเชื่อใจกัน และความคุ้นเคย แต่ก็บางครั้งก็ลูกค้าไม่นำเงินมาชำระ และหายไปเฉยๆ ติดต่อก็ไม่ได้ จนเป็นที่มาของการฟ้องร้องขึ้นก็มี (ต้า พิมพ์วง, 2553 : สัมภาษณ์)

จากการเปิดพรมแดนทางการค้าในโครงการ GMS และนโยบายต่างๆ ทั้งของรัฐบาลลาวและจีน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ ทุน คน สินค้าสามารถเคลื่อนตัวได้อย่างรวดเร็ว เข้ามาของเงินทุนใหม่ พร้อมด้วยเงินทุน และสินค้า กลุ่มจีนเหล่านี้เข้ามาสร้างตลาด การนำสินค้าราคาถูก และทันสมัยเข้ามาค้าขายในลาว จนกระทั่งเกิดวงจรทางการค้าในกลุ่มผู้ค้าแต่ละกลุ่ม และสร้างตลาดหลายหลายประเภท ด้วยกลไก “การวางสินค้าก่อน จ่ายเงินคืนทีหลัง” นี้ กลายเป็นช่องทางให้ผู้ค้าแต่ละกลุ่มสามารถหาสินค้าใหม่ๆ เข้าร้านได้เสมอ และทำให้ผู้ค้าแต่ละกลุ่มสามารถสร้างฐานะของตนขึ้นมาได้ พร้อมกันนี้กลไกนี้ ยังทำให้มีคนจีนชุดใหม่หลังไหลเข้ามาอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ที่รัฐบาลท้องถิ่นเวียงจันทน์กำลังวาดหวังให้นครหลวงเวียงจันทน์เป็นศูนย์กลางทางการค้าแห่งอนุภูมิภาค โดยการตั้งธงที่จะนำพาเวียงจันทน์สู่เป้าหมาย ดังการกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนานครหลวงเวียงจันทน์ในวันนี้ จนถึงปี 2030 ความในวิสัยทัศน์ที่ 1 ว่านครหลวงเวียงจันทน์จะเป็นศูนย์กลางการค้าแห่งภูมิภาคในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (คณะกรรมการทบทวน รวบรวม และเขียนประวัติศาสตร์นครหลวงเวียงจันทน์ 450 ปี, 2010 : 418) ทำให้เกิดโครงการศูนย์การค้าขนาดใหญ่หลายโครงการ และสิ่งเหล่านี้ก็เปรียบเสมือนการเปิดทางให้กลุ่มผู้ค้าจีนที่สร้างวงจรทางการค้าอย่างเข้มแข็งในนครหลวงเวียงจันทน์ สามารถขยายอาณาจักรทางการค้าให้กับกลุ่มชาวจีนด้วยกัน รวมถึงผู้ค้าชาวลาวที่นำสินค้าจีนออกไปขายยังต่างเมืองอีกด้วย นอกจากกลุ่มผู้ค้าแล้ว สินค้าจากประเทศจีนก็มีพื้นที่ในการวางขายอย่างถาวร และสินค้าจากจีนที่ล้นตลาดในปัจจุบันกำลังได้ถูกระบายเข้าสู่ตลาดลาวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน

6. สรุป และอภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่าโครงการความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง หรือ GMS เป็นประตูหนึ่งที่เปิดความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิก การเชื่อมร้อยของระบบคมนาคมในโครงการ GMS ทำให้การเดินทางระหว่างจีน-ลาวสะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมกับความเร็วและทันสมัยของระบบโทรคมนาคม ทำให้คนเหล่านี้อยู่รวมกลุ่มเฉพาะกลุ่มตน ติดต่อกับญาติพี่น้องที่ประเทศจีนบ่อย เดินทางเข้าออกประเทศสะดวก มีจุดมุ่งหมายเพื่อเข้ามาประกอบการค้าเท่านั้น การพึ่งพิงคนท้องถิ่นทั้งที่มาจากต่างแดนจึงไม่ค่อยปรากฏ

ผู้ค้าจีนเหล่านี้จะมีการช่วยเหลือกันในกลุ่มของตน ทั้งช่วยเหลือกันในด้านการค้าในชีวิตประจำวัน และการช่วยเหลือกันในการอาชีพ คนจีนที่เข้ามาอยู่ในลาวมีการช่วยเหลือกันอยู่ 2 รูปแบบ คือ การช่วยเหลือกันอย่างเป็นทางการและการช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการ กลุ่มคนจีนที่เข้ามาลงทุนในลาวได้มีการรวมตัวกันตั้งเป็นสภาการค้าจีน เพื่อช่วยเหลือกลุ่มนักลงทุนด้วยกันเอง รวมไปถึงคนงานของนักลงทุนนั้นด้วย โดยความช่วยเหลือนี้จะเกิดขึ้นในกลุ่มสมาชิกของสภาการค้าจีนเท่านั้น ซึ่งบริษัทที่จดทะเบียนสามารถเป็นสมาชิกสภาการค้าจีนได้ แต่ร้านค้าย่อยไม่มีสิทธิ์เข้าเป็นสมาชิกจึงไม่ได้รับการช่วยเหลือและการคุ้มครองใดๆ

ในขณะเดียวกัน กลุ่มผู้ค้าในตลาดชุมชนของคนลาว หรือกลุ่มที่ขายสินค้าริมถนน ส่วนมากเป็นคนจากมณฑลหูหนาน ทำให้เกิดสภาการค้าจีนหูหนานขึ้น เพื่อช่วยเหลือกันในกลุ่มคนหูหนาน แต่กลุ่มนี้จะช่วยเหลือเฉพาะคนที่เป็สมาชิกเท่านั้น ความช่วยเหลือกันอีกรูปแบบหนึ่ง คือความช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่เพื่อนช่วยเพื่อน ญาติพี่น้องช่วยเหลือกันซึ่งมีมากและเครือข่ายกว้างขวางมากกว่ากลุ่มแรก การช่วยเหลือกันอย่างไม่เป็นทางการนี้มีหลากหลาย และยังเป็นการสร้างเครือข่ายให้เกิดการขยายตัวของพื้นที่ทุนให้กว้างขวางออกไปอีก

จากเครือข่ายการช่วยเหลือกันในกลุ่มคนจีนนำไปสู่การขยายพื้นที่ทุน คนจีนเหล่านี้มีวิธีการสร้างตลาดเพื่อให้ตนสามารถขายสินค้าได้มากที่สุด โดยคนจีนเหล่านี้ได้สร้าง “ตลาด” 4 ลักษณะ คือ 1. ตลาดที่สร้างเป็นศูนย์การค้าขายสินค้าจีนเป็นหลัก หรือที่เรียกว่า “ตลาดจีน” ตลาดนี้มีนักลงทุนจีนมาสร้างเป็นศูนย์การค้าและให้ผู้ค้าจีนเข้าขายสินค้า 2. ตลาดที่ผู้ค้าจีนแทรกเข้าไปร่วมในตลาดของคนท้องถิ่น โดยผู้ค้าจีนจะเช่าบ้านสำหรับขายสินค้า

ส่วนมากอยู่ด้านนอกของตลาดชุมชน 3.ตลาดที่ผู้ค้าจีนสร้างขึ้นแถบริมถนน โดยเช่าอาคารริมถนนของคนลาวเพื่อขายหรือเก็บสินค้า 4.ตลาดเคลื่อนที่ของจีนเร่ขายสินค้า พวกนี้จะไม่มีความที่ขายที่แน่นอน จะเดินเร่ขายไปตามบ้าน

การสร้างตลาดของผู้ค้าจีน ได้นำสินค้าใหม่ๆเข้ามา สร้างค่านิยมการบริโภคสินค้าสมัยใหม่ที่มาจากการตกแต่งบ้าน ทั้งผ้าผืน เครื่องสุขภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งเครื่องมือช่างที่ทันสมัยด้วย เมื่อผู้บริโภคเริ่มสนใจสินค้าใหม่จากจีน ทำให้สินค้าแพร่หลายมากขึ้น พร้อมกับการเข้ามาของผู้ค้าที่เพิ่มขึ้นด้วย และการเกิดขึ้นของวงจรทางการค้า อันนำไปสู่การสร้างอาณาจักรทางการค้าให้กลุ่มผู้ค้าจีนที่สามารถครอบงำธุรกิจทางการค้าในนครหลวงเวียงจันทน์ได้เกือบทั้งหมด ในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอริยญา ศิริผล (2556) วิจัยเรื่อง ผู้ค้าจีนในชายแดนลุ่มน้ำโขงพบว่าตอนนี้นักจีนได้เริ่มสร้างวัฒนธรรมทางเศรษฐกิจของจีนขึ้น โดยการใช้วัฒนธรรมจีนด้านเครือข่ายความสัมพันธ์ทางการค้า ทั้งแบบเก่าและใหม่ ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ส่วนบุคคล เครือญาติบ้านเกิด และสมาคมหอการค้า มาช่วยสร้างความสำเร็จทางเศรษฐกิจของพวกเขา และกำลังเข้ามามีอิทธิพลทางการค้าชายแดนมากขึ้น

อีกประเด็นหนึ่ง คือ การค้นพบว่า รัฐบาลจีนอยู่เบื้องหลังการเข้ามาของนักจีน และสินค้าจีน โดยมีรัฐบาลลาวเปิดทาง เพราะฉะนั้นการเกิดขึ้นของโครงการ GMS จึงเปรียบเสมือนการต่อลมหายใจให้รัฐบาลจีนได้แก้ปัญหาหมักหมมภายในประเทศของตน โดยเฉพาะปัญหาแรงงาน และสินค้าที่ผลิตจนล้นตลาดในประเทศจีน ส่วนอีกด้านหนึ่ง เปรียบเสมือนการต่อลมหายใจให้แก่คนจีนที่เข้ามาเพื่อสร้างฐานะ สะสมทุนของตน เมื่อลาวเปิดประเทศ จึงเกิดการหลั่งไหลเข้ามาของคนและสินค้าจากประเทศจีน โดยมีทุนจีนนำทางเข้ามาสู่ลาว และมีรัฐบาลจีนและลาวส่งเสริมอยู่เบื้องหลัง

ตัวอย่างที่ชัดเจนปัญหาหนึ่งในประเทศจีน คือ ปัญหาสินค้าผลิตเกินความต้องการภายในประเทศ อันไปสู่การเกิดสินค้าล้นตลาด ปัญหานี้เกิดจากการเติบโตของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กในจีนที่ผลิตสินค้าขายในประเทศ หลังจากการเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ทำให้กระทรวงพาณิชย์จีนได้ประกาศผลสำรวจแนวโน้มตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคของจีนช่วงครึ่งปีแรกของปี 2006 พบว่า มีสินค้าประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคจำนวน 71.7% เกิดความต้องการของผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องดื่ม เสื้อผ้า สิ่งทอ เครื่องใช้ไฟฟ้าและของใช้ในครัวเรือนที่มีปริมาณสินค้าล้นตลาดอย่างมาก (ผู้จัดการออนไลน์ : เว็บไซต์) ซึ่งสินค้าเหล่านี้ ทำให้รัฐบาลจีนต้องหาทางระบายออกนอกประเทศ เพื่อป้องกันการขายตัดราคากันเอง ซึ่งการระบายสินค้าออกนอกประเทศนั้น จะผ่านนายทุนที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจการค้า ซึ่งมีมากถึง 1 ใน 4 ของบริษัทที่ออกไปลงทุนยังต่างประเทศ บริษัทเหล่านี้จะเป็นผู้นำสินค้าจีนที่มีล้นตลาด ออกไปขายยังต่างประเทศ อย่างเช่นที่นำเข้ามาในนครหลวงเวียงจันทน์ เป็นต้น ในนครหลวงเวียงจันทน์จะมีตลาดศูนย์การค้าหลายแห่ง ทั้งตลาดชั้นเจียง ตลาดอาเซียน ตลาดเช้า ตลาดหนองบัว ที่จะเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าจีน และเป็นแหล่งกระจายสินค้าจีนออกไปยังสถานที่อื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศของลาวด้วย นอกจากนี้ ร้านค้าของผู้ค้าจีนในตลาดชุมชน หรือริมถนน ก็ค้าสินค้าจีนเป็นหลักเช่นเดียวกัน

การทะลักเข้ามาของสินค้าจีน เป็นปัจจัยหนึ่งในการระบายสินค้าที่มากเกินไปในจีน ของรัฐบาลจีน โดยหวังให้ลาวเป็น “โกดัง” เพื่อระบายสินค้าจีนออกไปยังที่อื่นๆ ต่อไป ซึ่งการค้นพบนี้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศ สันตสมบัติ (2557) วิจัยเรื่อง มังกรหลาภสี : การขยายอิทธิพลเหนือดินแดนและพันธกิจเผยแผ่อารยธรรมในอุษาคเนย์ ที่มองการเข้ามาของคน ทุน และสินค้าจีนในอุษาคเนย์ และลาวว่า เป็นเครื่องมือหนึ่งในการ “ผู้เผยแผ่ อารยธรรมจีนออกสู่ภายนอก”หรือสร้างความยิ่งใหญ่แก่อาณาจักรจีนอีกครั้ง โดยผ่านกระบวนการทางการค้า การลงทุน และการเข้ามาของคนจีนที่นำวัฒนธรรมจีนออกสู่ต่างแดน อันมีรัฐบาลจีนให้การสนับสนุนในรูปการขยายความสัมพันธ์ และความช่วยเหลือยังประเทศต่างๆ ในอาณานิคมและลาว กล่าวคือ ในอดีต จีนเคยมองตนเองเป็นศูนย์กลางของจักรวาล และมีประเทศอารยธรรมต่างเข้ามาสวามิภักดิ์ ส่งเครื่องบรรณาการ เพื่อให้จีนคุ้มครองตน และจีนวันนี้อยู่ มองว่าจีน

กำลังจะใช้วิธีคิดเดิมสานสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจีนในฐานะผู้เจริญกว่าต้องการเผยแพร่ อารยธรรมจีนสู่ประเทศที่ด้อยกว่าตน ในรูปของ Soft Power เช่นการช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน อย่างลาว ให้สามารถฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศได้ ทั้งการช่วยเหลือด้านเงินทุน การก่อสร้างต่างๆ และอื่นๆ

เพราะฉะนั้น การข้ามแดนของจีนใหม่จึงมีนัยยะ ซึ่งมีรัฐบาลจีนให้การสนับสนุนการออกนอกประเทศทั้งคนและสินค้าอยู่เบื้องหลัง จากปัญหาภายในจีนดั้งข้างต้น ต่างจากการข้ามแดนในยุคก่อน ซึ่งจีนชุดเก่าเข้ามาค้าขายเช่นเดียวกัน และไม่มีรัฐบาลใดให้การคุ้มครอง สนับสนุน คนเหล่านี้ได้เข้ามา และรวมกลุ่มกันฝ่าฟันอุปสรรคตามลำพัง คนเหล่านี้เริ่มจากการเป็นคนกลางนำสินค้าจากชนบทไปขายในเมือง เช่นข้าวเปลือก ของป่า และนำสินค้าจากเมืองไปขายในชนบท เช่นน้ำมันก๊าด สบู่ ทำให้ชนบทค่อยๆเติบโตไปพร้อมกับเมือง (สกินเนอร์. 2529 : 221) แต่ในขณะเดียวกันที่จีนชุดใหม่ยุค GMS ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการเติบโตทางการค้าของนครหลวงเวียงจันทน์นั้น มีน้อยมาก สาเหตุเพราะผลประโยชน์ส่วนใหญ่ถูกส่งกลับประเทศจีน สิ่งที่เห็นได้ชัด คือสินค้าที่นำเข้ามาจากจีน เมื่อขายสินค้าได้ ผู้ค้าต้องนำเงินกลับไปซื้อสินค้าจากโรงงานในประเทศจีน และนำสินค้าใหม่เข้ามาขายป้อนตลาดอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่คนลาวสนุกสนานกับการเสพสินค้าราคาถูกจากจีน ในภาวะที่มีรายได้จำกัด นอกจากนี้ การเติบโตทางการค้ายังส่งผลให้เกิดความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับประชาชน และนายทุนผู้ต้องการที่ดินกับชาวบ้านผู้อยู่ในที่ดินนั้นมากยิ่งขึ้น เช่นกรณีโครงการบึงธาตุหลวง เป็นต้น ซึ่งลักษณะโครงการเหล่านี้กำลังเกิดขึ้นอีกหลายแห่งใน นครหลวงเวียงจันทน์

เอกสารอ้างอิง

- กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. (2550). *โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Greater Mekong Sub-region Economic Cooperation Program : GMS)*. ค้นเมื่อ 27 มกราคม 2553, จาก http://www.mfa.go.th/internet/BDU/gms48_49.doc.
- คณะอนุกรรมการทบทวน รวบรวมและเขียนประวัติศาสตร์นครหลวงเวียงจันทน์ 450 ปี. (2010). *นครหลวงเวียงจันทน์ 450 ปี*. นครหลวงเวียงจันทน์ : นครหลวงเวียงจันทน์.
- ASTV ผู้จัดการ. (2549) *บริษัทจีนสร้างศูนย์การค้าครบวงจรแห่งใหม่ในลาว*. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.manager.co.th/IndoChina/ViewNews.aspx?NewsID=9490000100010>
- พิทยา พุฒาย. (2549). *การตอบสนองของคนในท้องถิ่นที่มีต่อตลาดจีนในเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภูวดล ทรงประเสริฐ. (2547). *จีนโพ้นทะเลสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2547). *แนวคิดชี้นำของประธานคำไต สืพันดอน ต่อภารกิจปกป้องรักษา และพัฒนาประเทศชาติ*. เวียงจันทน์ : คณะโฆษณอบรมศูนย์กลางพรรค. (ภาษาลาว)
- ไม่ปรากฏผู้แต่ง. (2006). *เอกสารกองประชุมใหญ่ ครั้งที่ 8 ของพรรคประชาชนปฏิวัติลาว*. นครหลวงเวียงจันทน์. (ภาษาลาว)
- ยศ สันตสมบัติ. (2557). *มังกรหลากสี : การขยายอิทธิพลเหนือดินแดนและพันธกิจเผยแพร่อารยธรรมในอุษาคเนย์*. เชียงใหม่ : ศูนย์ศึกษาความหลากหลายทางชีวภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2549). *สินค้าอุปโภค-บริโภคจีนกว่า 70%ล้นตลาด*. ค้นเมื่อ 21 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.manager.co.th/China/ViewNews.aspx?NewsID=9490000020422&TabID=3&>.

สกินเนอร์, จี วิลเลียม. (2529). *สังคมจีนในประเทศไทย : ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์*. แปลโดย พรรณี

ฉัตรพลรักษ์ และคนอื่นๆ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

สีคุณ บุญวิไล. (2007). *หมากผลความร่วมมือลาว-จีน*. นครหลวงเวียงจันทน์ : นครหลวงเวียงจันทน์. (ภาษาลาว)

หน่วยค้นคว้าเกี่ยวกับกัมพูชาและลาว. (2539). *ทิศทางแห่งการเป็นคู่ร่วมมือ กัมพูชา ลาว และอาเซียน ร่วม*

อยู่ในเอเชียอาคเนย์อันเป็นหนึ่งเดียว. มาเลเซีย : สถาบันค้นคว้านโยบาย. (ภาษาลาว)

ผู้จัดการออนไลน์. (2551). *เหมือนกันดึก! โนเกียจีนระบาดหนักในลาว*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2556,

จาก <http://www.manager.co.th/asp-bin/mgrView.asp?NewsID=95100000279>

อักษรศรี พานิชสาส์น. (2549). *การเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทย-มณฑลตะวันตกเฉียงใต้ของจีน :*

ความเป็นไปได้ โอกาส และอุปสรรค. วิทยานิพนธ์ ปรัช. สาขาวิชาสหวิทยาการ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรุณญา ศิริผล. (2556). *ผู้ค้าจีนในชายแดนลุ่มน้ำโขง*. เชียงใหม่ : ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผู้ให้สัมภาษณ์

ต้า พิมมะวง ผู้ให้สัมภาษณ์, นาริรัตน์ ปรีสุทธิภูมิพร เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดหนองด้าง นครหลวงเวียงจันทน์

เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2553.

โม ผู้ให้สัมภาษณ์, นาริรัตน์ ปรีสุทธิภูมิพร เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่บ้านดงเมียง นครหลวงเวียงจันทน์ เมื่อวันที่ 1

มีนาคม 2554.

หวินซิง. ผู้ให้สัมภาษณ์, นาริรัตน์ ปรีสุทธิภูมิพร เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดหนองด้าง นครหลวงเวียงจันทน์

เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2553.

เหมย ผู้ให้สัมภาษณ์, นาริรัตน์ ปรีสุทธิภูมิพร เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ตลาดชั้นเจียง นครหลวงเวียงจันทน์ เมื่อ

วันที่ 15 ตุลาคม 2553.

กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ
ของสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัดคณะกรรมการการอุดมศึกษา
Material Management strategies affecting material Management of Higher
Educational Institutes under the Commission of Higher Education

ทัศนีย์ เสียงดัง^{*} และ ไพฑูรย์ อินตะขัน²

Thassanee Siangdang^{*} and Phaithun Intakhan²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีจุดประสงค์ เพื่อทดสอบอิทธิพลของกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ ที่มีต่อประสิทธิภาพของ
การบริหารพัสดุโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้างานพัสดุ จำนวน 80 ราย
ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์
การบริหารงานพัสดุด้านการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของ
การบริหารพัสดุ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ในการบริหารงานพัสดุ ประสิทธิภาพของการบริหารพัสดุ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

^{*} นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

^{*} Master student, Master of Accountancy, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

² รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

² Associate Professor. Ph.D. Phaithun Intakhan, Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to verify the effects of material management package on the material management efficiency. The questionnaire was used to collect data from the head of procurement of 80 under the higher educational institutes. The statistics used in data analysis were mean and standard deviation, multiple correlation analysis, and the multiple regression analysis. The findings revealed that material management in the procurement and the control and distribution had positive impact on the efficiency of material management efficiency.

Keywords: Material Management, Material Management Efficiency, Higher Educational Institutes

1. บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ปีพุทธศักราช 2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติมปี 2545 มุ่งหมายที่จะจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ เป็นคนดีมีความสามารถและอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข การดำเนินงานตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษาให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องยึดเงื่อนไขและหลักการสำคัญของการปฏิรูปการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ในประเด็นเรื่องของการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาทั้งในด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารงานทั่วไป เพื่อการศึกษาสร้างความความรู้ คู่คุณธรรม คุณภาพ และประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2550)

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา ประกอบด้วยหน่วยงานภายในหลายหน่วยงาน จึงส่งผลให้การบริหารงานพัสดุมีปัญหาต่างๆ เกิดขึ้นได้ เป็นเพราะหน้าที่ความรับผิดชอบภาระงานจำนวนมาก การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารสัญญา รวมถึงการขยายระยะเวลาข้ามปีงบประมาณ ให้กับมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่อยู่ภายในกำกับของสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา จำนวน 156 แห่ง ประกอบด้วย สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด/ในกำกับของรัฐ 81 แห่ง และสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 75 แห่ง ซึ่งสถานศึกษาต่างๆ นี้ไม่สามารถดำเนินการยื่นของงบประมาณและยื่นขอขยายระยะเวลาก่อนนี้ผู้พ้นข้ามปีงบประมาณได้โดยตรงต่อคณะรัฐมนตรี จำเป็นต้องดำเนินการผ่านคณะกรรมการอุดมศึกษาเพื่อยื่นเสนอความเห็นไปยังรัฐมนตรีว่าด้วยกระทรวงศึกษาธิการพิจารณา (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2559: เว็บไซต์) และจากรายงานผลตรวจสอบภายใน ตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด เพื่อประมวลผลการดำเนินงาน ของสังกัดกระทรวงศึกษาธิการโดยภาพรวมนั้น จะเห็นได้ว่ายังพบข้อผิดพลาดในการบริหารงานพัสดุ อาทิ ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ไม่ได้จัดทำประวัติการซ่อมแซมและบำรุงรักษาทรัพย์สิน, การคำนวณค่าเสื่อมราคาทรัพย์สิน การบันทึกบัญชีไม่เป็นปัจจุบัน ด้านสินทรัพย์และวัสดุ เช่น การการจ้างทำของโดยวิธีกรณีพิเศษไม่ระบุเหตุผลความจำเป็นในการจ้าง โครงการตามนโยบายของรัฐบาล ฯ เช่น การจัดทำรายงานขอจ้างในระบบ e-GP แสดงรายการไม่ครบถ้วน ไม่บันทึกราคากลาง และไม่ได้ระบุเหตุผลที่ต้องซื้อหรือจ้าง เป็นต้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2559) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่าการบริหารงานพัสดวยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้น องค์กรจะต้องมีการบริหารงานพัสดุให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันความเสียหายจากการปฏิบัติไม่ถูกต้องตามกฎหมายและแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ซึ่งกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของงานพัสดุ ในสังกัดสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้ได้พัสดุที่มีคุณภาพ ทันเวลาที่ต้องการ และคุณสมบัติที่ถูกต้องตามความต้องการของผู้ใช้งานเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการใช้เงิน ซึ่งกระบวนการจัดหาพัสดุจะต้องเกิดความเป็นธรรม และโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งพัสดุที่ได้มาจะต้องมีกระบวนการการบำรุงรักษาการจำหน่ายพัสดุ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้งาน โดยทุกขั้นตอนที่กล่าวมานี้ มีความสัมพันธ์

และเชื่อมโยงกันทุกขั้นตอนอย่างชัดเจน เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อทางราชการ และสามารถตอบสนองนโยบายของภาครัฐและความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จขององค์กร และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน, ประหยัดงบประมาณ และถูกต้องตามระเบียบมากที่สุด

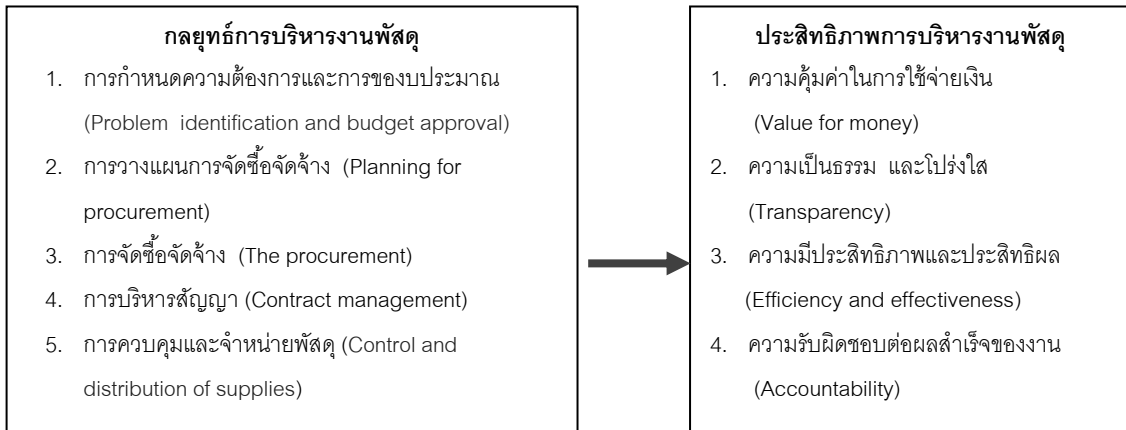
ในการบริหารงานพัสดุ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้น มีแนวทางในการบริหารงานและได้ให้ความสำคัญของการบริหารงานพัสดุ จากความต้องการและการของงบประมาณเป็นสำคัญที่ช่วยส่งผลให้การกำหนดงบประมาณเป็นไปอย่างถูกต้อง พอเพียงและตรงตามวัตถุประสงค์ของการใช้งบประมาณ ในขณะเดียวกันการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างเป็นอีกขั้นหนึ่งขั้นตอนที่ต้องมีการวางแผนเพื่อลดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้รับผิดชอบการใช้งบประมาณมีการจัดซื้อจัดจ้างเป็นไปตามระเบียบที่กำหนดไว้ (ตามประกาศคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน เรื่องการจัดทำแผนปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้าง พ.ศ. 2546) งานพัสดุควรจัดทำปฏิบัติการจัดซื้อจัดจ้างสำหรับรายการพัสดุในวงเงินต่างๆ โดยกำหนดขั้นตอนวิธีการระยะเวลาในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อการบริหารงบประมาณและการตรวจสอบการบริหารงบประมาณเป็นไปด้วยความถูกต้อง เหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และส่งผลต่อการบริหารสัญญาของทางราชการเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งการทำสัญญาและการบริหารสัญญาเกี่ยวกับการพัสดุภาครัฐ ควรจัดทำอย่างรอบคอบ ถูกต้องครบถ้วน และชอบด้วยกฎหมาย เพื่อให้มีความชัดเจน และตรงตามเจตนารมณ์ของคู่สัญญา เพื่อลดการเกิดอุปสรรคหรือแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ดียิ่งขึ้น และตรงตามความต้องการแล้ว งานพัสดุจะดำเนินการควบคุม บำรุงรักษา โดยเป็นขั้นตอนปฏิบัติเพื่อให้อายุการใช้งานของพัสดุนาน คุ่มค่าที่สุด และมีความพร้อมอยู่เสมอ รวมไปถึงจนถึงการจำหน่ายพัสดุ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการบริหารงานพัสดุ การจำหน่ายพัสดุ ครอบคลุมทั้งจากการควบคุมและความรับผิดชอบต่อผู้ใช้หรือฝ่ายพัสดุได้นั้น จะต้องสุ่มหาเสียสละเหมาะสมสมควรที่จะดำเนินการจำหน่ายพัสดุดอกจากบัญชี และจะเป็นจุดเริ่มของวงจรของการจัดหาพัสดุใหม่ที่จะวางแผน ตรวจสอบความต้องการเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุใหม่สำหรับใช้ในราชการต่อไป (วัชรวิ แสงสิงห์ชัย, 2541)

จากความสำคัญดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยการศึกษาในครั้งนี้ ได้ทำการสอบถามข้อมูลจากหัวหน้างานพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) จำนวน 156 ราย ซึ่งประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้คือสามารถนำผลลัพธ์ของงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงการบริหารพัสดุสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยต่อไป และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เข้มแข็งได้ต่อไปในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) โดยผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบและเป็นแนวทางดังต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ
โมเดลของกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)



2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ

2.1.1 การกำหนดความต้องการและการของบประมาณ (Problem identification and budget approval)

การกำหนดความต้องการและการของบประมาณ เป็นเป้าหมายที่สำคัญในส่วนของจัดหาพัสดุมาใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับ พรราชดา แก้วกัลยา (2555) ศึกษาเรื่องของการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบงานพัสดุของหน่วยงานในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ควรมีการจัดทำแผนการจัดการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การจัดหาทันตามความต้องการ และไม่เกิดการจัดหาพัสดุซ้ำๆ บ่อยครั้ง และควรมีการตรวจสอบรายการ รายละเอียดพัสดุของ หน่วยงานที่มีความความต้องการพัสดุเพื่อจัดของงบประมาณ และทำให้ได้พัสดุในราคาที่เหมาะสม จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ได้ดังนี้

H1: กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุด้านการกำหนดความต้องการและการของบประมาณมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.1.2 การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Planning for procurement)

สมบัติ อารักษ์วงศ์ (2540) ให้ความหมายของการวางแผน คือ กระบวนการวิเคราะห์และการตัดสินใจ ของผู้บริหารที่จะกำหนดวิธีการไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติให้บรรลุผลตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง คือการวางแผนเพื่อที่จะจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ตามสัดส่วนที่จะต้องให้ตามความเหมาะสม ซึ่งผู้บริหารส่วนใหญ่จะเตรียมเรื่องงบประมาณในเรื่อง รายได้ รายจ่าย และค่าใช้จ่ายในการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น อุปกรณ์การดำเนินงาน สิ่งก่อสร้างต่างๆ เป็นต้น หน่วยงานที่มีการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง จะทำให้ได้พัสดุที่เหมาะสมครบถ้วน ทันเวลาที่ต้องการใช้งานตามแผนงานที่ได้วางแผนไว้ จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ได้ดังนี้

H2 : กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.1.3 การจัดซื้อจัดจ้าง (The procurement)

การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง โดยมีสาระสำคัญที่ควรพิจารณา ดังนี้

1. การขออนุมัติจัดซื้อจัดจ้าง ผู้จัดซื้อจะต้องจัดทำรายงานขอซื้อขอจ้าง เพื่อขออนุมัติ จัดซื้อจัดจ้าง ตามขั้นตอนจากผู้มีอำนาจอนุมัติสำหรับภาคราชการ การจัดซื้อจัดจ้างจะสามารถ ดำเนินการได้ก็ต่อเมื่อได้รับอนุมัติ เงินประจำงวดแล้วเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ส่วนราชการสามารถดำเนินกิจกรรมหรือขั้นตอนบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับการ เตรียมการจัดซื้อจัดจ้าง ไปล่วงหน้าก่อนที่จะได้รับเงินประจำงวด ซึ่งเมื่อได้รับอนุมัติเงินประจำงวดมาแล้ว ก็จะสามารถ ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เสร็จสิ้นไปโดยเร็วได้ เช่น การจ้างก่อสร้างอาคาร อาจดำเนินการสำรวจหาพื้นที่ก่อสร้างที่เหมาะสมเป็นต้น
2. การเผยแพร่ข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลเพื่อหาผู้ขายที่จะมาดำเนินการจัดหาพัสดุให้ได้ตรงตามความต้องการทั้งในด้านคุณภาพและ
3. การคัดเลือกผู้ขาย ในการคัดเลือกผู้ขายที่จะสามารถเสนอขายและจัดส่งพัสดุหรือให้บริการได้จริง ตามที่หน่วยงานต้องการแล้ว หน่วยงานจัดซื้อควรกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความสามารถของผู้ขายจาก ข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมและชัดเจน เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานจัดซื้อประสบผลสำเร็จ
4. การสั่งซื้อสั่งจ้าง ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการก่อภาระผูกพันให้กับองค์การ
5. การควบคุมงานและการตรวจรับ

การควบคุมงาน/การตรวจรับเป็นขั้นตอนการป้องกันความเสียหายก่อนที่พัสดุจะถูก นำไปใช้ในการปฏิบัติงาน ซึ่งหากไม่สามารถตรวจพบข้อผิดพลาดหรือความไม่ถูกต้องในตัวพัสดุและแก้ไขให้ถูกต้องในระหว่างการควบคุมงาน/ ตรวจรับพัสดุแล้ว อาจทำให้การแก้ไขให้ถูกต้องในภายหลังหรือระหว่างใช้งานจะต้องเสียต้นทุนค่าใช้จ่ายหรือมีความเสียหายสูง โดยในการควบคุมงาน/ตรวจรับ และหากหน่วยงานมุ่งเน้นให้การจัดซื้อจ้างเป็นไปตามระเบียบ ถูกต้อง ครบถ้วน และโปร่งใสแล้ว จะทำให้ตัวผู้ซื้อและผู้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้พัสดุที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถ ตรวจสอบถึงที่มาของพัสดุนั้นๆได้ สรุปได้ว่า การนำกลยุทธ์การจัดซื้อจัดจ้างมาช่วยในการบริหารพัสดุจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารพัสดุที่ดี จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ได้ดังนี้

H3: กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุด้านการจัดซื้อจัดจ้างมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.1.4 การบริหารสัญญา (Contract management)

บรม ศรีสุข (2549) ให้ความหมายของการบริหารสัญญา คือ ผู้มีหน้าที่บริหารสัญญาได้แก่ เจ้าหน้าที่พัสดุ / คณะกรรมการตรวจรับพัสดุ หรือคณะกรรมการตรวจการจ้าง โดยปกติต้องมีหน้าที่บริหารสัญญา กล่าวคือ เมื่อสัญญาครบกำหนด จะต้องแจ้งให้ผู้ขายหรือผู้รับจ้างส่งมอบงานตามสัญญา เจ้าหน้าที่ดังกล่าวจะต้องเสนอหัวหน้า ส่วนราชการให้มีหนังสือแจ้งเตือน แจ้งปรับ แล้วแต่กรณี หากมิได้ดำเนินการ จะถือว่าละเลยไม่ดำเนินการตามหน้าที่ เมื่อเริ่มกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ตัวบ่งชี้และข้อตกลงระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้าง ก็คือตัวสัญญาซื้อ/จ้างที่จะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุนั้นๆ สรุปได้ว่า การนำกลยุทธ์การบริหารสัญญาช่วยในการบริหารพัสดุเกิดแนวทาง ระเบียบ ข้อกำหนด ในการดำเนินงานร่วมกันทั้งสองฝ่าย และ สร้างความโปร่งใสในการทำงานได้เป็นอย่างดี จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ได้ดังนี้

H4 : กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุด้านการบริหารสัญญา มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.1.5 การควบคุมและจำหน่ายพัสดุ (Control and distribution of supplies)

การควบคุมและการจำหน่ายพัสดุของส่วนราชการแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

1. การเก็บรักษา
2. การเบิกจ่าย
3. การตรวจสอบพัสดุ

ซึ่งสอดคล้องกับ กฤษฎา นิลพัฒน์ (2547) เรื่องของการดำเนินการควบคุมพัสดุมานำใช้ในการพัฒนาการดำเนินการควบคุมพัสดุของกลุ่มผู้ร่วมศึกษา ทำให้มีการปฏิบัติที่เป็นระบบ และมีความชัดเจนในแนวปฏิบัติ สามารถพัฒนาการดำเนินการบริหารพัสดุ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยลดความขัดแย้งในการดำเนินงาน ตลอดจนมีความเข้าใจการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พัสดุในสำนักงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งกระบวนการการควบคุม กำกับดูแลและรักษาพัสดุ เพื่อให้มีคุณสมบัติพร้อมใช้งานอยู่เสมอ หากพัสดุที่มีอายุการใช้งานที่ยาวนานและเสื่อมสภาพการใช้งาน จะต้องการกระบวนการซ่อมแซมหรือการจำหน่ายอย่างไรให้ถูกต้องตามระเบียบ และโปร่งใส สรุปได้ว่า การนำกลยุทธ์การควบคุมและการจำหน่ายพัสดุมานำใช้ในการบริหารพัสดุจะส่งผลให้พัสดุที่มีอยู่สามารถใช้งานได้เต็มที่ ประสิทธิภาพ จากที่กล่าวมาข้างต้นนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ได้ดังนี้

H5 : กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ มีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ มหาวิทยาลัยและสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และผู้ให้ข้อมูล (Key informants) คือหัวหน้างานพัสดุหรือเทียบเท่า จำนวน 156 ราย เป็นการสำรวจแบบสำมะโนประชากร เนื่องจากหัวหน้างานพัสดุ เป็นบุคคลที่ปฏิบัติงานจริงมีความน่าเชื่อถือทั้งในด้านการดำเนินงานและทราบถึงระเบียบสำนักงานกฤษฎาว่าด้วยการพัสดุได้เป็นอย่างดี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และใช้กรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น เพื่อการศึกษากลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ซึ่งผู้ศึกษาค้นคว้าได้สร้างแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้ ข้อมูลทั่วไป ของมหาวิทยาลัยในอุดมศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 5 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ข้อ ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในอุดมศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 22 ข้อ ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา 15 ข้อ และตอนที่ 5 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ในการบริหารงานพัสดุนำมาช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานที่ดี ของสถาบันอุดมศึกษา ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

3.3 คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 2 ส่วน ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยทำการตรวจสอบผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และนำผลที่ได้มาคำนวณเพื่อหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าระหว่าง 0.85 - 1.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ตามแนวคิดของ ครอนบาค (Cronbach) และแสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Graett, 1965 อ้างใน เกียรติสุตา ศุภเวทย์เวหน, 2541)

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและค่าความเชื่อมั่น

ตาราง 1 แสดงผลค่า Factor Loadings และค่า Alpha Coefficient

ตัวแปร	จำนวน	Factor Loadings	Alpha Coefficient
ด้านการกำหนดความต้องการและการขอประมาณ (Requirements definition the budget request : RB)	30	0.619-0.754	0.734
ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Planning for procurement : PP)	30	0.578-0.935	0.749
ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (The procurement : PC)	30	0.671-0.789	0.729
ด้านการบริหารสัญญา (Contract management : CM)	30	0.641-0.819	0.710
ด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ (Control and distribution of supplies : CD)	30	0.662-0.871	0.839

จากตาราง 1 เมื่อทดสอบทางสถิติจากค่า Factor Loading แบบสอบถามจำนวน 30 ชุดแรก พบว่ากลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ ด้านการกำหนดความต้องการและการขอประมาณ ระหว่าง 0.619-0.754, ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ระหว่าง 0.578-0.935, ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ระหว่าง 0.671-0.789, ด้านการบริหารสัญญา ระหว่าง 0.641-0.819, ด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ ระหว่าง 0.662-0.871 จากค่าสถิติที่ได้เมื่อนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ สรุปว่า เครื่องมือที่ใช้มีความเที่ยงตรง ที่ยอมรับได้ และประกอบกับค่า Alpha Coefficient ค่าที่ได้ระหว่าง 0.734 - 0.839 ซึ่งเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ สรุปได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีความเที่ยงตรงและมีความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ โดยใช้ Alpha Coefficient (α – Coefficient) เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นใช้แนวทางของ Graett, 1965 อ้างใน เกียรติสุตา ศุภเวทย์เวหน (2541) ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ใช้เกณฑ์ ดังนี้ ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.00 - 0.20 ถือว่า มีความเชื่อมั่นต่ำมากหรือไม่มีเลย

0.21 - 0.40 ถือว่า มีความเชื่อมั่นต่ำ

0.41 - 0.70 ถือว่า มีความเชื่อมั่นปานกลาง

0.71 - 1.00 ถือว่า มีความเชื่อมั่นสูง

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบและสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	Alpha Coefficient
กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ		
ด้านการกำหนดความต้องการและการงบประมาณ (RB)	0.637 – 0.810	0.723
ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (PP)	0.300 – 0.783	0.745
ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (PC)	0.442 – 0.644	0.748
ด้านการบริหารสัญญา (CM)	0.543 – 0.723	0.818
ด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ (CD)	0.519 - 0.738	0.843
ประสิทธิภาพการบริหารพัสดุ		
ด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน	0.675 – 0.804	0.830
ด้านความเป็นธรรม และโปร่งใส	0.415 – 0.820	0.833
ด้านความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	0.616 – 0.750	0.829
ด้านความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน	0.632 – 0.744	0.862

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) พบว่าค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามด้านกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุมีค่าอยู่ระหว่าง 0.723 – 0.843 ด้านประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมีค่าอยู่ระหว่าง 0.829 – 0.862 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้กล่าวว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้

4. ผลการวิจัย

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 75.00) อายุ 46 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 38.80) รองลงมา อายุ 36 – 40 ปี (ร้อยละ 21.30) ประสบการณ์ในการทำงาน 21 – 25 ปีและ 26 ปีขึ้นไปเท่ากันคือ (ร้อยละ 18.80) ตำแหน่งปัจจุบัน หัวหน้างานพัสดุ (ร้อยละ 63.80) รองลงมา เจ้าหน้าที่พัสดุ (ร้อยละ 17.50) ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี (ร้อยละ 53.80) รองลงมา ปริญญาโท (ร้อยละ 42.50)

4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีกลยุทธ์ในการบริหารงานพัสดุโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ($\bar{X}$ อยู่ระหว่าง 4.24 – 4.60) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ กลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ ด้านการบริหารสัญญา ($\bar{X} = 4.55$) ด้านการวางแผนจัดซื้อจัดจ้าง ($\bar{X} = 4.54$) ด้านการกำหนดความต้องการและการงบประมาณ ($\bar{X} = 4.25$) และด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ ($\bar{X} = 4.24$) ตามลำดับ

4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$) และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้านแล้ว พบว่า อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ($\bar{X}$ อยู่ระหว่าง 4.30 – 4.45) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านกลยุทธ์การบริหารพัสดุที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านความเป็นธรรมและโปร่งใส ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมาคือ ด้านความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ($\bar{X} = 4.38$) ด้านความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน ($\bar{X} = 4.33$) และด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน ($\bar{X} = 4.30$) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D	ระดับความ คิดเห็น
ด้านกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ			
1. ด้านการกำหนดความต้องการและการของบประมาณ (RB)	4.25	0.52	มาก
2. ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (PP)	4.54	0.46	มากที่สุด
3. ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (PC)	4.60	0.43	มากที่สุด
4. ด้านการบริหารสัญญา (CM)	4.55	0.46	มากที่สุด
5. ด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ (CD)	4.24	0.59	มาก
ด้านประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ (ES)	4.36	0.44	มาก
1. ด้านความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงิน	4.30	0.52	มาก
2. ด้านความเป็นธรรม และโปร่งใส	4.45	0.57	มาก
3. ด้านความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.38	0.51	มาก
4. ด้านความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน	4.33	0.53	มาก

ตารางที่ 4 สรุปการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

ตัวแปร	Total Y	RB	PP	PC	CM	CD	VIF
$\bar{X}$	4.36	4.25	4.54	4.60	4.55	4.24	
S.D	0.44	0.52	0.46	0.43	0.46	0.59	
Total Y	1	0.457 [*]	0.548 [*]	0.593 [*]	0.551 [*]	0.644 [*]	
RB		1	0.567	0.409 [*]	0.446 [*]	0.487 [*]	1.516
PP			1	0.608 [*]	0.733 [*]	0.693 [*]	3.021
PC				1	0.750 [*]	0.591 [*]	2.463
CM					1	0.604 [*]	3.178
CD						1	2.153

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางจาก 4 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระด้านกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ มีค่าตั้งแต่ 1.516 – 3.021 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้านกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ ในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามด้านประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย

มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.457 – 0.644 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES) ได้ดังนี้

$$ES = 1.133 + 0.274PC + 0.290CD$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 69.136$, $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj/R^2) เท่ากับ 0.463 (ตาราง 4) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การบริหารพัสดุแต่ละด้านกับตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES) ปรากฏผลดังตาราง 5

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของมหาวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)

กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ	ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม		t	P - value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.133	0.435	2.604	0.011
1. ด้านการกำหนดความต้องการและการของบประมาณ	0.114	0.086	1.329	0.188
2.ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง	-0.001	0.137	-0.007	0.994
3.ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง	0.274	0.133	2.068	0.042*
4.ด้านการบริหารสัญญา	0.057	0.141	0.403	0.688
5.ด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ	0.290	0.091	3.201	0.002**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 5 พบว่า กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (PP) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES) ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (PC) และด้านการควบคุมและจำหน่ายพัสดุ (CD) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 และ 5 ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1,2,4 คือกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ ด้านการกำหนดความต้องการและการของบประมาณ (RB) และด้านการบริหารสัญญา (CM) ไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม (ES)

5. อภิปรายผล

กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุแต่ละด้านมีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุได้ดังนี้

ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านการควบคุมและการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุเป็นอย่างมากเนื่องจากปัจจุบันนี้ กระบวนการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุนั้นเป็นหัวใจหลัก

ของการบริหารงานพัสดุเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุที่ใช้ในการสนับสนุนการดำเนินงานของบุคลากรภายในหน่วยงาน โดยเป็นการกระบวนการที่ได้มาอย่างถูกต้อง เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ คำนึงค่าใช้จ่ายเงิน โดยมีการแข่งขันที่เป็นธรรม และโปร่งใส ได้ ญัตติฯ รักษาสมัย (2546) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอสนทวาย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ การจัดซื้อจัดจ้าง ที่เกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง งบประมาณสำหรับบำรุงรักษาพัสดุและการใช้จ่ายพัสดุให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด เมื่อได้พัสดุแล้วขั้นตอนต่อไปคือกระบวนการการควบคุมและการจำหน่ายที่ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการดูแลควบคุมการใช้งานให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ซึ่งแสดงถึงการการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จึงเกิดความคุ้มค่าในการใช้งานอย่างสูงหรือหากพัสดุหมดอายุการใช้งาน หรือไม่สามารถใช้งานได้แล้ว หน่วยงานสามารถตัดบัญชี หรือสามารถจำหน่ายพัสดุนั้นๆ ได้โดยให้ถูกต้องตามระเบียบ ทำให้เจ้าหน้าที่เกิดความรับผิดชอบต่อความสำเร็จของงานจัดซื้อจัดจ้างนั้นได้ กฤษดา นิลพัฒน์ (2547) วิจัยเรื่องของการจัดซื้อจัดจ้างและดำเนินการควบคุมพัสดุมาใช้ในการพัฒนาการดำเนินการควบคุมพัสดุของกลุ่มผู้ร่วมศึกษา ทำให้มีการปฏิบัติที่เป็นระบบและมีความชัดเจนในแนวปฏิบัติ สามารถพัฒนาการดำเนินการบริหารพัสดุ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยลดความขัดแย้งในการดำเนินงาน ตลอดจนมีความเข้าใจการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พัสดุในสำนักงานได้เป็นอย่างดี

ด้านการกำหนดความต้องการและการของบประมาณและด้านการบริหารสัญญาไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ เป็นไปได้ว่าส่วนใหญ่การกำหนดความต้องการและการของบประมาณองค์จะให้บางหน่วยงานภายในองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบเพียงหน่วยงานเดียวเท่านั้น เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว เช่น การจัดทำกรขอ งบประมาณ จะขึ้นอยู่กับกองนโยบายและแผนงานการกำหนดความต้องการหรือข้อกำหนดคุณลักษณะเฉพาะจะให้หน่วยงานออกแบบและเขียนแบบเท่านั้น จึงทำให้การกำหนดความต้องการและการของบประมาณไม่ส่งผลต่อการบริหารงานพัสดุ สอดคล้องกับธัญญา หวันชัยศรี (2554:79) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารพัสดุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน พบว่าการกำหนดความต้องการในปัจจุบันราคาพัสดุที่ส่วนกลางกำหนดไว้บางประเภทเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาพัสดุในท้องตลาดมาตรฐานครุภัณฑ์ที่จัดมาไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมทั้งนโยบายของผู้บริหารเปลี่ยนแปลง จึงทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานและไม่สามารถที่จะกำหนดความต้องการที่ดีได้ ด้านการบริหารสัญญา เป็นกระบวนการที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการจัดซื้อจัดจ้างงานที่มีมูลค่าตั้งแต่ 500,000 บาท ขึ้นไป หรืองานที่มีมูลค่าต่ำกว่า 500,000 บาท ซึ่งองค์กรขนาดเล็กจะมีการจัดซื้อจัดจ้างในลักษณะนี้ค่อนข้างน้อย บางหน่วยงานมีการจัดทำสัญญาขึ้นเองโดยไม่ผ่านงานพัสดุ ทำให้การบริหารสัญญาไม่เป็นไปตามระเบียบพัสดุ ไม่ให้ความสำคัญต่อการบริหารสัญญาก่อให้เกิดปัญหาในการดำเนินงาน จึงทำให้การบริหารสัญญานั้นไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุ สอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2559) ได้รายงานการสอบทานผลการตรวจสอบภายใน ตามที่กรมบัญชีกลางกำหนดว่าการสั่งจ้างตามหนังสือสัญญาจ้างเหมาและหนังสือจ้างบางรายการ ไม่ผ่านกลุ่มงานพัสดุ การจ้างโดยไม่ระบุความจำเป็นในการจ้าง ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้องตามระเบียบพัสดุ และมาตรการปฏิบัติงานด้านการเงินและบัญชี

ด้านการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ เป็นไปได้ว่า การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างนั้น ส่วนใหญ่จะมีการจัดทำรายงานการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างเพียง 1 ครั้งต่อปีเท่านั้นทำให้การสำรวจเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้นคือในช่วงเวลาการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างเท่านั้น ซึ่งพัสดุดูอย่างชนิดมีอายุการใช้งานที่ไม่เท่ากันและอายุการใช้งานที่ไม่สม่ำเสมอ หากมีการชำรุดเสียหาย หรือหมดสภาพไปก่อน จะส่งผลกระทบให้การดำเนินงานภายในองค์กรเกิดความคล่องตัวหรือเสียหายได้ แสดงให้เห็นว่าการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างนั้น ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และอีกปัจจัยหนึ่งคือปัจจัยภายนอกที่ชี้ให้เห็นว่าการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างนั้น

แผนการจัดซื้อจัดจ้างนั้นไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุคือ การที่หน่วยงานได้รับการจัดสรรเงินงบประมาณระยะเร่งด่วน (งบกลาง) เป็นมาตรการจ้างงาน และกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น ที่ทำให้การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ได้วางแผนนั้น ไม่เป็นไปตามแผน ทั้งในด้านของระยะเวลาในการจัดซื้อจัดจ้างไม่สอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับการจัดสรร ส่งผลกระทบต่อการจัดซื้อจัดจ้างกับงานอื่นอีกด้วย ซึ่งจะส่งผลให้การวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ สอดคล้องกับธัญญา หวันชัยศรี (2554:78) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารพัสดุขององค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน พบว่าการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างบางส่วนมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากการเปลี่ยนตัวผู้บริหารและความต้องการใช้พัสดุเปลี่ยนแปลงหรือแผนไม่มีความชัดเจนจึงทำให้แผนไม่ประสบผลสำเร็จในการจัดทำแผนการจัดซื้อจัดจ้างขององค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน

6. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1. ผู้บริหารองค์กร ควรนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการจัดการเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุทุกด้าน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานพัสดุและส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่พัสดุในองค์กรเกิดแนวคิดในการนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาเป็นโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงขององค์กร เพื่อความยั่งยืนขององค์กรต่อไป
2. หัวหน้างานพัสดุ ควรวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างให้ยืดหยุ่นเพื่อรองรับปัจจัยภายนอกที่อาจจะทำให้ประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุน้อยลงขององค์กรได้
3. หัวหน้างานพัสดุ ควรให้ความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลและรายงานการตรวจสอบพัสดุต่อผู้บริหาร เพื่อแสดงถึงเจตนาในการบริหารจัดการองค์กรอย่างโปร่งใส
4. หัวหน้างานพัสดุ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการให้เจ้าหน้าที่พัสดุรู้จักหน้าที่และความรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของงาน เพื่อเป็นการสร้างความยั่งยืนในองค์กรซึ่งจะส่งผลให้องค์กรมีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากบุคคลภายในและบุคคลภายนอกขององค์กร
5. หัวหน้างานพัสดุ ควรนำกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุเข้ามาใช้ในองค์กรควบคู่ไปกับการคำนึงถึงนโยบายขององค์กรในทุกๆด้าน เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

6.2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุและประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของกลุ่มธุรกิจหรือหน่วยงานราชการอื่นๆ เพื่อให้สรุปครอบคลุมมากขึ้น
2. ควรมีการเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสอบถามแบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ถูกต้อง และก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด
3. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพในการบริหารงานพัสดุ เช่น การบริหารสัญญาเชิงลึก ความพึงพอใจของผู้มาติดต่องานพัสดุ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่และระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) เป็นต้น
4. ควรมีการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารงานพัสดุ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา นิลพัฒน์. (2547). การพัฒนาการดำเนินการควบคุมพัสดุ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานองบัวลำภูเขต 1. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กระทรวงศึกษาธิการ. รายงานการสอบทานผลการตรวจสอบภายใน ตามที่กรมบัญชีกลางกำหนด. (2559).
- กัลยานี ตันนุการ. (2539). การบริหารการเงินของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ ค.ม กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เกียรติสุตา ศุภเวทย์เวหน. (2541). การหาคุณภาพเครื่องมือในวิจัยการศึกษา เชียงใหม่ ภาควิชาประเมินผลและวิจัยการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2547). เอกสารเพื่อพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาระบบราชการ. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- ค่านาย อภิปรักษ์ญาสกุล. (2546). การบริหารการจัดซื้อ” กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- ณัฐธิดา รักษาสิทธิ์. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานพัสดุขององค์กรบริหารส่วนตำบลในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิศภาพพรณ รักษาสิทธิ์พิเศษแสง. (2552). จริยธรรมในการบริหารงานพัสดุ. กรุงเทพมหานคร: อักษรไทย.
- ธัญญา หวันชัยศรี. (2554). ปัจจัยที่มีผลประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ขององค์กรบริหารส่วน จังหวัดลำพูน. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- นภารัตน์ ด่านกลาง. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานของข้าราชการมหาวิทยาลัยศิลปากร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- บรม ศรีสุข. (2549). คำบรรยายวิธีพิจารณาวินิจฉัยข้อหาหรือของ กวพ.และหลักเกณฑ์ส่วนสาระสำคัญของการจัดหาพัสดุของระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535 กับการจัดทำและวิธีการบริหารสัญญาจัดซื้อ-จัดจ้าง ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ.2535. กรุงเทพฯ: นิเวศนิมิตการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประเวศน์ มหารัตน์กุล. (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์แนวทางใหม่. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- พรรัชดา แก้วกัลยา.(2555). การจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบงานพัสดุของหน่วยงาน ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พรอนงค์ บุษราตระกูล. (2547). การลงทุน : พื้นฐานและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาส ทองสุทธิ. (2551). การบริหารจัดการที่ดี. กรุงเทพฯ: อินทภาษ.
- วรรณชัย รังสี. (2550). การบริหารงานพัสดุและสินทรัพย์อย่างมีคุณภาพในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วัชร แสนสิงห์ชัย. (2541). การบริหารพัสดุของสถานศึกษา สังกัดกรมอาชีวศึกษา ในจังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วิเชียร วิทยอุดม. (2547). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมาคมนักบริหารพัสดุแห่งประเทศไทย. (2549). *การปฏิบัติตามระเบียบการพัสดุ พ.ศ. 2535 และ ข้อพึงระวังในการบริหารสัญญา*. กรุงเทพฯ: สมาคมนักบริหารพัสดุแห่งประเทศไทย.
- สมบัติ ธำรงธัญวงศ์. (2540). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์ และการระบวนการ*. กรุงเทพฯ: เอส แอนด์ จี กราฟฟิค.
- สวัสดิ์ กาญจนสุวรรณ. (2542). *หลักการบริหารการศึกษา*. ภูเก็ต: คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2550). *แนวทางการกระจายอำนาจบริหาร และการจัดการศึกษาให้คณะกรรมการ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาตามกฎหมายกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ.2550*. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2542). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542*. กรุงเทพฯ: พรินทวนกราฟฟิค.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2559). *สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด*. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2559, จาก www.mua.go.th/pr_web/known_ohed/university_mua.xls
- อารีย์ คงอำนาจ. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ กรณีศึกษาวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7thed.). New York: John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4thed.). USA: John Wiley & son.
- JEAN-M. O. (2010). *Performance and risks in the defense procurement sector*. Cambridge University Press.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จ ขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย

The Impact of the Efficient Applied Technologies toward Printed Matters Business in Thailand

ศทามาต เหมี่ยมสมบัติ*, นิติพงษ์ สงศ์โรจน์² และสุธีรา พ่วงพรพิทักษ์³
Katamat Ngiamsoombat *, Nitiphong Songsrirote² and Suteera Puangprongpitak³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย จำนวน 92 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t-test F-test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ควรนำผลวิจัยไปใช้ในการกำหนดและพัฒนาแนวทางประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงรูปแบบการปฏิบัติงานด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสามารถแข่งขันกับผู้แข่งขันรายอื่นได้ เกิดความได้เปรียบคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งสร้างความสำเร็จขององค์กรให้สูงขึ้น

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ความสำเร็จขององค์กร และธุรกิจสิ่งพิมพ์

* 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

The research objective was to the Impact of the efficient applied technologies toward printed matters business in Thailand. A questionnaire was used to collect data from 92 managers of printed matter businesses in Thailand. Statistics were used to analyze the data including t-test f-test (ANOVA and MANOVA), multiple correlation analysis, correlation multiple regression analysis, and multiple regression analysis. Results revealed that efficiency of the application of technologies had relationship with and positive effect on the organizational success. Thus, printing business managers should use the research result to develop the application of technologies so that employees can understand the way to operate with the application of technologies and accept the changes. As a result, the organization can compete with other companies and respond to the costumer's needs to make the organization become more successful.

Keywords : Technology Implementation Efficiency, Organization Success, Publication Business

1. บทนำ

สิ่งพิมพ์เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในปัจจุบัน และสามารถพบได้ทั่วไปเกือบทุกหนทุกแห่ง เนื่องจากเป็นสื่อที่เผยแพร่ได้อย่างรวดเร็ว หลากหลายและน่าสนใจ จัดทำได้ครั้งละจำนวนมาก และมีแหล่งผลิตรองรับจำนวนมาก โดยเฉพาะด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าในปัจจุบันทำให้การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น พร้อมตอบสนองความต้องการที่หลากหลายรูปแบบของผู้บริโภค บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่พบได้ในงานต่างๆ เช่น งานด้านสื่อมวลชน งานด้านการศึกษา ธุรกิจหรือโฆษณา งานด้านการเงินและการธนาคาร ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีก เป็นต้น (ปิยะฉัตร ธนภัทรภูวานนท์, 2556 : เว็บไซต์) ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยมีการเติบโตไปพร้อมกับค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่สูงขึ้น รวมทั้งความเจริญก้าวหน้าด้านการศึกษาของคนในประเทศหรือจะเป็นงานในด้านอื่นๆ ทำให้ความต้องการใช้สิ่งพิมพ์เพิ่มมากขึ้น ตลาดสิ่งพิมพ์ขยายตัวตามมา และการแข่งขันมีสูงขึ้น นอกจากนี้สิ่งพิมพ์ของไทยยังมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ โดยประเทศนำเข้าสิ่งพิมพ์จากไทยที่สำคัญ ได้แก่ ฮองกง ญีปุ่น มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย ซึ่งส่งผลให้มีรายได้เข้าสู่ประเทศตามมา (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554 : เว็บไซต์)

ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Technology Implementation Efficiency) เป็นการทำงานโดยการนำความรู้ทางเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานให้มีผลดียิ่งขึ้น การนำเอาเทคโนโลยีมาใช้นั้นก็ต้องการไปตามลักษณะของงานแต่ละอย่าง ซึ่งการนำเอาเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้มีองค์ประกอบสำคัญ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า (Modern Technology Application in Production) 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการออกแบบสินค้า (Technology Application in Product Design) 3) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าหรือการบริการ (Technology Application in Product Promoting and Service) 4) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ (Technology Application in Managing System) และ 5) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง (Technology Application in Transportation System) (มานาทิพย์ ไคว่สกุล, 2554 : 21-24) จึงถือว่าปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งต่อธุรกิจ อุตสาหกรรม และการค้าระหว่างประเทศ โดยเพิ่มสมรรถนะการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูง

มีความรวดเร็วต่อความต้องการของตลาดและต้นทุนการผลิตที่ต่ำ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จขององค์กรได้ตามมา

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นความสามารถในการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยต้องมีการวัดผลหรือประเมินผลลัพธ์มาเปรียบเทียบกับ เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย ความสามารถในการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร มุ่งเน้นการวัดความสำเร็จ ในระดับบุคคล ระดับหน่วยงาน ระดับแผนก และระดับฝ่าย ซึ่งนโยบายการทำงานที่เน้นวัดความสำเร็จนี้ได้ส่งผล ให้บุคลากรต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอย่างเต็มที่เพื่อให้ก้าวทันรูปแบบการทำงานที่ปรับเปลี่ยนไป โดยการพัฒนา ที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางก็คือการพัฒนาทีมงานให้เป็นทีมงานประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพื่อนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย มุ่งสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งบริหารเพื่อสร้างคุณค่า โอกาส ในการพัฒนาศักยภาพให้สูงขึ้นในองค์กร การวัดความสำเร็จขององค์กรนั้นสามารถวัดจากมืองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 61-107) ได้แก่ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspectives) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) 4) ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร (Learning and Growth Perspectives) จากที่กล่าวมา 4 ด้าน ข้างต้นนี้ ก็เป็นการวัดความสำเร็จขององค์กรที่ครอบคลุมมีความสมดุล ทั้งด้านการเงินและด้านที่มีใช้การเงินขององค์กร

ธุรกิจสิ่งพิมพ์ (Publication Business) เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีขนาดใหญ่และมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ซึ่งธุรกิจสิ่งพิมพ์เป็นธุรกิจที่มีขอบเขตกว้างขวาง ครอบคลุมถึงสินค้าในหลายลักษณะ หลายรูปแบบ คือ ลักษณะงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่ผลิตออกมา การจำหน่ายและการตลาดของสิ่งพิมพ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน ซึ่งการดำเนินงานในธุรกิจสิ่งพิมพ์ประกอบไปด้วยการรับงาน แหล่งที่มาของงาน การใช้แรงงาน และการสต็อกของวัตถุดิบที่ใช้ในการพิมพ์ (เสาวลักษณ์ จิตติมงคล, 2543 : 1) ในด้านการบริหารงานของธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้นจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจเพื่อรับรองความต้องการบริโภคสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นทุกปี รวมทั้งแนวโน้มการพัฒนาสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ที่มีเทคโนโลยีและการใช้ความรู้เป็นฐานการพัฒนา ทำให้ต้องเร่งเตรียมพร้อมทั้งการสร้างระบบกลไก และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถปรับตัวก้าวสู่ระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ได้อย่างเท่าทัน และรวดเร็ว ปัจจุบันก็มีการพัฒนาขึ้นมาเรื่อยๆ เป็นลำดับ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันนี้มีเทคโนโลยีทัดเทียมกับต่างประเทศคุณภาพของงานพิมพ์ก็ไม่ด้อยไปกว่าของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศชั้นนำทั้งหลายมีเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ที่ทันสมัยและระยะเวลาในการผลิตสั้นลงกว่าโรงพิมพ์ในยุคก่อนๆ ราคาค่าจ้างพิมพ์ต่ำลงกว่าแต่ก่อน และถือว่าเป็นราคาที่ถูกลงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงการเจริญเติบโตของธุรกิจสิ่งพิมพ์ขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของตลาดสำหรับงานพิมพ์ประเภทรับจ้าง ส่วนงานพิมพ์ที่เป็นของโรงพิมพ์เอง เช่น นิตยสาร หนังสือต่างๆ และเมื่อไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะทำให้ตลาดใหญ่ขึ้นและการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์จะช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หนังสือเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรมมีความต้องการสูง ทำให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยต้องมีการปรับตัวและปรับปรุงการดำเนินงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ (ศรีรัตน์ รัชสุพานะ, 2555 : เว็บไซต์) จากการที่เทคโนโลยีการพิมพ์ในปัจจุบันมีความทันสมัยมากขึ้น มีความเจริญก้าวหน้าอย่างมากและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และธุรกิจสิ่งพิมพ์ยังมีการแข่งขันรุนแรงมากขึ้น ทำให้บุคคลหรือองค์กรที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับความเปลี่ยนแปลงนี้ต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ทันอยู่ตลอด และปัจจัยที่จะทำให้ปรับตัวได้ก็มีอยู่หลายๆ ปัจจัย ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อ ความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถไปเป็นข้อมูลในการ พัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อก่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพและ เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จภายในองค์กรธุรกิจ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจ สิ่งพิมพ์ในประเทศไทยผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

2.1 ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Technology Implementation Efficiency) โดยใช้แนวคิด เทคโนโลยีการผลิตสินค้าและบริการ (มานาทิพย์ ไคว่สกุล, 2554 : 21-24) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการออกแบบสินค้า (Technology Application in Product Design) หมายถึง การนำความรู้และเครื่องมืออุปกรณ์มาช่วยให้มีการคิดค้นหรือประดิษฐ์รูปแบบของสินค้า ทำให้ได้สินค้า และบริการที่มีรูปแบบใหม่ๆ หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อได้ตามความต้องการและพึงพอใจมากที่สุด

2.1.2 ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า (Modern Technology Application in Production) หมายถึง การใช้เครื่องมือ เครื่องจักร สิ่งพิมพ์ การผลิตสินค้าและบริการจำนวนมากขึ้นในเวลารวดเร็ว มีปริมาณเพียงพอต่อการบริโภค และลดต้นทุนการผลิต เพราะเทคโนโลยีช่วยลดแรงงานหรือกำลังคนและลดเวลา การผลิต แต่ได้ปริมาณสินค้าและบริการมาก

2.1.3 ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและการให้บริการ (Technology Application in Product Promoting and Service) หมายถึง การใช้คอมพิวเตอร์และสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยในการขายสินค้า และสั่งซื้อสินค้าต่างๆ โดยผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ ทำให้ผู้บริโภค สามารถรับทราบถึงรายละเอียดของสินค้าได้มากขึ้นหรือสามารถสั่งซื้อสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว

2.1.4 ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ (Technology Application in Managing System) หมายถึง การทำงานที่มีประสิทธิภาพ เป็นระบบ รวดเร็ว เช่น การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในสำนักงานเพื่อจัดเก็บเอกสาร หรือค้นหาข้อมูล เป็นต้น

2.1.5 ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง (Technology Application in Transportation System) การใช้รายการด้านการขนส่งสมัยใหม่เข้ามาช่วยในกระบวนการขนส่งวัตถุดิบในการผลิตรวดเร็วขึ้น หรือขนส่งสินค้า และบริการไปถึงผู้บริโภคได้สะดวกรวดเร็วขึ้น

2.2 ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) โดยใช้แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลย ภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ของพสุ เดชะรินทร์ (2548 : 61-107) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานและการบริหารของ กิจการมีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้ ความสามารถในการทำกำไร การเติบโต และมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น การลดลงของต้นทุนหรือการเพิ่ม การบรรลุมิติวัตถุประสงค์ทางการเงิน

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ในการตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การรักษาลูกค้าเดิมของกิจการ การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพของกิจการ

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ของกระบวนการที่สามารถเทียบยื่นข้อเสนอดังกล่าว ทางด้านคุณค่าที่จะดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ ได้แก่ การดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร (Learning and Growth Perspectives) หมายถึง ผลลัพธ์ของกระบวนการที่นำมาแก้ปัญหาหรือพัฒนากระบวนการเรียนรู้หรือองค์ความรู้ของกิจการ ได้แก่ การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษานักงานที่มีคุณภาพวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ และการมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี

การศึกษาวิจัย ผลกระทบของประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานของการวิจัย ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย จำนวน 1,866 คน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557 : เว็บไซต์) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random) โดยดำเนินการ 1) จำแนกผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ตามภูมิภาค 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ตามสัดส่วน 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2 โดยใช้วิธีการจับฉลาก ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ ตั้งแต่วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2557 จำนวน 320 ชุด ตามชื่อที่อยู่ของธุรกิจสิ่งพิมพ์โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์พร้อมทั้งขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามโดยกำหนดระยะเวลาให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถามเมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 50 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ติดตามโดยการสอบถามทางโทรศัพท์ กลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ส่งกลับมา พร้อมทั้งส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ตอบกลับมาอีกครั้ง จำนวน 245 ฉบับ และเมื่อครบกำหนด 21 เมษายน 2557 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาเพิ่มอีกจำนวน 42 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 92 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 666 วัน ซึ่งมีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 28.75 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับ การนำเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในองค์กรเพื่อให้งานได้มาตรฐาน กิจการมุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีมาใช้กระบวนการการผลิตเพื่อให้การผลิตมีความรวดเร็ว ทันเวลา ตามความต้องการของผู้บริโภค กิจการเชื่อมั่นว่าการนำวิทยาการทางการผลิตที่ทันสมัยจะช่วยให้กิจการสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้ กิจการสนับสนุนให้มีการจัดหาเครื่องมือ-อุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อช่วยปรับปรุงการเพิ่มผลผลิตและทำให้การบริหารจัดการที่ดีขึ้น กิจการมุ่งมั่นให้มีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพื่อลดความผิดพลาดและเพิ่มความเที่ยงตรงของการผลิต 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีใน

การออกแบบสินค้า ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการนำโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ มาช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ความหลากหลายและตอบสนองต่อลูกค้าได้มากขึ้น ให้ความสำคัญกับการนำเอาเครื่องจักร วัสดุ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของการใช้งานของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการสร้างรูปแบบสินค้าที่แปลกใหม่และมีต้นทุนการผลิตที่ลดลงให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ออกแบบเพื่อให้เกิดชิ้นงานที่แข็งแรงทนทาน คุ่มค่า และมีการออกแบบสินค้าที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้

3) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและการให้บริการ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าและบริการผ่านทางโทรทัศน์ การขายสินค้าและบริการผ่านทางโทรศัพท์ เชื่อมว่าการขายสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเป็นการเพิ่มรายได้ สนับสนุนให้มีการโฆษณาสินค้าและบริการผ่านทางวิทยุ

4) ด้านการใช้เทคโนโลยีใช้ในการจัดการ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้จะช่วยลดค่าใช้จ่าย ช่วยให้ผู้ธุรกิจลดเวลา แรงงานค่าใช้จ่ายในการทำงานลง การวางแผนปฏิบัติการ มีประวัติข้อมูลต่อเนื่องบ่งชี้แนวโน้มของการดำเนินการว่าจะไปแนวทางใด การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ช่วยในการวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นเพื่อหาวิธีควบคุม การนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศสิ่งพิมพ์ได้อย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์เพื่อประกอบการตัดสินใจ และ 5) ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยี GPS มาช่วยการขนส่งสินค้าและตรวจสอบระบบการจัดส่งสินค้า การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบทางน้ำเพื่อมาช่วยส่งสินค้าในระยะทางไกลๆ การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบทางรถยนต์เพื่อบริการได้ถึงที่โดยไม่มีการขนถ่าย การขนส่งสินค้าและวัตถุดิบทางรถไฟมาช่วยเพื่อขนส่งได้ปริมาณมากและมีน้ำหนักมาก

ความสำเร็จขององค์กร เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงได้อย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ลดความซ้ำซ้อนหรือการกระทำที่เปล่าประโยชน์ส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ จัดสรรทรัพยากรต่างๆ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ภายใต้งบประมาณที่เหมาะสม การมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) ด้านลูกค้า ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ลูกค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา การแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ลูกค้าเก่าควบคู่กันไปอย่างต่อเนื่อง การนำคำแนะนำติชมของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการบริการให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านกระบวนการภายใน ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อสู่การเป็นผู้นำในการให้บริการแก่ลูกค้า การพัฒนาทักษะในการทำงานเป็นทีมของพนักงานเพื่อการเชื่อมโยงกระบวนการทำงานของแต่ละฝ่าย กระบวนการในการดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อนำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ การนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตและการบริการเพื่อการเรียนรู้และพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เช่น การฝึกอบรม และพัฒนาฝีมือพนักงานในองค์กร นำกลยุทธ์การบริหารเข้ามาปรับใช้ในองค์กร โดยมีการฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้ มีความเข้าใจและสามารถปรับใช้กลยุทธ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม การปรับเปลี่ยนหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและสามารถทำงานแทนกันได้อยู่เสมอ และปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้

ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.661-0.912 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.800-0.885 ซึ่งสอดคล้องกับ ไพศาล วรคำ (2552 : 292) ได้กล่าวว่าการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ค่าแอลฟาที่ใช้ควรมากกว่า 0.6 จึงเป็นค่าที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-toal Correlation ซึ่งประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.307-0.918 และความสำเร็จขององค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.358-0.806 ซึ่งสอดคล้องกับ รังสรรค์ มณีเล็ก และคณะ (2546 : 35) ที่เสนอว่าค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.3 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี กับความสำเร็จขององค์กร ซึ่งเขียนเป็นสมการ ดังนี้

$$\text{สมการ OGS} = \beta_0 + \beta_1\text{PRD} + \beta_2\text{DES} + \beta_3\text{ADD} + \beta_4\text{MAN} + \beta_5\text{TRA} + E$$

เมื่อ OGS หมายถึง ความสำเร็จขององค์กร

PRD หมายถึง ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า

DES หมายถึง ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการออกแบบสินค้า

ADD หมายถึง ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและการให้บริการ

MAN หมายถึง ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ

TRA หมายถึง ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมขององค์กรของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย

ตัวแปร	OGS	PRD	DES	ADD	MAN	TRA	VIF
$\bar{X}$	3.64	3.83	3.58	2.75	3.76	3.01	
S.D.	0.41	0.59	0.65	0.76	0.57	0.82	
OGS	-	0.358*	0.422*	0.338*	0.516*	0.452*	
PRD		-	0.482*	0.107	0.153	0.046	1.311
DES			-	0.212*	0.286*	0.197	1.411
ADD				-	0.376*	0.566*	1.561
MAN					-	0.362*	1.270
TRA						-	1.544

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระ แต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี มีค่าตั้งแต่ 1.270–1.561 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กร โดยรวม (OGS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.338–0.516 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสร้างสมการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OGS) ได้ดังนี้

$$OGS = 1.384 + 0.147PRD + 0.105DES - 0.007ADD + 0.237MAN + 0.148TRA + E$$

ซึ่งจากสมการที่ได้นี้ สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จขององค์กร โดยรวม (OGS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 14.001$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.417 (ตาราง 2) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีแต่ละด้าน กับตัวแปรตามความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OGS) ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของธุรกิจสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย

ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.384	0.288	4.800*	0.000
ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า (PRD)	0.147	0.063	2.336*	0.022
ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการออกแบบสินค้า (DES)	0.105	0.060	1.762	0.082
ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและการให้บริการ (ADD)	-0.007	0.054	-0.137	0.891
ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ (MAN)	0.237	0.064	3.688*	0.000
ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่ง (TRA)	0.148	0.050	2.986*	0.004
$F = 14.001$ $p = 0.000$ $Adj R^2 = 0.417$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้านการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม และด้านลูกค้า เนื่องจากหากกิจการมีเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา และเหมาะสมต่อการผลิตขององค์กรก็จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตประหยัดเวลาในการผลิตมีความเที่ยงตรง และแม่นยำและผิดพลาดน้อย รวมทั้งกำหนดราคาที่เหมาะสมได้ดี

ขึ้น ซึ่งตอบสนองความต้องการและสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้าได้ ก่อให้เกิดรายได้แก่กิจการตามมา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ ทัศนารุ่งเรือง (2546 : 111) พบว่า โรงพิมพ์ที่มีเครื่องจักรอุปกรณ์ครบถ้วนและทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จะทำให้โรงพิมพ์สามารถผลิตงานพิมพ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นความเร็ว ความถูกต้อง ความสวยงามแล้วแต่ต้องอาศัยปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ที่ทันสมัยและเหมาะสมต่อการผลิต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรวัฒน์ สายท้อม (2545) พบว่า โรงพิมพ์สามารถเพิ่มผลผลิตได้ดีต้องอาศัยเครื่องจักรที่มีความสามารถตรงกับงานที่รับมาพิมพ์ มีความทันสมัย มีประสิทธิภาพการใช้งานสูง และมีเครื่องจักรครบวงจรสำหรับงานที่พิมพ์ 2) ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโตขององค์กร เนื่องจาก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีช่วยสนับสนุนกิจกรรมในการบริหารจัดการ หรือการดำเนินงานขององค์กรมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้บริหารทั้งในด้านการวางแผน และในการติดต่อประสานงานภายในองค์กรที่รวดเร็วขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกและลดความไม่แน่นอนในการทำงานลง ซึ่งช่วยสนับสนุนให้มีการตัดสินใจในการดำเนินงานดีขึ้น และส่งผลให้การปฏิบัติงานที่ดีขึ้น นอกจากนี้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในปัจจุบันยังช่วยให้ผู้บริหาร และพนักงานมีการเรียนรู้และประยุกต์ได้เหมาะสมอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการเรียนรู้และการพัฒนาในองค์กรขึ้นตามมาซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schary and Coakley (1991) พบว่า ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กร นอกจากจะทำให้ความไม่แน่นอนในการทำงานขององค์กรลดลงและมีการดำเนินงานดีขึ้น ยังสามารถสนับสนุนการสื่อสารข้อมูลและสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้วยช่องทางการสื่อสารอันมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้โครงสร้างองค์กรมีสายการบังคับบัญชาที่สั้นลง เนื่องจาก ไม่ต้องพึ่งพาบุคลากรสำหรับดำเนินงานด้านการสื่อสารโดยไม่จำเป็น อีกทั้งยังทำให้การสื่อสารระหว่างองค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การประสานงานระหว่างองค์กรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นตามไปด้วย 3) ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการขนส่งมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการเงิน และด้านกระบวนการภายใน เนื่องจาก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง จะช่วยให้เกิดการประสานงานที่ดีขึ้น สะดวกและรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้เกิดการทำงานของพนักงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและยังช่วยลดต้นทุน และลดความเสี่ยงในการดำเนินงานด้านการขนส่งขององค์กรลง อันจะทำให้มีความสำเร็จในการดำเนินงานที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ชัย จิตตะมัย และวิจัย บุญญานุสิทธิ์ (2552: 160) พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศได้กลายมาเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการสนับสนุนกิจกรรมโลจิสติกส์ เพราะก่อให้เกิดการประสานงานในแต่ละหน่วยงานภายในองค์กรและระหว่างองค์กร ทำให้สามารถมองเห็นการไหลเวียนของข้อมูลสารสนเทศได้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเอื้อประโยชน์ในการตอบสนองของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งยังก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่ดีขึ้นและช่วยทำให้อัตราต้นทุนขององค์กรลดลง

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้สนใจสามารถศึกษาในประเด็นที่แตกต่างในด้านต่างๆ ดังนี้ ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงรูปแบบการปฏิบัติงาน ด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการสนับสนุนใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพสำเร็จลุล่วง ควรส่งเสริมและให้ความสำคัญการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตสินค้า การใช้เทคโนโลยีใน

การออกแบบสินค้า การใช้เทคโนโลยีช่วยในการโฆษณาสินค้าและการให้บริการ การใช้เทคโนโลยีในการจัดการให้มีประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นเพื่อสร้างความสำเร็จขององค์กรให้สูงขึ้น ให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จขององค์กร เพื่อใช้พิจารณาในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และสร้างแนวทางในการสร้างความสำเร็จขององค์กร ให้มีระดับที่สูงขึ้น ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา เพื่อให้ธุรกิจเกิดการพัฒนาและความมั่นคง

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนา เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้เกิดความได้เปรียบคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการที่จะเกิดขึ้นได้ เพื่อให้ธุรกิจเกิดการพัฒนาและมีความมั่นคง

6. สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจสิ่งพิมพ์ควรนำผลวิจัยไปใช้ในการกำหนดและพัฒนาแนวทางประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ให้มีประสิทธิภาพที่มากขึ้น เพื่อให้พนักงานเข้าใจถึงรูปแบบการปฏิบัติงานด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปและยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสามารถแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นได้ เกิดความได้เปรียบคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งสร้างความสำเร็จขององค์กรให้สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ปิยะฉัตร ธนภัทรภูวนันท์. (2556). บทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2557, จาก <http://blog.msu.ac.th/?p=18547>.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). เส้นทางจากกลยุทธ์ปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ชัย จิตตะมัย และวิจัย บุญญานุสสิทธิ. (2552). ผลกระทบในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อต้นทุนโลจิสติกส์ในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 3(2), 143-163.
- ไพศาล วรคำ. (2552). การวิจัยทางการศึกษา. กอฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์.
- รังสรรค์ มณีเล็ก, วรณดี แสงประทีปทอง, บุญศรี พรหมมาพันธุ์, บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์, ทศนีย์ ขาดไทย, กัญญา ลินทรตันศิริกุล, กานดา พูนลาภทวี, ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, พิศเพลิน เขียวหวาน, จินตนา ธนวิบูลย์ชัย, ภาวณี ศรีสุขพัฒนานันท์, สุจิตรา หังสพฤกษ์, นवलเสน่ห์ วงศ์เชิดธรรม, เบญจภรณ์โหดรวานนท์, สุพัคตร์ พิบูลย์, พิมพา สมใจ, ชาญวิทย์ เทียมบุญประเสริฐ. (2546). การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการประเมินการศึกษา. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มานาทิพย์ ไควสกุล. (2554). เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการ. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
- เสาวลักษณ์ จิตติมงคล. (2543). คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก ตามความต้องการของสถานประกอบการ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- ศิริรัตน์ รัชฎาปะนะ. (2555). WTO รายงานผลการพิจารณาข้ออุทธรณ์กรณีพิพาทเรื่องสินค้าบุหรืของฟิลิปปินส์. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์.

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *ธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทย*. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2557, จาก

https://www.google.co.th/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwikv_LTrdbSAhXIRI8KHSSQDQMqFggiMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.ditp.go.th%2Fcontents_attach%2F83467%2F83467.pdf&usg=AFQjCNF8ueIW1HIRKqhqzC0ruW80KRdtQQ.

วัยวัฒน์ สายท่อม. (2545). *การศึกษาตัวแปรในกระบวนการผลิตของสิ่งพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต: กรณีศึกษาโรงพิมพ์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาครุศาสตร์เทคโนโลยี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *ทิศทางธุรกิจสิ่งพิมพ์ไทยในบริบทเศรษฐกิจโลก*.

ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2557, จาก <http://www.smeservicecenter.net/public/uploads/p13758484725122461112.pdf>.

สมศักดิ์ ทัศนรุ่งเรือง. (2546). *การศึกษาปัญหาของผู้เลือกใช้บริการโรงพิมพ์ ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร*.

วิทยานิพนธ์. ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

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

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). New York : John Wiley and Sons.

Schary, P. B., & Coakley, J. (1991). Logistics organization and the information system. *The International Journal of Logistics Management*, 2(2), 22-29.

ความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนและผลตอบแทนที่ผิดปกติของบริษัท ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between Intangible Assets and Abnormal Returns of Listed Companies in the Stock Exchange of Thailand

ศรัณยู เทศศรีเมือง¹ และ กนกอร แก้วประภา²

SarunyooThessrimuang¹ and Kanok-on Kaewprapa²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติ โดยใช้ข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ปี 2556 – 2558 ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 460 บริษัท และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอย พหุคูณ ผลการศึกษา พบว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้ มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติเนื่องจากสินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นสามารถใช้พยากรณ์กำไรในอนาคตได้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้ (ค่าความนิยม) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติ เนื่องจากค่าความนิยมในมุมมองนักลงทุนไม่ได้ก่อให้เกิดกระแสเงินสดเหมือนสินทรัพย์อื่นๆ ดังนั้นนักลงทุนควรให้ความสำคัญกับสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนได้

คำสำคัญ: ตลาดหลักทรัพย์ สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ค่าความนิยม ผลตอบแทนที่ผิดปกติ

¹นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

²Master student, Master of Business Administration, Kasetsart University Chalermphrakiat SakonNakhon Province Campus

³อาจารย์ประจำสาขาการบัญชี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

⁴An Accounting Lecturer of Faculty of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University Chalermphrakiat SakonNakhon Province Campus.

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationship between intangible assets and abnormal returns of listed companies in The Stock Exchange of Thailand from year 2013 to 2015. The samples were 460 companies. The statistics used for analyzing data include mean, percentage, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis. The results indicated that combined Intangible assets were positively correlated with abnormal returns because intangible assets can be used for earnings forecast Intangible assets are unspecified as Goodwill had no relationship with abnormal returns Therefore, from the perspective of investor, Goodwill did not increase cash flows and other assets. Investors should set priority to invest in intangible assets, Which increase returns on their investment.

Keywords : Stock exchange, Intangible assets, Goodwill, Abnormal return.

1. บทนำ

จากอดีตจนถึงปัจจุบันการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามทิศทางการเติบโตทางเศรษฐกิจ และนอกจากนี้ยังมีจำนวนบริษัทที่จดทะเบียนเพิ่มมากขึ้น ทำให้ตลาดหลักทรัพย์มีสินค้าที่หลากหลายและเป็นทางเลือกให้กับนักลงทุนมากขึ้น แต่ทั้งนี้เนื่องจากราคาหลักทรัพย์ที่มีการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์จะขึ้นลงตามภาวะของเศรษฐกิจ ถือได้ว่าเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูง โดยภาวะที่เกิดขึ้นมักจะเกิดจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางการเมือง ปัจจัยภายนอก และยังขึ้นกับปัจจัยอื่นๆ เช่นผลตอบแทน อัตราความเสี่ยง การประกาศผลการดำเนินงาน การประกาศจ่ายเงินปันผล เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับสินทรัพย์ที่มองเห็นและจับต้องได้อีกต่อไป แต่กลายเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ซึ่งไม่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น ความรู้ทางปัญญา โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สิทธิตามใบอนุญาต เครื่องหมายการค้า เป็นต้น โดยสินทรัพย์เหล่านี้เป็นสินทรัพย์ที่มีค่าต่อกิจการซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกิจการในอนาคตอย่างยาวนาน เช่น ถ้าบริษัทไหนมีเครื่องหมายการค้าเป็นของตัวเอง และเครื่องหมายการค้าเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายก็จะส่งผลให้กิจการสามารถหาประโยชน์จากสินทรัพย์เหล่านั้นได้เพิ่มขึ้น

จากความสำคัญของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน จึงทำให้ทางสภาวิชาชีพบัญชี ได้กำหนดมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 38 (ปรับปรุง 2555) เรื่องสินทรัพย์ไม่มีตัวตน เพื่อเป็นมาตรฐานในการรับรู้ วัดมูลค่า และนำเสนอข้อมูลทางการเงินอย่างมีแบบแผน สามารถสะท้อนถึงผลการดำเนินงาน และแสดงถึงฐานะการเงินของกิจการได้มากขึ้น โดยมาตรฐานได้กำหนดให้สินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นต้องสามารถระบุได้ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกิจการ และก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตได้จึงจะสามารถรับรู้เข้าสู่งบการเงินได้ ในขณะที่สินทรัพย์ไม่มีตัวตนบางประเภทที่ไม่สามารถรับรู้และวัดมูลค่าได้กำหนดให้กิจการต้องเปิดเผยข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงินเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของตลาดหลักทรัพย์ที่ได้กำหนดรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่เผยแพร่สู่สาธารณชนให้แก่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ลงทุนมีข้อมูลเพียงพอในการตัดสินใจลงทุนเพื่อประโยชน์ต่อการซื้อขายหลักทรัพย์ ซึ่งมักจะพิจารณาถึงความเหมาะสมของราคาหลักทรัพย์ที่จะลงทุนซื้อขาย โดยทำการเปรียบเทียบมูลค่าที่แท้จริงกับราคาตลาดของหลักทรัพย์ ณ ขณะนั้น

อย่างไรก็ตาม แม้ว่างบการเงินเป็นส่วนสำคัญที่จะให้ข้อมูลสินทรัพย์ต่างๆ โดยเฉพาะสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถบ่งบอกถึงประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตที่อาจส่งผลกระทบต่อกระแสเงินสดและผลตอบแทนที่คาดหวังของนักลงทุนได้ แต่หากงบการเงินมีการตกแต่งตัวเลขเพื่อผลประโยชน์ต่อกิจการ ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้งบการเงินเข้าใจฐานะการเงินและผลการดำเนินงานที่ผิดพลาดเช่น การเพิ่มขึ้นในยอดคงเหลือในบัญชีสินทรัพย์ไม่มีตัวตนอย่างผิดปกติ อาจเป็นสัญญาณบ่งบอกว่ากิจการอาจกำลังตั้งรายจ่ายในสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นค่าใช้จ่ายรอตัดบัญชี เนื่องจากรายได้ที่กิจการทำได้ไม่เพียงพอต่อการที่จะชดเชยรายจ่ายดังกล่าวหากมีการตัดเป็นค่าใช้จ่ายในงวดที่เกิดขึ้นเป็นการบริหารกำไรในแต่ละไตรมาสเพื่อผลที่ต้องการนักลงทุนไม่ควรมองข้ามข้อมูลบัญชีที่สำคัญอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนที่แท้จริงที่จะได้รับในปัจจุบันและช่วยสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของกิจการในอนาคต โดยผู้ใช้งบการเงินควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ ในงบการเงินให้ละเอียดมากขึ้นเพื่อให้ข้อมูลที่มีอยู่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตัดสินใจลงทุนได้เหมาะสมมากขึ้น

ผลตอบแทนที่ผิดปกติคือผลต่างของผลตอบแทนที่แท้จริงกับ ผลตอบแทนที่คาดหวัง ซึ่งเกิดจากหลายสาเหตุด้วยกันเช่น บริษัทจดทะเบียนมีการประกาศข่าวกำไรในรอบไตรมาสที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงในอัตราดอกเบี้ยหรือปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสนใจอย่างมากเพราะเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจทำให้นักลงทุนได้รับผลตอบแทนส่วนเกินจากการขายหลักทรัพย์สูงกว่าราคาที่ซื้อเข้ามา จากงานวิจัยในอดีตพบว่า เมื่อธุรกิจประกาศกำไรจะส่งผลให้ผลตอบแทนที่ผิดปกติปรับตัวสูงขึ้น หากกำไรลดลงจะทำให้ผลตอบแทนที่ผิดปกติลดลง ทำให้นักลงทุนมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อข่าวสารดังกล่าว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กำไรทางบัญชี ณ งวดปัจจุบัน สามารถใช้เป็นตัวแทนการประมาณการกำไรในอนาคตได้ (Ball and Brown, 1968) และกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานสามารถอธิบายผลตอบแทนที่ผิดปกติ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักลงทุนในการคาดหวังผลตอบแทนจากการลงทุน (Yoon and Miller, 2003) และในระยะเวลาต่อมาจึงเริ่มมีผู้สนใจศึกษาถึงข้อมูลทางการเงินอื่นๆ กับผลตอบแทนที่ผิดปกติ มากขึ้น โดยเฉพาะสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ แต่มีผลต่อการพยากรณ์กระแสเงินสดที่ใช้ในการประเมินราคาหลักทรัพย์และมีผลต่อการเจริญเติบโตของกิจการในอนาคต

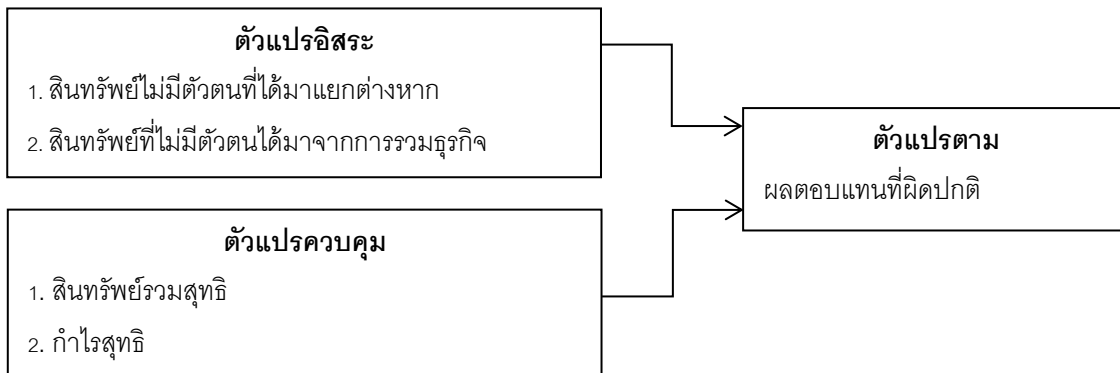
ดังนั้น การศึกษานี้จึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยแบ่งสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาแยกต่างหากประกอบไปด้วย สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาจากการรวมธุรกิจ ประกอบไปด้วย ค่าความนิยม โดยนำมาทดสอบความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติซึ่งเป็นผลตอบแทนจากความคาดหวังของนักลงทุนหลังจากการใช้ข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

ในการศึกษานี้สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้ กับ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้ ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และ ผลตอบแทนที่ผิดปกติถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์สามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของของความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติ



2.1 สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน หมายถึงที่ไม่เป็นตัวเงินที่ระบุได้ และไม่สามารถจับต้องได้ และสามารถวัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ โดยสินทรัพย์ไม่มีตัวตน จะต้องสามารถแสดงให้เห็นว่ารายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ คือ ต้องสามารถระบุได้ซึ่งจะต้องแยกออกจากค่าความนิยมอย่างชัดเจน สามารถแยกเป็นเอกเทศได้ หรือได้มากจากการทำสัญญาหรือสิทธิทางกฎหมายอื่นๆ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของกิจการ และต้องก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตได้ ซึ่งกิจการต้องรับรู้รายการและการวัดมูลค่า ไว้ 2 วิธีคือ วิธีราคาทุนและวิธีตีราคาใหม่ และกิจการต้องเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญต่างๆ ในงบการเงิน เช่น อายุการให้ประโยชน์และอัตราการตัดจำหน่าย วิธีการตัดจำหน่าย เป็นต้น

ทั้งนี้กิจการอาจแบ่งพิจารณาตามลักษณะของการได้มาสินทรัพย์ โดยแบ่งพิจารณาตามลักษณะการได้มาของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนดังนี้

1. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาแยกต่างหาก
2. สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนได้มาจากการรวมธุรกิจ
3. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้จากการอุดหนุนของรัฐบาล
4. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้จากการแลกเปลี่ยน
5. สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่เกิดขึ้นภายใน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาแยกต่างหากคือสินทรัพย์ที่ได้จากการซื้อโดยใช้เงินสดหรือสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงินอื่นๆ ซึ่งจะสามารถระบุราคาได้อย่างชัดเจน เช่น สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า และสามารถ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาจากการรวมธุรกิจ คือค่าความนิยม ซึ่งเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถแยกเป็นเอกเทศได้ซึ่งจะได้มาพร้อมกับการซื้อธุรกิจและต้องรับรู้ด้วยมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ซื้อ

ค่าความนิยม หมายถึง คุณค่าที่เกิดขึ้นภายในกิจการ ซึ่งเป็นความสามารถในการหารายได้มากกว่ากิจการที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน อาจเกิดจากประสิทธิภาพในการผลิตดีกิจการมีการค้าขายมานานทำให้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือของบุคคลทั่วไป สถานที่ตั้งที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า กิจการต้องวัดมูลค่ายุติธรรม ณ วันที่ซื้อและต้องเปิดเผยข้อมูลเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถประเมินลักษณะและผลกระทบทางการเงินจากการซื้อธุรกิจได้

ผู้ศึกษาได้ศึกษาเฉพาะ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาแยกต่างหาก และ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนได้มาจากการรวมธุรกิจ เนื่องจากสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้จากการอุดหนุนของรัฐบาลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้จากการแลกเปลี่ยน และ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่เกิดขึ้นภายใน กิจกรรมไม่ได้เปิดเผยไว้ในงบการเงินหรือหมายเหตุประกอบงบการเงิน

2.2 ผลตอบแทนที่ผิดปกติ

แนวคิดของการวัดผลตอบแทนผิดปกติเกิดจากการศึกษาถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของหลักทรัพย์นั้นหรือไม่ เช่นการประกาศเงินปันผลจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์หรือไม่ ซึ่งหากต้องการวัดผลตอบแทนเกินปกติซึ่งเป็นผลจากเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งโดยผลตอบแทนผิดปกติ (Abnormal Return) สามารถคำนวณได้จาก Market-Adjusted Returns Model ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิธีที่สะดวกและมีความสามารถในการหาค่าผลตอบแทนเกินปกติได้อย่างเหมาะสม (Brown and Warner, 1980)

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - R_{m,t}$$

$AR_{i,t}$ คือ อัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติของแต่ละเวลา t

$R_{i,t}$ คือ ผลตอบแทนหลักทรัพย์ของหุ้น i ณ เวลา t

$R_{m,t}$ คือ อัตราผลตอบแทนของตลาด ณ วันที่ t

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุได้และระบุไม่ได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับกำไรในอนาคต ค่าความนิยมที่เกิดจากการซื้อธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไร เนื่องจากรายการสินทรัพย์ไม่มีตัวตนเป็นข้อมูลที่สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของกิจการได้และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้งบการเงิน(วรลักษณ์ โรจนรัตน์, 2550)

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าสินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์และกำไรในอนาคต ทำให้ผู้ศึกษาดังสมมุติฐานดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : สินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 681 บริษัท โดยเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556-2558 โดยมีข้อมูลในปี 2556 เป็นจำนวน 388 ข้อมูล ปี2557 เป็นจำนวน 402 ข้อมูล และปี 2558 เป็นจำนวน 414 ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ เพื่อทำการทดสอบ การเกิดปัญหาแนวโน้มการเกิด Multicollinearity ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สามารถสรุปได้ว่า ในช่วงปีการศึกษา 2556 – 2558 โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานต่อไปได้

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเขียนสมการได้ดังนี้

$$AR = \beta_0 + \beta_1 LAS + \beta_2 LBS + \beta_3 NA + \beta_4 NI + \epsilon$$

โดย	β	คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
	ϵ	คือ ค่าความคลาดเคลื่อน
	AR	คือ ผลตอบแทนที่ผิดปกติ
	LAS	คือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ได้มาแยกต่างหาก
	LBS	คือ สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนได้มาจากการรวมธุรกิจ
	NA	คือ สินทรัพย์รวมสุทธิ
	NI	คือ กำไรสุทธิ

4. การวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษานี้ได้รวบรวมข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ประกอบด้วย ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า สัมปทาน การวิจัยและพัฒนา ค่าความสัมพันธ์กับลูกค้า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนอื่น และค่าความนิยม โดยเก็บข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 -2558 จำนวน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง กลุ่มทรัพยากร กลุ่มบริการ และกลุ่มเทคโนโลยี มีข้อมูลในปี 2556 เป็นจำนวน 388 ข้อมูล ปี 2557 เป็นจำนวน 402 ข้อมูล และปี 2558 เป็นจำนวน 414 ข้อมูล อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้ได้ยกเว้นการเก็บข้อมูลในกลุ่มธุรกิจการเงินและบริษัทที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการรวมทั้งกลุ่มตัวอย่างที่ขึ้นเครื่องหมาย H (Trading halt) หรือ SP (Trading Suspension) ทั้งนี้ เนื่องจากกลุ่มธุรกิจการเงิน มีโครงสร้างทางการเงินที่แตกต่างจากกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ บริษัทที่อยู่ในระหว่างการฟื้นฟูกิจการเนื่องจากมีฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานที่มีความเสี่ยงและต้องอยู่ภายใต้แผนฟื้นฟูกิจการตามพระราชบัญญัติล้มละลาย ดังนั้น บริษัทจดทะเบียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้จะถูกนำมาคัดเลือกรายการที่มีการเปิดเผยสินทรัพย์ไม่มีตัวตนหรือค่าความนิยมตามที่แสดงรายละเอียดในดังนี้

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกรายปี

รายการ	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558	รวม	ร้อยละ
1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	40	41	47	128	10.63
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	38	38	40	116	9.63
3. สินค้าอุตสาหกรรม	77	77	79	233	19.35
4. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	81	84	85	250	20.76
5. ทรัพยากร	30	32	33	95	7.89
6. บริการ	85	93	93	271	22.52
7. เทคโนโลยี	37	37	37	111	9.22
รวม	388	402	414	1,204	100
จำนวนบริษัทที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ในแต่ละปี ซึ่งได้หักออกจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว	56	43	32	131	

จากตาราง 1 พบว่า บริษัทจดทะเบียนที่เปิดเผยข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุได้ โดยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ คิดเป็นร้อยละ 22.52 กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 20.76 รองลงมาอยู่ในกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 19.35 กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารคิดเป็นร้อยละ 10.63 และถัดมาอยู่ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค คิดเป็นร้อยละ 9.63 กลุ่มเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 9.22 และกลุ่มทรัพยากร คิดเป็นร้อยละ 7.89 ตามลำดับ

ตาราง 2 การแสดงมูลค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุและระบุไม่ได้ได้จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 3 ปี

กลุ่มอุตสาหกรรม	สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้	สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้(ค่าความนิยม)
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1.เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	530,090,000	2,126,110,000
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	16,910,000	9,700,000
3. สินค้าอุตสาหกรรม	234,130,000	180,470,000
4. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	502,910,000	304,010,000
5. ทรัพยากร	9,834,780,000	3,812,160,000
6. บริการ	1,194,510,000	1,896,160,000
7. เทคโนโลยี	1,764,270,000	725,670,000

จากตาราง 2 พบว่า ในภาพรวมค่าเฉลี่ยของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุได้ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มทรัพยากร มีค่าเฉลี่ย 9,834 ล้านบาท รองลงมาอยู่ในกลุ่มเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 1,764 ล้านบาท กลุ่มบริการ มีค่าเฉลี่ย 1,194 ล้านบาท และถัดมาอยู่ในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีค่าเฉลี่ย 530 ล้านบาท กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง มีค่าเฉลี่ย 502 ล้านบาท กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย 234 ล้านบาท และกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค มีค่าเฉลี่ย 16 ล้านบาท

สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุไม่ได้(ค่าความนิยม)ในภาพรวมค่าเฉลี่ยส่วนใหญ่ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้จะอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมทรัพยากร มีค่าเฉลี่ย 3,812 ล้านบาท กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีค่าเฉลี่ย 2,126 ล้านบาท รองลงมาอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ มีค่าเฉลี่ย 1,896 ล้านบาท กลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย 725 ล้านบาท ถัดมาอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 304 ล้านบาท กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม มีค่าเฉลี่ย 180 ล้านบาท และกลุ่มอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภค มีค่าเฉลี่ย 9 ล้านบาท ตามลำดับ

ตาราง 3 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติปี 2556

	AR	LAS	LBS	NA	NI	VIFs
AR	1					
LAS	-0.033	1				4.120
LBS	-0.084*	0.649***	1			1.738
NA	-0.105**	0.834***	0.542***	1		4.657
NI	-0.050	0.612***	0.368***	0.727***	1	2.215

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญที่ 0.10 , **มีนัยสำคัญที่ 0.05, *** มีนัยสำคัญที่ 0.001

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 1.738 – 4.657 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติปี 2557

	AR	LAS	LBS	NA	NI	VIFs
AR	1					
LAS	-0.019	1				4.557
LBS	0.020	0.636***	1			1.872
NA	0.033	0.881***	0.668***	1		6.103
NI	0.15**	0.652***	0.422***	0.729***	1	2.174

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญที่ 0.10 , **มีนัยสำคัญที่ 0.05, *** มีนัยสำคัญที่ 0.001

จากตาราง 4 ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 1.872 – 6.103 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตารางที่ 5 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติปี 2558

	AR	LAS	LBS	NA	NI	VIFs
AR	1					
LAS	-0.228***	1				6.235
LBS	-0.11**	0.619***	1			1.722
NA	-0.199***	0.865***	0.518***	1		5.545
NI	-0.063	0.038	0.167***	0.290***	1	1.442

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญที่ 0.10 , **มีนัยสำคัญที่ 0.05, *** มีนัยสำคัญที่ 0.001

จากตาราง 5 ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 1.442 – 6.235 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 6 ตารางสรุปผลรวมการวิเคราะห์ข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแบบแยก 3 ปี

ตัวแปรอิสระ	สรุปผลรวมการวิเคราะห์ข้อมูลสินทรัพย์ไม่มีตัวตนแยกทั้ง 3 ปี		
	ปี 2556	ปี 2557	ปี 2558
	β (t-value)	β (t-value)	β (t-value)
Constant	1.243 (0.601)	-1.073 (-0.063)	0.742 (0.696)
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน(LAS)	0.001** (2.452)	0.000** (-0.916)	0.000** (-2.793)
ค่าความนิยม(LBS)	0.000 (-1.635)	0.000 (0.834)	0.000 (1.025)
สินทรัพย์รวม(NA)	0.000** (-2.7938)	1.652-6 (-0.030)	1.413e-5 (0.719)
กำไรสุทธิ(NI)	0.000 (0.286)	0.001*** (0.723)	0.000 (-1.460)
N	388	402	414
Adjusted R-square	0.18	0.039	0.049
Durbin-watson	1.961	2.083	1.948
f-test	2.745*	5.034**	6.284***

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญที่ 0.10 , **มีนัยสำคัญที่ 0.05, *** มีนัยสำคัญที่ 0.001

จากตาราง 6 พบว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุได้มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติ โดยผลการศึกษาทั้ง 3 ปี พบว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้สามารถให้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจลงทุนได้ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ วรลักษณ์ โรจนรัตน์ (2550), Ely and Waymire(1999), Ritter and Wells (2006) และ อธิบายว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ระบุได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับกำไรในอนาคต ทั้งนี้เพราะสินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ในอนาคตได้และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนสามารถสะท้อนมูลค่าของกิจการได้มากกว่าค่าความนิยมและสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้ (ค่าความนิยม) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติผลการศึกษาทั้ง 3 ปีเพราะค่าความนิยมในมุมมองของนักลงทุนนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดเงินสดภายในกิจการและยังสะท้อนมูลค่าของกิจการได้น้อยกว่าสินทรัพย์ประเภทอื่นซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Ely and Waymire (1999) ซึ่งพบว่า สินทรัพย์ที่มีตัวตนที่ระบุได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้(ค่าความนิยม)ไม่มีความสัมพันธ์กับราคา

หลักทรัพย์รวมทั้งงานวิจัยของ ศิริดา นวลประดิษฐ์ (2547), ศันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล (2548), ลัดดา พูลเจริญ (2555) พบเช่นเดียวกันว่าความความนิยมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลการดำเนินงานของกิจการ เนื่องจากค่าความนิยมนั้นที่แสดงไว้นั้นไม่ได้ก่อให้เกิดกระแสเงินสดต่อกิจการ ทั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการแยกการศึกษาเป็นรายปีเพื่อที่จะสามารถให้รายละเอียดได้มากกว่าในการวิเคราะห์ในภาพรวม เพื่อที่ได้ออกแนวโน้มและทิศทางในแต่ละปี

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.1.1 การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติ โดยได้กำหนดผลตอบแทนที่ผิดปกติเป็นตัวชี้วัดความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนต่อนักลงทุนเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตที่จะศึกษาเพิ่มเติมคือ การเลือกใช้ตัวแบบผลตอบแทนที่ใช้ผลตอบแทนของหลักทรัพย์มาวิเคราะห์ความมีคุณค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน

5.1.2 การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเพียงมุมมองด้านความสัมพันธ์ของสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับผลตอบแทนที่ผิดปกติ แต่ยังมีตัวแปรอื่นๆที่ควรศึกษาในขั้นต่อไปว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตหรือไม่

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบว่านักลงทุนนั้นให้ความสำคัญกับสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้เนื่องจากสามารถใช้พยากรณ์กำไรได้แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับค่าความนิยมเนื่องจากค่าความนิยมนั้นไม่ได้ก่อให้เกิดกระแสเงินสดต่อกิจการ นักลงทุนสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุน

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนและผลตอบแทนที่ผิดปกติ จากผลการศึกษาพบว่า สินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่สามารถระบุได้มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติ เนื่องจากสินทรัพย์ไม่มีตัวตนนั้นสามารถใช้พยากรณ์กำไรในอนาคตได้ และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ไม่สามารถระบุได้ (ค่าความนิยม) ไม่มีความสัมพันธ์กับผลตอบแทนที่ผิดปกติ เนื่องจากค่าความนิยมในมุมมองนักลงทุนไม่ได้ก่อให้เกิดกระแสเงินสดเหมือนสินทรัพย์อื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

วรลักษณ์ ใจนรินทร์. (2550). ความสัมพันธ์ระหว่างสินทรัพย์ไม่มีตัวตนกับราคาหลักทรัพย์และกำไรในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

ลัดดา พูลเจริญ. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความนิยมที่เกิดจากการซื้อธุรกิจกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริดา นวลประดิษฐ์. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความนิยมที่เกิดจากการรวมธุรกิจและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

- คันสนีย์ สุริยเชิดชูสกุล. (2548). *ความสัมพันธ์ระหว่างค่าความนิยมกับผลการดำเนินงานและกระแสเงินสดของกิจการในขนาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี. มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *มาตรฐานรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 3 (ปรับปรุง 2557) การรวมธุรกิจ*.
- Neeraj J, G.(2007).*Do stock prices reflect the value of intangible investments in customer assets*. Doctoral Dissertations. Paper AAI3289510.
- Ely, K., & Waymire, G. B.(1999).*Intangible assets and equity valuation in the pre-SEC era*. University of Chicago.
- Ritter, A., & Wells, P. (2006). Identifiable intangible asset disclosures, stock prices and future earnings. *Accounting & Finance*, 46, 843-63.
- Yoon, S. S., & Miller, G. (2003). The functional relationships among earnings, cash flows and stock returns in korea. *Review of Accounting and Finance*. 2(1), 40-58.
- Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 159–178.
- Stevens, M. W. (1992). Cytopathology of malignant mesothelioma: a stepwise logistic regression analysis. *Diagnostic Cytopathology*. 8(4), 333-341.
- Black, K. (2006). *Businesses statistics : For contemporary decision making* (4th ed.). USA :John Wiley & Sons.
- Brown, S. J., & Warner, J. B. (1980). Measuring security price performance. *Journal of financial economics*, 8(3), 205-258.

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงาน
ของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Relationship between Professional Service Management and Performance
of Accounting Firms in the Northeast

ภัทธกร อินธิราช^{*} ญาณินห์ ตั้งปัญญาพิสุทธิคุณ² และณัฐวรรณ มุสิก³
Phattharaporn Inthirach^{*} Yanin Tangpinyoputthikhun² and Narathawan Musik³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ การบริหารการบริการแบบมืออาชีพถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานผลการวิจัย พบว่า การบริหารการบริการแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารสำนักงานบัญชีควรนำองค์ประกอบและวิธีการบริหารการบริการแบบมืออาชีพไปใช้ในการปฏิบัติงาน และควรมีการวัดผลดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนาการบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งขึ้นตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้การบริการได้อย่างมีคุณภาพจะนำธุรกิจสู่ความเจริญก้าวหน้า และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ ผลการดำเนินงาน สำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{*} นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{*} Master student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

^{2,3} Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationship between professional service management and performance of accounting firms in the northeast. Questionnaires were used as a tool for collecting data from 100 chief accounting office executives in the northeast. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. Professional service management was defined as the independent variable that has relationship and effect on performance. The results showed that professional service management has relationship and positive impact on performance. Thus, the accounting office executives should take the components and methods of professional service management to apply in practice and evaluate performance continuously in order to differentiate the services from competitors to meet the needs of the customer. The services with quality will lead to progress of growth and to create a positive image of the organization sustainably.

Keywords Professional Service Management, Performance, Accounting Firms in the Northeast

1. บทนำ

ในสภาวะปัจจุบัน ธุรกิจโลกยุคไร้พรมแดนนั้นมีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นและนับวันจะทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ การค้าเสรีมีการขยายตัวและเปิดกว้างมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยนั้นก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยิ่งทำให้การแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น ภาคธุรกิจในประเทศไทยต้องปรับตัวอีกครั้งเพื่อยกระดับการแข่งขันของประเทศ ในทวีปเอเชียให้เข้าสู่ตลาดการแข่งขันในระดับโลก จึงส่งผลให้ภาคธุรกิจทุกประเภทมีการปรับปรุงกลยุทธ์ พัฒนาการดำเนินงาน และแสวงหาความเป็นมืออาชีพ หรือแสวงหาความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ทั้งในระดับประเทศ และระดับองค์กรซึ่งหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจเกือบทุกรูปแบบคือ การบริการ (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2556 อ้างอิงจาก Ron Kaufman) และการบริการในยุคปัจจุบันก็เป็นกลยุทธ์ทางด้านการตลาดที่สำคัญประการหนึ่งในการแข่งขันทางธุรกิจ และธุรกิจบริการที่มีประสิทธิภาพช่วยตอบสนองความต้องการ ให้แก่ลูกค้า ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจบริการนั้นต้องไม่เพียงแต่เป็น “การให้บริการที่ดี” เท่านั้น แต่ต้องมุ่งเน้นสร้างความแตกต่างของการบริการ มีการออกแบบการให้บริการอย่างสร้างสรรค์ และสร้างกลยุทธ์ในการบริหารการบริการ พัฒนางานบริการให้ดีที่สุด เปลี่ยนการบริการแบบธรรมดาให้เป็น “การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ” ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับหน่วยงานอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ (Professional Service Management) เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้กลยุทธ์การแข่งขันชนะคู่แข่งได้ด้วยการให้บริการที่ดี ทั้งการให้บริการตอบคำถามติดตั้ง และการรับประกันจนทำให้การบริการเป็นส่วนหนึ่งของทุกธุรกิจ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2556 : 15) การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ เป็นกระบวนการหรือการจัดการด้านการบริการให้สำเร็จมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างงานบริการให้ลูกค้า เกิดความประทับใจให้มากที่สุด (จิตตินันท์ นันทไพญญ์, 2555 : 52-70) ประกอบด้วย การมีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ เทคนิคการให้บริการ และการบริการด้วยใจและการบริการด้วยชีวิต การมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการของผู้ให้บริการและลูกค้า ส่งผลให้การบริการดำเนินไปด้วยดี ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการทำธุรกิจบริการในยุคปัจจุบัน เพราะเป้าหมายสูงสุดของธุรกิจบริการคือ การสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจและรักษาความพึงพอใจ ให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจ และกลับมา

ให้บริการต่อไป ธุรกิจบริการก็จะประสบความสำเร็จ และมีความมั่นคงในการดำเนินงานอย่างราบรื่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะของลูกค้าและผู้ให้บริการซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการ ดังนั้นผู้บริหาร ของธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญในการสร้างวิธีการการบริหารการบริการแบบมืออาชีพเพื่อจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการกับองค์กรในระยะยาว นอกจากนี้ การบริการแบบมืออาชีพยังจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ขององค์กรที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงาน มีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายเพื่อให้ เกิดผลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งผลการดำเนินงานเป็นภาพสะท้อนบ่งบอกถึงความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขององค์กรได้ดี โดยวัดจากผลตอบแทน การมีลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นและรักษาลูกค้ารายเก่า การทำงานที่มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ และการวัดผลดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ใน 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (พลู เดชะรินทร์, 2548 :21-25) เป็นตัวชี้วัดผลปฏิบัติงานและประเมินผลสำเร็จขององค์กร ซึ่งองค์กรหรือธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการประเมินผลงานอยู่เสมอและต่อเนื่องการวัดผลการดำเนินงานยังมีบทบาทที่สำคัญในการทำให้ธุรกิจสามารถนำเอากลยุทธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติได้อย่างครบถ้วนและสมบูรณ์ ผู้บริหารจึงต้องมุ่งเน้นในการสรรหา รูปแบบของการวัดและประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ได้รับความเชื่อถือและสามารถวัดได้ครอบคลุมกับงาน นอกจากนี้แนวคิดการวัดผลดำเนินงานแบบดุลยภาพ ยังเป็นตัวชี้วัดผลสำเร็จจาก มุมมองทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน ตอบสนองความต้องการของธุรกิจบริการ และนำไปสู่ความสำเร็จได้โดยเฉพาะธุรกิจสำนักงานบัญชีที่มีการแข่งขันเพื่อให้ได้เป็นสำนักงานบัญชีคุณภาพตามประกาศของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ดังนั้นธุรกิจสำนักงานบัญชี เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่สำคัญยิ่งในการนำการวัดผลการดำเนินงานมาใช้ในองค์กร เพื่อพัฒนาให้ธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ

สำนักงานบัญชี (Accounting Firms) เป็นธุรกิจบริการรับทำบัญชี ให้คำปรึกษาแนะนำการวางแผนภาษีและบริการอื่นๆ นับว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีอนาคตไกล มีแนวโน้มที่สดใส และในปัจจุบันทิศทางการจัดการยุคใหม่ยังให้ความสำคัญในเรื่องของบัญชีเพื่อการจัดการ เพื่อนำข้อมูลทางบัญชีมาวิเคราะห์ และพัฒนาธุรกิจ สำหรับธุรกิจสำนักงานบัญชี นับได้ว่ามีแนวโน้มด้านการตลาดที่ดี เนื่องจากภาครัฐให้การส่งเสริม และสนับสนุนการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้จำนวนของผู้ประกอบการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการเพิ่มจำนวนของนักธุรกิจต่างชาติที่เข้ามาลงทุนทำธุรกิจในประเทศไทย ประกอบกับกรมสรรพากรเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบภาษี เช่น การเริ่มนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการประมวลผลข้อมูล และตรวจสอบภาษี ผู้ประกอบธุรกิจจึงเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการเสียภาษีอย่างถูกต้อง และให้ความสำคัญต่อการจัดทำบัญชีโดยมีการใช้บริการจากสำนักงานบัญชีมากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2548 :82-93) ดังนั้น สำนักงานบัญชี จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการบริการแบบมืออาชีพ เพราะธุรกิจสำนักงานบัญชีเป็นธุรกิจที่เน้นการบริการเป็นหลักการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า บริการด้วยความซื่อสัตย์มีมาตรฐานและเนื้องานที่มีคุณภาพทำให้ลูกค้าเห็นภาพลักษณ์ที่ดีของบุคคลากร สำนักงาน หรือรูปแบบเอกสารที่ใช้ การเตรียมความพร้อม ด้านภาพลักษณ์ และการบริหารการบริการแบบมืออาชีพจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจสำนักงานบัญชี

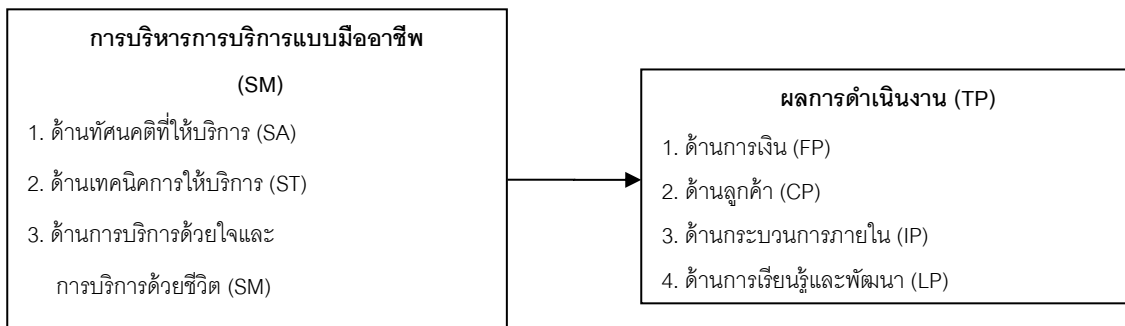
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การบริหารการบริการแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการพัฒนา ปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การบริหารการบริการแบบมืออาชีพสำหรับธุรกิจสำนักงานบัญชี และธุรกิจบริการอื่นๆ อย่างยั่งยืนและได้รับประโยชน์สูงสุด

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การบริหารการบริการแบบมืออาชีพได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของการบริหารการบริการแบบมืออาชีพและผลการดำเนินงาน



2.1 การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ (Professional Service Management)

การบริหารการบริการแบบมืออาชีพ หมายถึง กระบวนการ หรือการจัดการด้านการบริการให้สำเร็จได้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างงานบริการให้ลูกค้าเกิดความประทับใจให้มากที่สุดมีองค์ประกอบ 4 ด้าน (จิตตินันท์ นันทไพญญ์, 2555 : 52-70) ดังต่อไปนี้

2.1.1 ทัศนคติที่ให้บริการ (Service Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในการประเมิน การบริการ อันส่งผลให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อการบริการที่มีความโน้มเอียงไปทางหนึ่งด้วยการแสดงออก ในทางบวก ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการดี ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่การบริการแบบมืออาชีพ

2.1.2 เทคนิคการให้บริการ (Service Technique) หมายถึง ศิลปะ วิธีการ หลักการหรือกระบวนการ ปฏิบัติงานด้านการบริการเป็นขั้นตอน ได้แก่ การสร้างความเป็นกันเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความคุ้นใจ การเน้นการรับฟัง และทวนคำพูด เพื่อสร้างความประทับใจให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ

2.1.3 การบริการด้วยใจและการบริการด้วยชีวิต (Service Mind and Service Life) หมายถึง การอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือ การให้ความกระจ่าง การสนับสนุน การเร่งรัดการทำงานตามสายงาน และความกระตือรือร้นต่อการให้บริการคนอื่นรวมทั้งการยิ้มแย้มแจ่มใส ให้การต้อนรับด้วยไมตรีจิตที่ดีต่อผู้อื่น ต้องการให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จในสิ่งที่เขาต้องการ เป็นการให้บริการที่จริงใจ

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงานเป็นผลลัพธ์ที่สามารถสร้างออกมา โดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงาน มีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย (พลู เดชะรินทร์, 2548 : 21-25)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง กระบวนการการดำเนินงานและการบริหารของกิจการมีส่วนช่วยในการปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้ความสามารถในการทำกำไร การเจริญเติบโตและมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น การลดลงของต้นทุน การบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การรักษาลูกค้าเดิมของกิจการ การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่รวดเร็วหรือชื่อเสียงที่ดีของกิจการ

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถหยิบยื่นข้อเสนอต่างๆ ทางด้านคุณค่าที่จะดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ ได้แก่ การดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลาหรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง แนวคิด วิธีการรูปแบบใหม่ๆ กระบวนการที่นำมาแก้ปัญหาหรือพัฒนากระบวนการเรียนรู้หรือองค์ความรู้ ของกิจการ ได้แก่ การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษาพนักงานที่มีคุณภาพมีวัฒนธรรมกิจการที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ การมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการบริหารการบริการแบบมืออาชีพส่งผลต่อผลการดำเนินงานจึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : การบริหารการบริการแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 285 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้นประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของ ผู้บริหารสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ข้อมูลทั่วไปของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารการบริการแบบมืออาชีพ และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ซึ่งผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 285 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 102 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 35.09 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumer, and Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 107 วัน ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2558-10 มกราคม 2559

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การบริหารการบริการแบบมืออาชีพจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทัศนคติที่ให้บริการประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสำคัญกับการจัดการเกี่ยวกับแผนงาน การให้บริการที่มีประสิทธิภาพ ความสำคัญกับการแข่งขันด้านการบริการ และการพัฒนารูปแบบและการบริการที่ดีที่ช่วยให้องค์กรประสบ

ความสำเร็จในการบริการ 2) ด้านเทคนิคการให้บริการ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการสนับสนุนให้บุคลากรใช้เครื่องมือสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า การสร้างความเป็นกันเองเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ การให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการ และมุ่งเน้นให้บุคลากรมีความรู้เป็นอย่างดีในงานบริการเพื่อให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และ 3) ด้านการบริการด้วยใจและการบริการด้วยชีวิต ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้บุคลากรมีความทุ่มเทอย่างเต็มที่ในการให้บริการ การส่งเสริมให้บุคลากรมีใจรักในการให้บริการ ความรับผิดชอบในหน้าที่ที่มีต่อลูกค้า และการให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็วและตรงเวลาอยู่เสมอ

ผลการดำเนินงาน สามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลกำไรเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นและมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านลูกค้า ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการรักษาลูกค้ารายเก่า การปรับปรุงบริการให้เป็นมืออาชีพ การนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงการให้บริการ และการส่งมอบการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเป็นที่พอใจ 3) ด้านกระบวนการภายใน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการพัฒนาในการปฏิบัติงาน การปรับปรุงกระบวนการให้บริการที่ทันสมัย การพัฒนาความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการส่งเสริมให้บุคลากร มีการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ การนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาปรับปรุงการปฏิบัติงานการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการ และนำเอาการบริหารการบริการแบบมืออาชีพมาใช้ในการกิจการ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางบัญชีมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.430-0.786 และผลการดำเนินงานมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.741-0.890 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละด้านตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารการบริการแบบมืออาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.752 – 0.849 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.819 – 0.934 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994 : 256) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ Performance} = \beta_0 + \beta_1 \text{SA} + \beta_2 \text{ST} + \beta_3 \text{SM} + \varepsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารการบริการแบบมืออาชีพกับผลการดำเนินงานโดยรวมของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	TP	SA	ST	SM	VIF
$\bar{X}$	4.07	4.32	4.50	4.54	
S.D.	0.51	0.49	0.48	0.53	
TP		0.567*	0.623*	0.509*	
SA			0.779*	0.613*	2.591
ST				0.708*	3.248
SM					2.047

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการบริหารการบริการแบบมืออาชีพ มีค่าตั้งแต่ 2.047 – 3.248 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นผลการดำเนินงานโดยรวมของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การบริหารการบริการ แบบมืออาชีพ	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.894	0.394	2.271	0.025
ด้านทัศนคติที่ให้บริการ (SA)	0.195	0.129	1.517	0.133
ด้านเทคนิคการให้บริการ (ST)	0.411	0.148	2.785	0.006*
ด้านการบริการด้วยใจและ (SM)	0.107	0.106	1.013	0.314
การบริการด้วยชีวิต				
F = 22.329 p = 0.000 AdjR ² = 0.393				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ผู้บริหารสำนักงานบัญชี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมด้านการเรียนรู้และพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการที่องค์กรมีการส่งเสริมให้บุคลากรมีการฝึกอบรมและพัฒนาความสามารถอย่างสม่ำเสมอ ทั้งยังนำเอาการบริหารการบริการแบบมืออาชีพมาใช้ในการกิจการอย่างต่อเนื่อง กิจการมีการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละรอบระยะเวลา ส่งผลให้

องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชัย กำจรเมฆกุล (2550 : บทคัดย่อ) พบว่า นักบัญชีธนาคารทหารไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก นักบัญชีต้องมีการพัฒนาการบริการอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสร้างความพึงพอใจด้วยการเพิ่มบริการใหม่ๆ ที่มีความจำเป็น ได้อย่างรวดเร็วทันเวลา และแสวงหากลุ่มลูกค้ารายใหม่เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดให้กับกิจการมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานและทำงานเป็นทีม เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและลดข้อบกพร่องของการปฏิบัติงาน มีการฝึกอบรมเนื้อหาที่เกี่ยวกับงานอย่างต่อเนื่องรวมถึงเรื่องใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับการทำงานเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างครอบคลุมในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ จารุวัลย์ ชัยคนารักษ์กุล (2554 : 27) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานเป็นความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ สามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยทั่วไปครอบคลุมทั้งปริมาณคุณภาพ โดยการวัดผลการดำเนินงานจะต้องกำหนดว่าจะวัดความสำเร็จของแต่ละผลงานอย่างไร

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ที่ผู้สนใจสามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารการบริการแบบมืออาชีพที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในกลุ่มอื่นๆที่ไม่ใช่สำนักงานบัญชี เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงเป้าหมายมากยิ่งขึ้นควรมีการศึกษาองค์ประกอบในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลการบริหารการบริการแบบมืออาชีพ เช่น การวางแผนการบริการ และการประเมินผลการบริการ เพื่อศึกษาปัจจัยอื่นที่ทำให้การบริหารการบริการแบบมืออาชีพประสบความสำเร็จและเป็นแนวทางในการบริหารกิจการต่อไป และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหารการบริการแบบมืออาชีพที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้มีผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาการบริหารการบริการแบบมืออาชีพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ตลอดจนนำข้อเสนอสืบไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากิจการ ปรับปรุงการบริหารการบริการแบบมืออาชีพอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้บริหารได้ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการ และมีการพัฒนาการบริการขององค์กรอยู่เสมอจนเกิดเป็นทักษะความเชี่ยวชาญและมีการให้บริการแบบมืออาชีพ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารการบริการแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้นผู้บริหารสำนักงานบัญชีควรนำองค์ประกอบและวิธีการบริหารการบริการแบบมืออาชีพไปใช้ในการปฏิบัติงานและควรมีการวัดผลดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาพัฒนาการบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งชนตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้การบริการได้อย่างมีคุณภาพจะนำธุรกิจสู่ความเจริญก้าวหน้า และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). เอกสารแนบท้ายประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2548). คู่มือผู้ประกอบการมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : ซีพีเน็ค แสตนดาร์ด.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2555). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จารุวัลย์ ชัยคณารักษ์กุล. (2554). ผลกระทบของความสามารถของบุคลากรที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บขม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2556). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภดล ร่มโพธิ์. (2557). การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2556). ภูฏานบริการระดับโลก รอน คอฟแมน ชี 5 จุดแข็งรวมองค์กรเป็นหนึ่งเดียว. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2557, จาก http://www.prachachat.net/news_detail.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เดชะรินทร์. (2544). เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รวีวรรณ ไพรยรุ่งโรจน์. (2551). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- วันชัย กำจรเมณกุล. (2550). ผลกระทบขององค์กภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธนาคารทหารไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมิต สัชนนุกร. (2547). การต้อนรับการบริการที่เป็นเลิศ (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : สายธาร.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2550). ทฤษฎีการประเมิน. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร พุ่มบุตร. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างบริการเชิงรุกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2556). การจัดการองค์ความรู้ ความหมายของ Service Mind. ค้นเมื่อ 14 เมษายน 2558, จาก <http://kmops.moph.go.th/index.php/km-test>.
- Aaker, A., Kumar, V., & Day C.S. (2001). *Marketing research*. (7th ed.). New York : John Wiley and Sons.
- Black, k. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). USA : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.

การทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร
ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

Teamwork Affecting Performance Efficiency of Employees A Bank in
Surat Thani Province

ธนายุ ภูวิททยาธร^{*}
Tanayu Puwitthayathorn^{*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับพนักงานที่ปฏิบัติงานในธนาคารของพนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 187 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การทำงานเป็นทีมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ : การทำงานเป็นทีม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน พนักงานธนาคาร

^{*} อาจารย์ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

^{*} Lecturer, Faculty of Management Sciences , Suratthani Rajabhat University

Abstract

The objective of this research was to study teamwork affecting performance efficiency of employees a bank in Surat Thani Province. A questionnaires were used for collecting data from 187 bank of employees in Surat Thani province. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation and multiple regression analysis. The result show that teamwork affecting performance efficiency of employees a bank in Surat Thani Province.

Keywords : Teamwork, Performance efficiency, Employees a Bank

1. บทนำ

ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ระบบสถาบันการเงินมีการแข่งขันสูง และธุรกรรมต่าง ๆ ได้วิวัฒนาการไปอย่างรวดเร็ว และความเสี่ยงเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันมาก เนื่องจากมีสถาบันการเงินทั้งในประเทศและต่างประเทศ สถาบันการเงินที่ไม่ใช่ธนาคาร การเปิดตัวของธนาคารพาณิชย์รายใหม่ เกิดการขยายบริการทางการเงินให้ครบวงจร รวมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความหลากหลาย และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จึงมีผลทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการตัดสินใจใช้บริการมากขึ้น ดังนั้นภายใต้สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2559 : เว็บไซต์) ทำให้สถาบันการเงินต่างมีการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ การบริหารงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เพื่อให้ตนเองสามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว จึงจำเป็นต้องมุ่งเน้นและส่งเสริมบุคลากรในองค์กร ร่วมมือ ประสานงานกันในการดำเนินงานด้านศักยภาพที่มีจากบุคคลแต่ละคนภายในกลุ่มออกมาช่วยในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ และทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลง

การทำงานเป็นทีม เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานในองค์กร การที่องค์กรจะกระทำการกิจหลักให้บรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นจะต้องมีทีมงานที่มีคุณภาพ โดยการทำงานเป็นทีมจะสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความเข้าใจถึงแนวความคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของทีม มีการยอมรับความแตกต่างและรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน รวมถึงการให้เกียรติเพื่อนร่วมทีม จนทำให้เกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจต่อกัน ร่วมมือกันระหว่างสมาชิกทุกคนในทีมในการกำหนด วิเคราะห์ขั้นตอนวิธีการทำงาน ถ่ายทอดความสามารถเพื่อให้การปฏิบัติงานของทีมบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ และแสวงหาเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อลดปัญหาความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติงาน แบ่งงานภายในทีมให้ตรงกับตามทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญและความสามารถ และการมีความรับผิดชอบของแต่ละคนคือความสำเร็จของทีม สมาชิกในทีมจะต้องรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองต่อทีมโดยรวมและยังต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานและการบริหารงานของทีม (วรารักษ์ ตรีภูมิตถะ, 2549 : 9 ; สุริย์ ถิ่นสูงเนิน, ภูวนิษฐ์ ตั้งภิญโญพิมุขคุณ และไพสิน นิลนิยม, 2554 : 172)

ธนาคารรัฐบาลเป็นหน่วยงานหนึ่งให้บริการทางการเงินทุกรูปแบบรวมถึงตอบสนองนโยบายดำเนินงานภายใต้นโยบายของรัฐ โครงการต่างๆ แต่จากการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ จึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขัน ดังนั้น พนักงานทุกคนต้องร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อมุ่งไปสู่ทิศทางเดียวกัน คือ บรรลุเป้าหมายที่ธนาคารตั้งไว้เพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (ดวงฤทัย ศรีเว, 2555 : 2) และจังหวัดสุราษฎร์ธานีถือเป็นศูนย์กลาง

ภาคใต้ตอนบนที่มีความเจริญ เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การเงินการธนาคาร การบริการและการท่องเที่ยว ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ทุ่มงบประมาณเพื่อพัฒนาขยายเมืองอย่างต่อเนื่องเห็นได้จากการก่อสร้างอาคาร โรงแรม โครงการบ้านจัดสรร ศูนย์บริการจำหน่ายรถยนต์ สถาบันการเงินในรูปแบบของธนาคารพาณิชย์และธนาคารของรัฐที่เปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วทั้งจังหวัด (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2557 : 16)

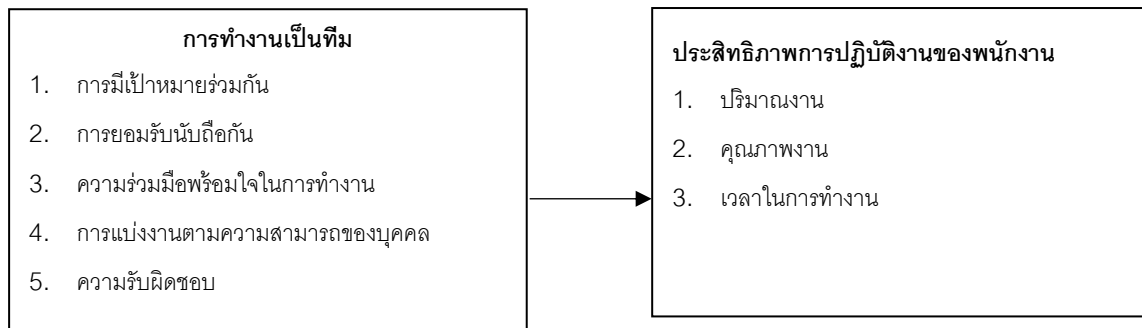
จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งนี้เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปปรับเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการทำงานขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้การทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรอิสระและส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของการทำงานเป็นทีมและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน



2.1 การทำงานเป็นทีม (Teamwork)

การที่บุคคลมารวมกลุ่มกันเพื่อร่วมมือกันทำงานโดยมีเป้าหมายเดียวกันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งเกิดจากการร่วมมือกันประสานงานกันมุ่งถึงศักยภาพที่มีจากบุคคลแต่ละคนภายในกลุ่มออกมาช่วยในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย เพื่อสร้างความสำเร็จในกับองค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย (วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, 2549 : 6 - 9 ; ดวงฤทัย ศรีเร, 2555 : 5)

2.1.1 การมีเป้าหมายร่วมกัน (Goal Sharing) หมายถึง การรับรู้ การเข้าใจถึงแนวความคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของทีม มุ่งให้สมาชิกทุกคนในทีมมีส่วนร่วมในการวางแผนหรือดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของทีม

2.1.2 การยอมรับนับถือกัน (Respectation) หมายถึง การยอมรับความแตกต่างและรับฟังความคิดเห็นถึงแม้จะขัดแย้งกับความคิดเห็นตนโดยไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในทีม รวมถึงการให้เกียรติซึ่งกันและกันของเพื่อนร่วมทีม จนทำให้เกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจต่อกัน เพื่อมุ่งสร้างงานที่มีคุณภาพและความสำเร็จให้แก่ทีม

2.2.3 ความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน (Cooperation) หมายถึง ความร่วมมือของสมาชิกทุกคนในทีมในการกำหนด วิเคราะห์ขั้นตอนวิธีการทำงาน ช่วยกันแสดงความคิดเห็น ถ่ายทอดความสามารถ เพื่อให้การปฏิบัติงานของทีมบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ และแสวงหาเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อลดปัญหาความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของทีม

2.2.4 การแบ่งงานตามความสามารถของบุคคล (Assignment) หมายถึง การแบ่งงานภายในทีมให้ตรงกับตามทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญและความสามารถของพนักงานแต่ละคน ได้รับความไว้วางใจงานจากทีมงานให้แก้ไขปัญหาการทำงานของทีม และสามารถปฏิบัติงานให้ได้ผลงานเป็นที่ยอมรับของทีม

2.2.5 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง การมีความรับผิดชอบ และความตั้งใจในการทำงาน ด้วยความเอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย ให้เป็นที่ยอมรับ เพราะความรับผิดชอบของแต่ละคนคือความสำเร็จของทีมงาน สมาชิกในทีมจะต้องรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเองต่อทีมโดยรวมและยังต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง

2.2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน (Performance Efficiency)

การปฏิบัติงานของพนักงาน ที่สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตรงตามเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ และผลงานที่ได้เป็นงานที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งประกอบด้วย (นิพนธ์ ปาปะเก, 2555 : 24 ; ไพศาล คำแก้ว, ธนาญ ภูววิทยารส และวรรณวิษณีย์ ทองอินทราช, 2559 : 200 ; กิตติคุณ ลาเบญจพร, 2559)

2.2.1 คุณภาพงาน (Quality of Work) หมายถึง การมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้ถูกต้อง ครบถ้วน ซึ่งผลงานมีคุณภาพดี

2.2.2 ปริมาณงาน (Quantity of Work) หมายถึง การปฏิบัติงานที่ได้ปริมาณงานตรงกับจำนวนงานที่วางแผนไว้ และมีปริมาณเหมาะสมตามเป้าหมายอยู่เสมอ

2.2.3 เวลาในการทำงาน (Timing of Work) หมายถึง การใช้เวลาในการปฏิบัติงานที่สามารถทำงานได้เสร็จก่อนหรือภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ อย่างมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐาน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร จึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : การทำงานเป็นทีมส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานในธนาคารของรัฐบาลในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 368 คน โดยเปิดจากตารางของ Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 42 - 43) ได้กลุ่มตัวอย่าง 187 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลาก ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 187 ชุด และรับแบบสอบถามคืนในวันถัดมา ซึ่งแบบสอบถามที่ได้รับคืนมีอัตราการตอบรับคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์และเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การทำงานเป็นทีมเป็นตัวแปรอิสระ จำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการมีเป้าหมายร่วมกัน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับทัศนคติ ความเข้าใจในเป้าหมายของทีม บทบาทการมีส่วนร่วม และการวางแผนของการทำงานเป็นทีม 2) ด้านการยอมรับนับถือกัน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้เกียรติซึ่งกันและกัน การยอมรับความแตกต่างและรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมทีม 3) ด้านความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการร่วมมือในการกำหนดขั้นตอนการทำงาน การถ่ายทอดความสามารถให้กับเพื่อนร่วมทีมและแสวงหาเทคนิคในการแก้ไขปัญหา 4) ด้านการแบ่งงานตามความสามารถบุคคล ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการความเชื่อถือให้ปฏิบัติงานตามทักษะความสามารถ และมีผลงานเป็นที่ยอมรับ ได้รับความไว้วางใจให้แก้ไข ปัญหาการทำงานของทีม และ 5) ด้านความรับผิดชอบ ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความรับผิดชอบและความตั้งใจต่องานที่ได้รับมอบหมายและความใส่ใจในทุกงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเป็นตัวแปรตามจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านคุณภาพงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ความสามารถในการปฏิบัติงานให้ตามบรรลุลักษณะประสงค์และนโยบายและมีผลงานที่มีคุณภาพ 2) ด้านปริมาณงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความเข้าใจในการปฏิบัติงาน การวางแผนในการปฏิบัติงาน การมีปริมาณผลงานและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ตรงตามเป้าหมาย 3) ด้านเวลาในการทำงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการปฏิบัติงานและบริหารเวลาให้งานสำเร็จก่อนหรือภายในเงื่อนไขเวลาที่กำหนด กระบวนการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน และปรับปรุงการปฏิบัติงานให้งานมีคุณภาพและตรงเวลาที่กำหนดไว้

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงโดยการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งการทำงานเป็นทีมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.850 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่เท่ากับ 0.830 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.7 สามารถนำมาใช้เก็บข้อมูลตัวอย่างได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2555 : 445) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์หาอำนาจจำแนกแบบสอบถามรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการทำงานเป็นทีม มีอำนาจการจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.239 - 0.707 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมีอำนาจการจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.327 - 0.642 ซึ่งสอดคล้องกับนิคม ถนอมเสียง (2550 : 5) ได้เสนอว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.20 ขึ้นไปถือว่า ข้อคำถามมีความเหมาะสม

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณแบบ Enter ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ } PE = \beta_0 + \beta_1 GS + \beta_2 RP + \beta_3 CP + \beta_4 AS + \beta_5 PS + \epsilon$$

โดย β คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ϵ คือ ค่าความคาดเคลื่อน

PE คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโดยรวม

GS คือ การมีเป้าหมายร่วมกัน

RP คือ การยอมรับนับถือกัน

CP	คือ	ความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน
AS	คือ	การแบ่งงานตามความสามารถของบุคคล
PS	คือ	ความรับผิดชอบ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมโดยรวมและรายด้าน ของพนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทำงานเป็นทีม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การมีเป้าหมายร่วมกัน	4.20	0.52	มาก*
2. การยอมรับนับถือกัน	4.14	0.52	มาก*
3. ความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน	4.11	0.47	มาก*
4. การแบ่งงานตามความสามารถของบุคคล	4.11	0.59	มาก*
5. ความรับผิดชอบ	4.11	0.56	มาก*
โดยรวม	4.14	0.37	มาก*

* $\bar{X} = 3.50 - 4.49$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านการมีเป้าหมายร่วมกัน ด้านการยอมรับนับถือกัน ด้านการแบ่งงานตามความสามารถของบุคคล ด้านความรับผิดชอบ และด้านความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจาก การทำงานเป็นทีมต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ขององค์การ สมาชิกในทีมต้องมีบทบาทในการกำหนดกลยุทธ์และการทำงานร่วมกัน และมีการยอมรับถึงความแตกต่างของเพื่อนร่วมทีม มีการแบ่งงานให้กับสมาชิกในทีมได้ตรงกับทักษะความสามารถที่เหมาะสม พร้อมทั้งทุกคนต่างมีความรับผิดชอบในหน้าที่การปฏิบัติงานของตนและได้ใช้ความสามารถที่ตนมีอย่างเต็มที่ จนงานประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อโนชา สุวรรณสาร, นภาพรณี พลนิกรกิจ และจรรยา สาวีถี (2555 : 88) กล่าวว่า การทำงานเป็นทีม จะบรรลุผลสำเร็จมีหลักสำคัญอยู่ที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการทำงาน และการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันและผลักดันให้ทุกคนมีเป้าหมายเดียวกันเพื่อจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานเป็นทีมที่ดีขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงฤทัย ศรีเร (2555 : 90) กล่าวว่า การทำงานเป็นทีมที่มุ่งเน้นให้ทุกคนมีส่วนร่วม นั้น สมาชิกในทีมจะช่วยกันคิดช่วยกันตัดสินใจ และช่วยกันทำงาน เพราะทุกคนจะต้องรับผิดชอบต่อผลงานร่วมกัน ความสำเร็จหรือความล้มเหลวของงานจะเป็นผลจากการปฏิบัติงานของทีมงานโดยตรง ทำให้ทีมงานทุกคนต้องร่วมมือร่วมใจทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้งานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์กร

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านของพนักงานธนาคารใน
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพงาน	4.06	0.43	มาก*
2. ด้านปริมาณงาน	4.02	0.49	มาก*
3. ด้านเวลาในการทำงาน	4.03	0.51	มาก*
โดยรวม	4.03	0.39	มาก*

* $\bar{X} = 3.50 - 4.49$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพงาน ด้านเวลาในการทำงาน และด้านปริมาณงาน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจาก พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงาน มีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายได้ถูกต้องครบถ้วน ตามเวลาที่กำหนดไว้ และมีปริมาณผลงานตรงตามเป้าหมายขององค์กรจึงทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสนับสนุนแนวคิดของสมใจ ลักษณะ (2552 : 274 - 277) กล่าวว่า การทำงานได้ตรงตามเวลาที่กำหนดและได้ผลงานที่ดี นั้นแสดงออกได้ถึงควมมีประสิทธิภาพในปฏิบัติงาน และเป็นบุคคลที่ตั้งใจปฏิบัติงานเต็มความสามารถ ใช้กลวิธีหรือเทคนิคการทำงานที่จะสร้างผลงานและได้ผลงานที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติคุณ ลาภเบญจพร (2559) กล่าวว่า พนักงานที่มีการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ มีความรู้และความเข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติงาน ทำให้ผลงานออกมามีคุณภาพ สามารถทำงานให้ได้ตามปริมาณงานที่องค์กรตั้งเป้าหมายไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอนัสพิญา ศรีแสง (2559 : 68) ที่กล่าวว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด งานมีคุณภาพสอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรที่ตั้งไว้ สามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานได้

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการทำงานเป็นทีมกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวมของพนักงาน
ธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวแปร	PE	GS	RP	CP	AS	PS	VIF
$\bar{X}$	4.04	4.20	4.15	4.12	4.11	4.11	
S.D.	0.39	0.52	0.52	0.48	0.59	0.56	
PE	-	.370**	.307**	.493**	.388**	.432**	
GS		-	.433**	.303**	.310**	.296**	1.309
RP			-	.348**	.290**	.360**	1.360
CP				-	.434**	.478**	1.473
AS					-	.418**	1.368
PS						-	1.456

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ขึ้นได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการทำงานเป็นทีม พบว่า มีค่าตั้งแต่ 1.309 -1.473 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006: 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการทำงานเป็นทีมกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของพนักงานธนาคารใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทำงานเป็นทีม	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.569	0.265	5.920	.000*
1. การมีเป้าหมายร่วมกัน (GS)	0.133	0.052	2.584	.011*
2. การยอมรับนับถือกัน (RP)	0.023	0.053	0.429	.669
3. ความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน (CP)	0.235	0.060	3.950	.000*
4. การแบ่งงานตามความสามารถของบุคคล (AS)	0.082	0.047	1.762	.080
5. ความรับผิดชอบ (PS)	0.124	0.050	2.454	.015*
F = 18.840 p = 0.000 AdjR ² = 0.344				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า การทำงานเป็นทีม ด้านการมีเป้าหมายร่วมกัน ด้านความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน และด้านความรับผิดชอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจาก การทำงานเป็นทีมนั้นจะต้องมีการวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ พัฒนาเป้าหมายของทีม และมีส่วนร่วมในการวางแผนในการกำหนดกลยุทธ์ในการทำงานเป็นทีมเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการทำงานเป็นทีมให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งด้วยวิธีการกำหนดขั้นตอนวิธีการทำงาน การใช้ความสามารถที่มีอยู่ถ่ายทอดให้แก่เพื่อนร่วมทีมและแสวงหาเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อลดปัญหาความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติงานของทีม (Robbins and Judge, 2015) นอกจากนี้ความรับผิดชอบ ความตั้งใจทำงานของพนักงานที่มีต่องาน ไม่ละทิ้งงานที่เป็นหน้าที่ของตนเอง แม้งานจะหนักเพียงใด เอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี ปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ ก็เป็นส่วนสำคัญในการที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ สนับสนุนแนวคิดของ Woodcock and Francis (1994 : 12) กล่าวว่า ความรับผิดชอบในการทำงานเป็นทีมเป็นการแสดงออกถึงการมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและสามารถทำให้งานนั้นเกิดประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร วราภรณ์ ตรีภูมิตถะ (2549 : 9) กล่าวว่าเพิ่มเติมว่าการทำงานเป็นทีมนั้นต้องมีเป้าหมายร่วมกัน นั่นคือการรับรู้ถึงแนวความคิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของทีมในเรื่องเดียวกัน มุ่งให้ทุกคนในทีมงานช่วยกัน ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จตรงตามเป้าหมาย มีความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน เพื่อช่วยกันแสดงความคิดเห็นช่วยกันทำงาน ทุกคนในทีมล้วนมีความสำคัญ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนแนวทางช่วยกันวิเคราะห์วางแผนการทำงาน และมีความรับผิดชอบในการทำงานถือเป็นหัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งของการทำงานร่วมกัน เพราะความรับผิดชอบของแต่ละคนหมายถึง

ความสำเร็จทีมงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีย์ ถิ่นสูงเนิน (2554 : 177) กล่าวว่า การทำงานเป็นทีมจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเกิดจากการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของสมาชิกในทีมและมีร่วมมือในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ให้ภารกิจขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในอนาคต เช่น วัฒนธรรมองค์กร ความผูกพัน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี เป็นต้น

5.1.2 ผู้ที่สนใจในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งต่อไป โดยอาจเก็บกลุ่มตัวอย่างของธนาคารพาณิชย์ เพิ่มเติมและนำมาเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากและเพิ่มความเข้าใจในตัวแปรต่างๆ มากยิ่งขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการทำงานเป็นทีม จะทำให้องค์กรทราบถึงปัญหาและอุปสรรค เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและแก้ไขปัญหาให้ตรงประเด็น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานีควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะด้านการมีเป้าหมายร่วมกัน ด้านความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน และด้านความรับผิดชอบ เนื่องจากจะส่งผลให้การปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารมีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถเป็นแนวทางหนึ่งในสร้างความสำเร็จได้

5.2.1 ด้านการมีเป้าหมายร่วมกัน ธนาคารควรสนับสนุนให้เกิดการปรับแนวคิด และทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของทีมในการทำงานในทุกครั้ง และการกำหนดกลยุทธ์ในการทำงานเป็นทีม พนักงานทุกคนในทีมควรมีบทบาทร่วมกันวางแผนการทำงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการทำงานและปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น

5.2.2 ด้านความร่วมมือพร้อมใจในการทำงาน ธนาคารควรสนับสนุนให้พนักงานกำหนดขั้นตอนวิธีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการบริหารงานของทีม และส่งเสริมให้พนักงานใช้ความสามารถและเทคนิควิธีการต่างๆ เพื่อลดปัญหาความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติงานของทีม

5.2.3 ด้านความรับผิดชอบ ธนาคารควรให้ความสำคัญกับพนักงานที่มีความรับผิดชอบ เอาใจใส่ต่องานที่ได้รับมอบหมาย ทั้งในหน้าที่ที่รับผิดชอบและงานอื่นที่ได้รับมอบหมายในการทำงาน จนประสบความสำเร็จ และเป็นที่ยอมรับ เช่น การให้รางวัลใจ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้กับพนักงานและสามารถกระตุ้นให้พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะทำงานให้สำเร็จ เนื่องจากความรับผิดชอบเป็นหัวใจสำคัญประการหนึ่งของการทำงานร่วมกัน เพราะความรับผิดชอบของพนักงานแต่ละคนคือความสำเร็จของทีม พนักงานจึงต้องรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง ต่อสมาชิกทีมโดยรวมและยังต้องมีความรับผิดชอบต่อตนเอง

6. สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าการทำงานเป็นทีมส่งผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารแห่งในจังหวัดสุราษฎร์ธานีซึ่งตรงตามสมมุติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ในข้างต้น ดังนั้น ธนาคารจึงควรนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการดูแล ปรับปรุง และพัฒนาพนักงานธนาคารให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ธนาคารประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- กิตติคุณ ลาภบุญพร.(2559).*ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในสำนักงานบัญชีเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ดวงฤทัย ศรีเร. (2555). *ผลกระทบของการมุ่งเน้นการทำงานเป็นทีมที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในเขตจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). *แผนพัฒนาระบบสถาบันการเงิน ระยะที่ 3 (2559-2563)*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2559, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Highlights/FSMP3/FinancialSectorMasterPlanII.pdf>
- นิคม ถนอมเสียง. (2550). *เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม*. ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2559, จาก http://web.kku.ac.th/nikom/item_relia_validity_2007_u1.pdf
- นิพนธ์ ปาปะเก. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างระบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ไพศาล คำแก้ว, ธนาย ภูววิทยาส และวรรณวิเชียร ทองอินทราช. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารพาณิชย์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ราชภัฏสุราษฎร์ธานี ครั้งที่ 12 . วันที่ 27-28 ตุลาคม. ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 200-201.
- วรภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์, (2549). *การทำงานเป็นทีม*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ : เพิ่มทรัพย์การพิมพ์.
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2557). *แผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (พ.ศ. 2557 – 2560)*. คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- สุรีย์ ถินสูงเนิน, ญาณินท์ ตั้งภิญโญพุดผัด และโพลิน นิลนิยม. (2554). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมที่มีต่อคุณภาพการควบคุมภายในของสหกรณ์ในเขตสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 3*. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 3(วารสารฉบับพิเศษ), 170-179.

อนัสพีญา ศรีแสง. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสิน เขตสุราษฎร์ธานี 1. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*.

อโนชา สุวรรณสาร, นภาพรณ พจนินกรกิจและจรรยา สาวีถี. (2555). ผลกระทบของคุณลักษณะองค์กรที่ต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของพนักงานบัญชีในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 4 (4), 84-93.

Black, K. (2006). *Business statistics : For contemporary decision making* (4th ed.). USA : John wiley and Sons.

Robbins, S. P., & Judge, T. (2015). *Organizational behavior* (16th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Woodcock, M., & Francis, D. (1994). *Teambuilding strategy*. Hampshire : Gower Publishing.

ผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของ
ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย
Effects of Modern Organizational Innovation on Performance of Textile Industry
Businesses in Thailand

รุ่งอรุณ สีละพันธ์* ธีรา เอราวัณ² มณิสรา สนั่นเชื้อเม้งไธสง³
Rungaroon Seelapun* Theera Erawan² and Manisara Sananuamengthaisong³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 123 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้าง นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน ในธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ผลการดำเนินงาน ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{2,3} Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The objective of this research is to investigate the effect of modern organization's innovation on performance of textile industry in Thailand. Data were collected by using questionnaire from 123 managements of textile industry in Thailand. Data analysis techniques used in this study were means, standard deviation (S.D.), multiple correlation analysis and multiple regression analysis. Findings revealed that the innovation of modern organization in terms of product, management and process positively related to the overall performance. Therefore, managements in textile industry should pay attention on creating modern organization's innovation, in product, management, and process terms. This could be a guideline in planning and developing business performance which leads to sustainable competitive advantage.

Keywords: Modern organization innovation, Performance, Textile industry in Thailand

1. บทนำ

จากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงก่อให้เกิดการค้าเสรี การแข่งขันด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยีรวมถึงนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ก่อเกิดกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกระแสประชาธิปไตย และกระแสการรักษาสิทธิมนุษยชน นำมาซึ่งการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลต่อประเทศไทยและกลุ่มประเทศในอาเซียนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่มีความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ประกอบกับประเด็นด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในระดับสากล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงศักยภาพและคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีความสำคัญและมีบทบาทต่อการพัฒนา และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งสอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวให้เท่าทันกับวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่องและอยู่รอดได้อย่างมั่นคง โดยปัจจัยสำคัญที่มีต่อการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ นั้นคือ การเพิ่มขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมในการแข่งขันขององค์กร

นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นแนวทางหรือกระบวนการที่องค์กรมีการนำมาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร โดยการนำความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ มาเป็นปัจจัยในการเพิ่มคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาและการจัดการที่ดี เพื่อผลักดันธุรกิจให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (กิริติ ยศยิ่งยง, 2552 : 56) ซึ่งนวัตกรรมองค์กรนี้กลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากองค์กรสามารถที่จะนำเสนอสินค้าบริการและกระบวนการในการทำใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาทั้งในรูปแบบของสินค้าใหม่ บริการใหม่ กระบวนการใหม่ ระบบใหม่ การสื่อสารเทคโนโลยีใหม่ และการมีกระบวนการการทำงานที่ทำให้ผู้อื่นหรือคู่แข่งไม่สามารถทำตามและลอกเลียนแบบได้ ทำให้องค์กรได้ประโยชน์มากมาย เช่น ทำให้องค์กรอยู่รอดได้ในโลกอนาคตที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า (พสุ เดชะรินทร์,

2548 : 13-14) ด้วยเหตุนี้ บางองค์กรจึงพยายามที่จะพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ (Modern Organizational Innovation) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีการพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ปรับปรุง หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าบริการ กลยุทธ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการที่ดีนำมาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง (วุฒิพงษ์ ภักดีเหล่า, 2554 : 191) โดยที่นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) และนวัตกรรมด้านการจัดการ (Management Innovation) (กรีติย ศียงยง, 2552 : 11) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของนวัตกรรมองค์กรที่สร้างการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอน และการปฏิบัติงานมีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กิจการจะต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (กิตติพงศ์ วิเวกานนท์ และคณะ, 2547 : 114) โดยอาศัยดัชนีการวัดผลสำเร็จ การปฏิบัติงานขององค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นผลการปฏิบัติงานได้ในหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกัน และทำให้สามารถปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2554 : 256) โดยที่การวัดผลการดำเนินงานมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 21-22) ซึ่งทำให้รับรู้ถึงสถานการณ์ขององค์กรว่าอยู่ ณ จุดใด และมีแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างไรนอกจากนี้ยังสามารถที่จะสะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อผลักดันให้เกิดการนำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติ

ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Textile Industry Businesses) เป็นอุตสาหกรรมที่มีห่วงโซ่มูลค่าใหญ่และมีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างมากทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพราะนอกจากผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของมนุษย์ในรูปของปัจจัยสี่แล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานสูง และมีบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจในการสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก ทำให้เกิดการกระจายรายได้และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2555 : 58) ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับการสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับคู่แข่งที่พยายามแย่งฐานการผลิต และภาคการผลิตต้องเผชิญกับการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือและช่างเทคนิคและค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่งผลทำให้ธุรกิจสิ่งทอหันมาใช้เทคโนโลยีพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพช่วยลดต้นทุนการผลิตเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น ในขณะที่ตัวสินค้าจะเน้นสินค้าเชิงคุณภาพมากขึ้น และหลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าที่แข่งขันด้านราคา เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก ประกอบกับ ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การแข่งขันด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุง ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร การนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านต่างๆ มาประยุกต์ใช้จึงเป็นแนวทางเลือกหนึ่งที่ต้องนำมาใช้ (กิ่งแก้ว เขียวแฉล้ม, 2556 : 1-6) ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยได้มีการปรับตัวที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าเพื่อผลักดันให้ภาคการผลิตมีความสมดุลมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มคุณภาพการผลิตมูลค่าและมาตรฐาน ดังนั้นนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ คือ กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้าง

มูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน จึงได้ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าใหม่ ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

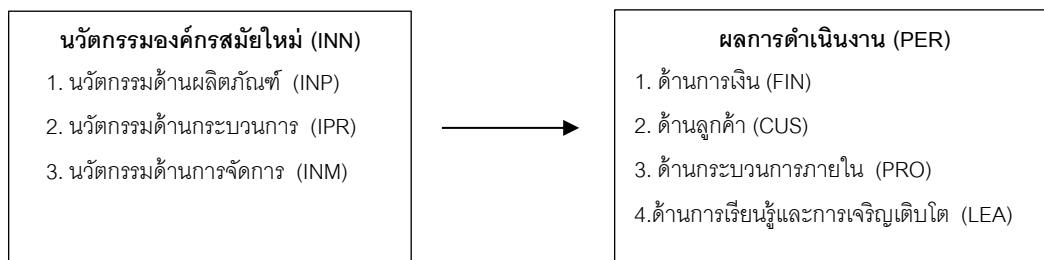
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทดสอบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบายนวัตกรรมองค์กรขององค์กร อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผนการปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่และผลการดำเนินงาน



2.1 นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ (Modern Organization Innovation)

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Abdul and Esam, 2012 : 516-529) ประกอบด้วย

2.1.1 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าโดยอาศัยองค์ประกอบคือ การพัฒนาคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์การออกแบบ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

2.1.2 นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง การพัฒนาวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการผลิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งอาจจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์กร เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

2.1.3 นวัตกรรมด้านการจัดการ (Management Innovation) หมายถึง การคิดค้นการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ๆ ในองค์กร และนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับระบบโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งจะมีความสำคัญไปที่บุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนองค์กร ทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐาน และวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ในการแสวงหาโอกาสและความได้เปรียบในการแข่งขัน

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงานมีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 21-22) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง การดำเนินงานและการบริหารงานของกิจการโดยมุ่งประเด็นไปยังอัตราเติบโตของรายได้ โดยวัดจากการเจริญเติบโตของยอดขายกำไรจากลูกค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาดและมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง กระบวนการวิธีการหรือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านการบริการของพนักงาน การพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเก่าและเป็นการหาลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้น

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ ทางด้านคุณค่า เพื่อที่จะสามารถดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การสร้างองค์กรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง พร้อมสำหรับการแก้ไขปัญหาที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ ๆ และมีการถ่ายทอดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกันมีวัฒนธรรมด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่ดีบุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และที่สำคัญบุคลากรต้องเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการ

สมมติฐานในการวิจัย : นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 2,855 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 350 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 43) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ถึง 21 เมษายน 2558 ได้รับแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนจำนวน 123 ชุด คิดเป็นร้อยละ 35.14 ของการส่งแบบสอบถามทั้งหมดที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) นำเสนอว่า ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 12 ข้อ ดังนี้

- 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการตั้งงบประมาณเพื่อส่งเสริมการคิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ หรือมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการที่กิจการมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อแสวงหากระบวนการผลิตใหม่ๆ ในการลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงการส่งเสริมความรู้ความสามารถพนักงานด้านเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- 3) นวัตกรรมด้านการจัดการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมกับองค์กร รวมถึงการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนตำแหน่งงานของพนักงานให้ตรงตามความสามารถของบุคคลนั้นในการทำงาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่

- 1) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาอัตราการใช้ประโยชน์ของรายได้ของยอดขาย กำไรจากลูกค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด
- 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาถึงกระบวนการบริการ หรือความสามารถเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาซึ่งการพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และการบริการให้เกิดความพึงพอใจ
- 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำกระบวนการใหม่ ๆ รวมถึงเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ เข้ามาใช้ปรับขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 4) ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาถึงสร้างองค์กรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงสร้างบุคคลให้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ ๆ สามารถถ่ายทอดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาความจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.4270 – 0.8260 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.6050 – 0.8140 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป ถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ว่ามีคุณภาพเหมาะสม และอำนาจความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8670 – 0.9240 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8820 – 0.9240 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การหาความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ PER} = \beta_0 + \beta_1 \text{INP} + \beta_2 \text{IPR} + \beta_3 \text{INM} + \varepsilon$$

โดย β หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ε หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

PER	หมายถึง	ผลการดำเนินงานโดยรวม
INP	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์
IPR	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านกระบวนการ
INM	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านการจัดการ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

ตัวแปร	PER	INP	IPR	INM	VIFs
$\bar{X}$	3.61	3.67	3.92	3.87	
S.D	0.60	0.84	0.79	0.58	
PER	-	0.733*	0.778*	0.713*	
INP		-	0.725*	0.667*	2.668
IPR			-	0.560*	2.155
INM				-	1.843

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.713-0.778 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในลำดับต่อมาผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity ปรากฏว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.843 – 2.668 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity สอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIF ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.398	0.202	1.971	0.051
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (INP)	0.122	0.056	2.175	0.032*
นวัตกรรมด้านกระบวนการ (IPR)	0.356	0.054	6.625	0.000*
นวัตกรรมด้านการจัดการ (INM)	0.353	0.067	5.231	0.000*
F = 106.233 p = 0.000 Adj R ² = 0.721				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (INP) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (IPR) และนวัตกรรมด้านการจัดการ (INM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม (PER) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในแง่ของการสร้างรายได้ให้แก่องค์กร ซึ่งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์จะเกิดขึ้นได้นั้น องค์กรต้องมีการพัฒนาศึกษา และทำการวิจัย เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งนี้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งความต้องการของลูกค้า จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จิระภา จันทรีบัว (2555 : 94) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะไม่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากความต้องการของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและสังคม การสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ คิดค้น พัฒนาและวิจัย เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่ต้องมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ก่อนคู่แข่ง ส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะฯ (2553 : 59) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมากในการสร้างศักยภาพการแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับธุรกิจ ขณะที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้อย่างเข้มข้นกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และยังสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ด้วยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และหรือบริการที่ทำให้ผู้บริโภค หรือลูกค้าได้รับความพึงพอใจอันเกิดจากความสุภาพงามและความคิดมากกว่าที่จะคำนึงถึงเฉพาะราคาหรือต้นทุนที่เกิดขึ้น

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ นวัตกรรมด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้เนื่องจากนวัตกรรมกระบวนการมีความสำคัญต่อองค์กรหลายประการ เพราะในปัจจุบันอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าทั้งด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ดังนั้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากกระบวนการทำงานที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์กร เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระภา จันทรีบัว (2555 : 2-3) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านนวัตกรรมทางกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลต่อการทำงานภายในองค์กร โดยเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและนวัตกรรมมาใช้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่รวดเร็ว ถูกต้องเป็นที่พึงพอใจมากขึ้นทั้งยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีเมื่อธุรกิจได้รับผลกำไรจะสามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนเองให้ดีขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติ รัตนปริชาเวช (2553 : 1-2) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านกระบวนการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้โดยข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น คือ ควรมุ่งบูรณาการความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยมีพื้นฐานที่สำคัญของการสร้างเครือข่ายองค์กรเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อน และผลักดันการเรียนรู้ขององค์กรและควรให้ความสำคัญกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการใช้ปฏิบัติจริงให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมด้วยการมุ่งสร้างนวัตกรรมองค์กร เพื่อที่จะเป็นการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรนั่นเอง

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่เน้นนวัตกรรมด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้ เนื่องจากนวัตกรรมด้านการจัดการเป็นกระบวนการในการคิดค้นและปรับใช้แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรนั้นๆ นวัตกรรมการบริหารจัดการเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กร ทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐาน และวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ผลประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ ผลประโยชน์ในเชิงการตลาด และผลประโยชน์ในเชิงการปฏิบัติการ ซึ่งผลประโยชน์เหล่านี้จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคิวนันท์ คิวพิทักษ์ (2557 : 2) พบว่า องค์กรทั้งหลายทั่วโลกทุกวันนี้เผชิญกับความท้าทายแบบเดียวกัน คือ ความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการปฏิบัติงานของตน เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากองค์กรใดไม่สามารถปรับตัวหรือพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงได้นั้น ย่อมทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีความเสี่ยงที่จะล่มสลายได้ ซึ่งในทางกลับกันองค์กรใดมีการจัดการที่ดี มีการพัฒนาองค์ความรู้ที่ดีนั้น จะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรนั้นๆ เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร แล้วในที่สุดจะนำไปสู่การช่วยให้องค์กรนั้น สามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน ซึ่งนวัตกรรมทางด้านการจัดการ เป็นนวัตกรรมประเภทหนึ่งที่ต้องคำนึงอย่างมากได้พยายามนำมาใช้โดยผู้บริหารมักจะมี ความเชื่อว่าถ้าองค์กรสามารถนำเอานวัตกรรมทางด้านการจัดการใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้ ย่อมทำให้องค์กรมีความพร้อมและสามารถที่จะแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้ ซึ่งนวัตกรรมทางด้านการจัดการ ได้แก่ การนำหลักการ แนวคิด และวิธีการใหม่ๆ ทางด้านการจัดการเข้ามาใช้ในการบริหารองค์กร ซึ่งหลักการแนวคิดและวิธีการใหม่ๆ เหล่านี้ อาจจะเป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการต่างๆ ที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของอรรธกิต พังงา (2555 : เว็บไซต์) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมด้านการจัดการ เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับองค์กรในการที่แสวงหาโอกาสและความได้เปรียบในการแข่งขันในการนี้ คงต้องมุ่งความสำคัญไปที่บุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมอย่างแท้จริง นั่นคือ ผู้นำนวัตกรรมที่จะกำหนดวิสัยทัศน์นวัตกรรมไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจังและสามารถสะท้อนความสำเร็จในเชิงรูปธรรม และการสร้างคนนวัตกรรม เพื่อให้สามารถสร้างและพัฒนาองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง การสร้างองค์กรนวัตกรรมจะเป็นยุทธวิธีที่สำคัญจะทำให้องค์กรอยู่รอดท่ามกลางสงครามของการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ

5.1.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ โดยใช้ตัวแปรด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อให้ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในอนาคตต่อไป

5.1.3 ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมนอกจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เช่น การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

5.2. ประโยชน์ในเชิงการวิจัย

ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยนี้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบายนวัตกรรมขององค์กร อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

นวัตกรรมองค์การสมัยใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ควรนำนวัตกรรมองค์การสมัยใหม่ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบาย และพัฒนากิจการให้ไปสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผน การปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เพื่อสร้างองค์กรให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรม. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก <http://www.oie.go.th>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574. กรุงเทพฯ : ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก www.industry.go.th.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2555). แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พ.ศ. 2555 - 2559. กระทรวงอุตสาหกรรม, จาก www.oie.go.th.
- กิตติพงศ์ วิเวกานนท์, กำพล กิจระภูมิ, ไพบุลย์ ภัทรเบญจพล, สุชาติ ยัวร์วิ, กฤษชัย อนรรฆมณี และชาญชัย พรศิริรุ่ง. (2547). การจัดการกระบวนการ. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- กิ่งแก้ว เขียมแจ่ม. (2556). การพัฒนาสมรรถนะงานใหม่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กิริติ ยศียงยง. (2552). องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิด และกระบวนการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระภา จันทร์บัว. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมองค์กรกับผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย. ก.จ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิติ รัตนปรีชาเวช. (2553). ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ. ดุษฎีนิพนธ์ กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). เส้นทางกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2545). ระบบการบริหารต้นทุนกิจกรรมและระบบการวัดผลคุณภาพ. กรุงเทพฯ : ธรรมนิติเพรส.
- วุฒิพงษ์ ภักดีเลลา. (2554). การศึกษาคุณลักษณะขององค์การนวัตกรรม : กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริวรรณท์ ศิวพิทักษ์. (2557). กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ

วารสารสุทธิปริทัศน์ 28 (85) หน้า 45-60

อรรธิกา พังงา. (2555). *เส้นทางสู่การสร้างองค์กรนวัตกรรม*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก

www.train.cdd.go.th/idp57/photo/31704001539325957.pdf

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การจัดการความรู้กับนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ : สามลดา.

Abdul T. B., & Esam, M. A. (2012). Impact of total quality management on innovation in service

organizations : Literature review and new conceptual framework. Malaysian Technical Universities Conference on Engineering & Technology 2012, MUCET 2012.

Aker, D. A., Kumer, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New york : John Wiley & Sons.

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

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



คำแนะนำและการจัดเตรียมต้นฉบับ
วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ โดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอ บทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์ จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาค หรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

- | | |
|---------------------------|--|
| • การบัญชี | • การตลาด |
| • การจัดการ | • การจัดการทรัพยากรมนุษย์ |
| • การประกอบการ | • คอมพิวเตอร์ธุรกิจ |
| • เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ | • พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ |
| • การเงิน | • เศรษฐศาสตร์ |
| • ธุรกิจระหว่างประเทศ | • หัวข้ออื่นที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ |

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript preparation)

ต้นฉบับที่ส่งมายังบรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการต้องประกอบด้วยบทความต้นฉบับ จำนวน 3 ชุด และแผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีที่บรรจุข้อมูลต้นฉบับ 1 แผ่น ระบุชื่อบทความ และชื่อผู้เขียนกำกับไว้ที่แผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีทุกแผ่น (หากมีมากกว่า 1 แผ่น)

เอกสารอื่นที่ต้องแนบมาพร้อมกับต้นฉบับ

- 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 ความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบ ในบทความ บทความนั้นจะถูกส่งกลับไปยังผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) เพื่อทำการแก้ไขบทความ ที่จัดเตรียมถูกต้องตามระเบียบการตีพิมพ์และมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาจะถูกส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขา ที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคุณค่าต่อไป

องค์ประกอบบทความงานวิจัย (Research article)

จัดเตรียมเนื้อหาตามลำดับดังนี้: ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ เนื้อหา เอกสารอ้างอิง โดยหน้าชื่อเรื่องควรมีข้อมูล ตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย เมือง จังหวัด) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับ ติดต่อ

บทคัดย่อ

บทความงานวิจัยต้องประกอบด้วยบทคัดย่อที่ระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษาและบทสรุป ความยาวไม่เกิน 300 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้เขียนเขียนบทคัดย่อทั้ง ภาษาอังกฤษและภาษาไทย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผล การศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควร มีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

1. การจัดรูปแบบบทความ

- 1.1 จัดหน้ากระดาษให้ได้ขนาด A4 โดยตั้งค่าน้ำกระดาษขอบบน 2.5 เซนติเมตร ขอบล่าง 2.5 เซนติเมตร 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 และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (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 ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ 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 และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (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) ให้ขีดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร 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 และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนอนิรูปกรภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เเงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อหา (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

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดมและ พยอม สิงเสนห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมาย จุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสนห์ 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 :

เว็บไซต์

ชวนะ ภวานันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่าเดิม. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.businessstgai.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

Scarborough, D. A., Coblenz, 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. หน้า)
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. หน้า)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย.....*² และ.....³

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

คำสำคัญ : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

Abstract (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

Keywords : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

* รายละเอียดของผู้นิพนธ์ภาษาไทย (เนื้อหา Cordia New 12 pt. ปกติ) หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ Email

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

(พูดถึง Model).....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หน้า)

โมเดลของ.....

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลด้วยสมมุติฐาน โยงเข้า Hypotheses.....
.....
.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....

สมมุติฐานการวิจัย 1 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

สมมุติฐานการวิจัย 2 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(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. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

6. สรุปผลการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

.....
.....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ).....
.....
.....
.....

เอกสารอ้างอิง (Cordia New 16 pt. หน้า)

ตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)



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) |
| ☐ ปรัชญา (critical review paper) | |

โดยเป็นส่วนหนึ่งของ ☐ งานวิจัย ☐ วิทยานิพนธ์ (เอก) ☐ วิทยานิพนธ์ (โท) ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

คำรับรองจากผู้เขียน

“ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ขอรับรองว่า ต้นฉบับที่เสนอนี้ยังไม่เคยได้รับตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด 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 2561 สัปดาห์ 08