

บรรณาธิการ

สวัสดีครับ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 1 ปีที่ 10 ประจำปี 2561 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการ ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการศึกษา

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

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 17 บทความ ได้แก่ 1) การศึกษาการค้าชายแดนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติกับผลการดำเนินงาน 3) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 4) การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน 5) ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงาน 6) การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน 7) ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับผลการปฏิบัติงาน 8) Factors Affecting Customer Satisfaction in Digital Technology for Express Services in Thailand 9) กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงาน 10) ความยืดหยุ่นองค์กรกับประสิทธิผลการดำเนินงาน 11) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการปฏิบัติงาน 12) การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กร 13) การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ 14) ความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงาน 15) กลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์กับผลการดำเนินงานทางการตลาด 16) การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงาน และ 17) ความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จองค์กร

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากทำวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 1 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ สงคริโรจน์

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2561

สารบัญ	หน้า
1. การศึกษาการค้าชายแดนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์ मुखसुदा พูลสวัสดิ์	1
2. ผลกระทบของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออก สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ธารทิพย์ แก้วทะชาติ สุมิตรา จิระวุฒินันท์ นริศรา สัจจพงษ์	15
3. ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อนุสรฯ ขจรนาม วรภาพร เปรมพาณิชย์กุล ณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ	27
4. การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก วรรณภา ลีอกิตินันท์ กัญจนวลัย นนทแก้ว แพร่รี	38
5. ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงาน ของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา สุพรรณณี ทัทธานี ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ เกสินี หมั่นไธสง	50

สารบัญ	หน้า
6. ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เปรมยุดา ท้าวบุตร อัครเดช ฉวีรักษ์ สลักจิต นิลพาย	60
7. ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อรสา ไชยผง อัครเดช ฉวีรักษ์ สลักจิต นิลพาย	74
8. Factors Affecting Customer Satisfactions in Digital Technology for Express Services in Thailand Suwimol Pratomsiripaisan Chulaporn Kobjaiklang	84
9. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จิรประภา นิมารมย์ มณีนรัตน์ วงษ์ขิม รัตนาวดี สนิธิประสาท	109
10. ผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ชรินทร์ทิพย์ ทิวาพัฒน์ นริศรา สัจจพงษ์	120
11. ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย วรินรัมย์ นนทะชัย ขจิต ณ กาฬสินธุ์ รัตนาวดี สนิธิประสาท	131

12. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กร
ของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย 143

ดวงหทัย ใจภักดี

จรรวย สาวีถี

มณีนีรัตน์ วงษ์ขี้ม

13. ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย 154

อัจจิมา อินทรวีเชียร

จรรวย สาวีถี

มณีนีรัตน์ วงษ์ขี้ม

14. ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงาน
ของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 165

นลินี ดมหอม

อัครเดช ฉวีรักษ์

สลักจิต นิลพาย

15. ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาด
ของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย 175

มยุรีย์ มะโนมัย

ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา

ชุติมา เรืองอุตมานันท์

16. ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงาน
ของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 186

วินท์นิศา รักภักดี

จุลสุขดา ศิริสม

ณัฐวรรณ มุสิก

17. ความสัมพันธ์ระหว่างความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 197

รุ่งนภา สุทธิชัย

จรรวย สาวีถี

มณีนีรัตน์ วงษ์ขี้ม

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2561

สารบัญ	หน้า
1. The Study of Cross Border Trade of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Aranyaprathet District, Sakaeo Province <i>Jutamard Thaweepaiboonwong</i> <i>Prapaipit Sawatrum</i> <i>Muksuda Poolsawat</i>	1
2. The Effect of Internationalization Strategy on Performance of Gems and Jewelry Businesses in Thailand <i>Tharnthip Kaeathachat</i> <i>Sumittra Jirawuttinunt</i> <i>Narissara Sujchaphong</i>	15
3. Impact of Innovation Knowledge and Capacity on Work Efficiency of Bookkeepers in North-Eastern Region <i>Anussara Khajornnam</i> <i>Varaporn Prempanichnukul</i> <i>Nattawut Tontiset</i>	27
4. Perception of Happy Workplace of Labor in Eastern Industrial Estate <i>Wannapa Luekitinan</i> <i>Kanvalai Nontakeaw Ferry</i>	38
5. Relationships between Work Honesty and Work Efficiency of Accountants in Education Solution Under office of Vocational Education Commission <i>Supanee Thapthanee</i> <i>Suttinee Prachsriphum</i> <i>Kesine Muenthaisong</i>	50

6. Effects of Financial Practice Risk Management on Financial Operational Success of Higher Education Institution in Thailand	60
<i>Premyuda Tawbud</i>	
<i>Aukkaradej Chaveerug</i>	
<i>Salakjit Ninlaphay</i>	
7. Relationships between Accounting Practice Responsibility and Job Performance of Bookkeepers in the Northeast	74
<i>Orasa Chaiyaphong</i>	
<i>Aukkaradej Chaveerug</i>	
<i>Salakjit Ninlaphay</i>	
8. Factors Affecting Customer Satisfactions in Digital Technology for Express Services in Thailand	84
<i>Suwimol Pratomsiripaisan</i>	
<i>Chulaporn Kobjaiklang</i>	
9. Relationships between Modern Electronic Commerce Strategy and Performance of Electronics Commerce Businesses in Thailand	109
<i>Chiraprapha Nimaram</i>	
<i>Manirath Wongsim</i>	
<i>Rattanawadee Sonthiprasat</i>	
10. Effects of Organizational Flexibility on Operational Effectiveness of Information Technology and Communication Businesses in Thailand	120
<i>Kharintip Tivapat</i>	
<i>Narissra Sujchaphong</i>	
11. Effects of Information Technology Skills on Job Performance of Information Technology Executive of Computer Manufacturing and Assembly Businesses in Thailand	131
<i>Warinrat Nonthachai</i>	
<i>Khajit Na Kalasin</i>	
<i>Rattanawadee Sonthiprasat</i>	

12. Relationships between Information Technology Excellence Management
and Organizational Success of Auto Parts Manufacturing Businesses in Thailand 143
Duanghati Jaipakdee
Charuay Savithi
Manirath Wongsim
13. Relationships between Dynamic Database Management and Customer Relationship
Management Success of Private Hospital Businesses in Thailand 154
Auggima Aintarawichen
Charuay Savithi
Manirath Wongsim
14. The Relationship between Practice Confidence and Job Efficiency
of Tax Audit Officer of Bangkok Area Revenue Office 165
Nalinee Domhorm
Aukkaradej Chaveerug
Salakjit Ninlaphay
15. Effects of Product Creativity Strategy on Marketing Performance
in Fashion Businesses in Thailand 175
Mayuree Manomai
Supamong Pinveha
Chutima Ruanguttamanun
16. The Relationship between Continuous Knowledge Development and Performance
of Saving and Credit Cooperative Accountants in Northeast 186
Winnisa Rakpakdee
Julsuchada Sirisom
Naratthawun Musik
17. Relationships between Business Intelligence and Organizational Success
of Electronics Commerce Businesses in Thailand 197
Rungnapha Suttichai
Charuay Savithi
Manirath Wongsim

การศึกษาการค้าชายแดนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

อำเภออรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว

The Study of Cross Border Trade of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Aranyaprathet District, Sakaeo Province

จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์* ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์² และมุขสุดา พูลสวัสดิ์³

Jutamard Thaweepaiboonwong* Prapaipit Sawatrum² and Muksuda Poolsawat³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ชายแดนอรัญประเทศ ใน 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่โรงเกลือ และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการนำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศ (2) ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบจากแหล่งซื้อ (3) ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ และ (4) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของผู้ประกอบการ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง การสังเกต และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการทั้งสิ้น 400 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่นำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดน ผู้ประกอบการในบริเวณโรงเกลือ และผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการเกี่ยวเนื่อง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่า t-test และไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในพื้นที่โรงเกลือมีการซื้อขายสินค้าเป็นเงินสดเป็นหลัก มีการใช้เงินสดเงินบาท โดยสินค้ามีแหล่งผลิตจากกัมพูชามากที่สุด รองลงมาคือจากไทย และจีน ผู้ประกอบการที่นำเข้าและส่งออกผ่านด่านชายแดนซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตโดยตรงและซื้อจากแหล่งจำหน่ายต่อในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบในระดับมากที่สุดได้แก่ คุณภาพของสินค้า ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการคือความไม่คล่องตัวในการนำเข้าส่งออกผ่านด่าน และต้นทุนการประกอบการ ผู้ประกอบการกว่าร้อยละ 50 มีความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนด้วยการลดภาษีและด้านการตลาด

คำสำคัญ : การค้าชายแดน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พฤติกรรมการซื้อขายสินค้า

^{*.2} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

² Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus

³ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

³ Lecturer, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus

Abstract

This study aimed to investigate (1) the buying and selling goods behavior of SMEs entrepreneurs in Rong Kluea area and SMEs importers-exporters, who have an import/export business presses Aranyaprathet border custom, (2) the market factors that the importer and the exporter attach importance to make a decision to purchase goods/raw material from source of purchase, (3) the supported requirements of the entrepreneurs by government, and (4) problems and obstacles in the operation. The data collection based on interview the relevant persons, observation, and surveys questionnaire with the sample of 400 entrepreneurs that consist of the import-export entrepreneurs cross the border checkpoint, entrepreneurs around Rong Kluea, and entrepreneurs who have the business related. The statistics used for analyzing data were descriptive statistics that include a percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics were used to analyze in form of t-test and Chi-square.

The study showed that the cash was the most popular payment method of entrepreneurs in Rong Kluea for buying and selling their own goods and Thai baht is an important currency. Cambodia is the most important source of goods production, followed by Thai and China respectively. The importing-exporting entrepreneurs cross the border checkpoint to buy goods directly from source of production, and to buy from intermediaries in the same amount of goods purchased from the origin. The three most important factors affecting decision to purchase goods/raw material of entrepreneurs are quality of products, reasonable prices with quality, and variety of goods. Furthermore, problems and barriers of entrepreneurs are inconvenience of customs procedures and operating costs. There were over 50 percent of entrepreneurs that need the governmental supports by introducing tax reduction policy and marketing.

Keyword: Cross Border Trade, Small and Medium Enterprise, Buying and Selling Goods Behavior

1. บทนำ

ในพื้นที่ภาคตะวันออกของไทย มีพรมแดนติดกับประเทศสาธารณรัฐกัมพูชาทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยเริ่มตั้งแต่จังหวัดอุบลราชธานี ศรีสะเกษ สุรินทร์ บุรีรัมย์ สระแก้ว จันทบุรี และตราด โดยความยาวของเส้นเขตแดนประมาณ 725 กิโลเมตร โดยจังหวัดสระแก้วมีบริเวณชายแดนที่เปิดการค้ากับประเทศกัมพูชา 4 แห่ง ได้แก่ ด้านพรมแดนบ้านคลองลึก (จุดผ่านแดนถาวรบ้านคลองลึก) อำเภออรัญประเทศ กับปอยเปต อำเภอโอโฉรว จังหวัดบันเตียนเมียนเจย และจุดผ่อนปรนการค้า 3 แห่ง ได้แก่ จุดผ่อนปรนบ้านเขาหิน อำเภอคลองหาด บ้าน 13 อำเภอสำราญ จังหวัดพระตะบอง จุดผ่อนปรนบ้านหนองปรือ อำเภออรัญประเทศ กับบ้านมาลัย อำเภอมาลัย จังหวัดบันเตียนเมียนเจย และจุดผ่อนปรนบ้านตาพระยา กับบ้านบึงตะกวน อำเภอทมิฬพาก จังหวัดบันเตียนเมียนเจย (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2552: เว็บไซต์)

สำหรับจุดผ่านแดนถาวรคลองลึก อำเภออรัญประเทศ กับปอยเปต อำเภอโอโฉรว จังหวัดบันเตียนเมียนเจย ซึ่งอยู่ห่างจากชายแดนไทย 2 กิโลเมตร เป็นจุดผ่านแดนถาวรเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2541 มีสถานที่ราชการสำคัญ ได้แก่ ด้านตรวจคนเข้าเมือง ด้านศุลกากรอรัญประเทศ รวมทั้งหน่วยรักษาความปลอดภัยทางทหาร ตำรวจ

และพลเมืองอีกจำนวนหนึ่ง จุดผ่านแดนถาวรบ้านคลองลึกมีมูลค่าการค้ามากที่สุดเมื่อเทียบกับช่องทางการค้ากับประเทศกัมพูชาช่องทางอื่นๆ โดยมีสัดส่วนมูลค่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการค้าชายแดนไทย-กัมพูชาทั้งหมด บริเวณใกล้เคียงจุดผ่านแดนเป็นที่ตั้งของตลาดคลองลึกหรือตลาดโรงเกลือ ซึ่งเป็นตลาดการค้าชายแดนขนาดใหญ่ที่สุดของไทย ทั้งนี้ มูลค่าสินค้าส่งออกและนำเข้าด้านศุลกากรอรัญประเทศมีมูลค่าสินค้านำเข้าน้อยกว่ามูลค่าสินค้าส่งออกในทุกๆ ปีและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น โดยปี 2557 การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณด้านศุลกากรอรัญประเทศ จังหวัดสระแก้ว มีมูลค่าสินค้าส่งออกรวมทั้งสิ้น 57,613 ล้านบาท มูลค่าสินค้านำเข้า 13,279 ล้านบาท (ด้านศุลกากรอรัญประเทศ, 2558: เว็บไซต์)

จากความสำคัญดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาพฤติกรรมการค้าชายสินค้าของ SMEs ในพื้นที่ด้านอรัญประเทศ ใน 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่โรงเกลือ และผู้ประกอบการ SMEs การที่นำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศ ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการคำนึงถึงในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่อำเภออรัญประเทศ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

จากการศึกษาของสำนักงานภาคและสาขาย่อยนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548) ถึงการค้าชายแดนไทย 5 ประเทศ รวมทั้งประเทศกัมพูชา แสดงให้เห็นว่าในภาพรวม การค้าระหว่างประเทศไทยและกัมพูชาเป็นการค้าในรูปแบบสากล ผู้ประกอบการสามารถดำเนินการซื้อขายสินค้าตามคำสั่ง โดยส่วนใหญ่จะติดต่อซื้อขายโดยตรงจากส่วนกลาง ได้แก่ กรุงเทพฯและปริมณฑล และทำการส่งออกทางท่าเรือกรุงเทพฯ หรือท่าเรือแหลมฉบัง ส่วนการค้าตามแนวชายแดนระหว่างไทย-กัมพูชาเป็นการค้าระหว่างผู้ส่งออกไทยในจังหวัดชายแดนไทยกับผู้นำเข้ากัมพูชาที่อยู่ตามจังหวัดชายแดนของกัมพูชา ซึ่งเมื่อได้ดำเนินการผ่านพิธีการทางศุลกากรเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการสามารถส่งสินค้าไปยังกัมพูชาโดยผ่านจุดผ่านแดนถาวรหรือจุดผ่อนปรนที่มีอยู่ตามแนวชายแดนไทย กัมพูชาได้ตามที่ขออนุญาตจากศุลกากร เพื่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรทำการตรวจสอบสินค้าให้ถูกต้องตามระเบียบข้อบังคับของทางการ โดยใช้รูปแบบการขนส่งสินค้า ได้แก่ 1) พ้อค้าไทยส่งมอบสินค้าให้กับพ้อค้ากัมพูชาบริเวณด่านการขนส่งสินค้าทางบก) 2) พ้อค้าไทยจ้างเรือบรรทุกสินค้าไปให้พ้อค้ากัมพูชา (การขนส่งสินค้าทางน้ำ) 3) พ้อค้ากัมพูชาส่งเรือมาบรรทุกสินค้าเอง

ในการชำระค่าสินค้า การชำระค่าสินค้าจำนวนไม่มากจากการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการรายย่อยบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา จะชำระเงินด้วยเงินสดสกุลบาท สกุลดอลลาร์สหรัฐ สำหรับผู้ประกอบการรายใหญ่ชำระค่าสินค้าที่มีมากจำนวนเงินสูงมีวิธีการชำระเงินด้วย 1) เงินสดในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐ 2) ผ่านระบบธนาคารจากธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพฯ ถึงสาขาธนาคารพาณิชย์ไทยในกรุงพนมเปญ พระตะบองและเสียมราฐด้วยระบบ T/T (Telegraphic Transfer) ระบบ D/P (Documents Against Payment) D/A (Documents Against Acceptance) และระบบ L/C 5) การชำระเงินโดยผ่านตลาดแลกเปลี่ยนเงินนอกระบบ (โพลีก๊วน) และ 4) การชำระเงินผ่านระบบหักบัญชี (สำนักงานภาคและสาขาย่อยนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548: 169-179)

สำหรับปัญหาและอุปสรรคของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา สำนักงานภาคและสาขาย่อยนโยบายทางการเงินธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548 : 169-179 ได้ให้ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ได้แก่ 1) ความไม่มั่นคงทางการเมืองของประเทศกัมพูชา ทำให้กฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้ามีความเปลี่ยนแปลง

2) ขั้นตอนและระเบียบการส่งออกของไทยมีระเบียบขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน และมีเอกสารประกอบมาก ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง 3) การค้าระหว่างผู้ส่งออกไทยกับผู้นำเข้ากัมพูชาบริเวณชายแดน ส่วนใหญ่เป็นการทำการค้าที่ไม่มีการทำสัญญา ส่งผลให้มีการโกงกันบ่อยครั้ง 4) มีการเรียกเก็บเงินค่าธรรมเนียมบนอกระบบจากเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นของกัมพูชาหลายหน่วยงาน ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงขึ้น และไม่ขนส่งสินค้าผ่านจุดผ่านแดนถาวรแต่ไปเลี้ยงใช้จุดผ่อนปรนอื่นๆ แทน และ 5) การทำธุรกรรมการค้าผ่านระบบธนาคารยังมีค่าใช้จ่ายสูงหรือค่าธรรมเนียมสูงกว่าการชำระเงินนอกระบบ นอกจากนี้ ส่วนบริหารงานทวิภาคี สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2558) ได้ทำการศึกษาและรายงานปัญหาและอุปสรรคทางการค้าในประเด็นอื่นๆ ได้แก่ 1) ปัญหาระบบการคมนาคมและสาธารณูปโภคไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การติดต่อสื่อสารและคมนาคมล่าช้า 2) ปัญหาการลักลอบทำการค้าผิดกฎหมาย เช่น การนำเข้าอัญมณี ไม้ รถยนต์ที่ถูกลักขโมย และสินค้าเกษตร และการลอกเลียนและปลอมแปลงเครื่องหมายการค้าและผลิตภัณฑ์ 3) กฎระเบียบการค้าไม่แน่นอนมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย เนื่องจากอยู่ในระยะการพัฒนาประเทศและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่มีประสิทธิภาพ 4) สินค้าที่ส่งออกมีการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมให้กับด่านต่างๆ ในลักษณะที่ผิดกฎหมายจำนวนมาก ทำให้ต้นทุนสินค้าเพิ่มขึ้น 5) การใช้มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี อาทิ การตรวจสอบสินค้าก่อนการนำเข้า ฯลฯ ทำให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าไปยังกัมพูชาสูงขึ้น และ 6) ระบบธนาคารพาณิชย์ยังไม่มีที่นิยมมีการใช้เงินสดในการค้าทั่วไปค่อนข้างมาก

ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อสินค้าในบริเวณตลาดโรงเกลือนั้น จากการศึกษาของ รุ่งทิพา กวางเด็น (2556) พบว่า พฤติกรรมหลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโรงเกลือของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าที่มีให้เลือกหลากหลายในราคาถูก รองลงมาคือ เพื่อซื้อสินค้าไปขายในจังหวัดอื่น เพื่อซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีให้เลือกซื้อได้อย่างเปิดเผย ต้องการมาสัมผัสบรรยากาศชายแดน เพื่อซื้อสินค้ามือสองที่มีให้เลือกซื้อจำนวนมากในการเดินทางมาตลาดโรงเกลือต่อครั้งพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวตลาดโรงเกลือมากที่สุด 1,000-2,000 บาท รองลงมาคือ 2,001-3,000 บาท, 5,001 บาทขึ้นไป, 3,001-4,000 บาท, 4,001-5,000 บาท และต่ำกว่า 1,000 บาท ส่วนเมษยา วงษ์กำภู (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมซื้อสินค้าประเภทเครื่องหนัง (กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น) เหตุผลในการซื้อสินค้า คือ ใช้ส่วนตัว โดยมีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อสินค้า นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยมักเดินทางมาซื้อสินค้าในวัน เสาร์ อาทิตย์ โดยมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับตลาดโรงเกลือจากผู้ที่เคยไปซื้อมาก่อนแล้ว และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อต่อครั้ง 2,500-5,000 บาท จำนวนครั้งในการเดินทางมาซื้อสินค้าที่ตลาดโรงเกลือต่อปีโดยเฉลี่ย 3-5 ครั้งต่อปี นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

สำหรับการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาดโรงเกลือ โดยนันทภัทร อินทร์คำ (2554) พบว่า ส่วนใหญ่เลือกสินค้าประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในการซื้อสินค้าต่อครั้งมากกว่า 50,000 บาท ความถี่ในการมาซื้อสินค้า ประมาณ 3 ครั้งต่อเดือน ลักษณะของสินค้าที่เลือกซื้อคือ สินค้ามือสองไม่เจาะจงตรายี่ห้อ จะเลือกซื้อจากร้านค้าที่เคยซื้อเป็นประจำ ชำระเงินค่าสินค้าเป็นเงินสด เดินทางมาซื้อสินค้าโดยรถส่วนตัว ใช้วิธีการขนส่งสินค้าที่ซื้อกลับเองทั้งหมด ช่วงเวลาในการมาซื้อสินค้า คือ วันจันทร์ ถึง ศุกร์ โดยพ่อค้าคนกลางให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

3.วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ จากการรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลสถิติการค้าในพื้นที่ ข้อมูลการค้าชายแดนในพื้นที่ด่านอรัญประเทศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสระแก้ว หอการค้าจังหวัดสระแก้ว และด่านศุลกากรอรัญประเทศ งานวิจัยต่างๆ เกี่ยวกับการค้าชายแดน เพื่อทราบถึงสถานการณ์การค้าชายแดนของ SMEs ไทยกับกัมพูชา

3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์บุคลากรจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านศุลกากร หอการค้าจังหวัดสระแก้ว ตัวแทนของผู้นำเข้าและผู้ส่งออกในการดำเนินพิธีการศุลกากร (ผู้ให้บริการชิปปิ้ง) ผู้ประกอบการ SMEs ที่ดำเนินการส่งออกและนำเข้าบริเวณด่านการค้าชายแดน รวมทั้งผู้ประกอบการในบริเวณโรงเกลือ และการสำรวจภาคสนามโดยใช้แบบสอบถาม ในประเด็นพฤติกรรมการซื้อขายสินค้า ปัจจัยทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบของผู้ประกอบการ ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่อำเภออรัญประเทศ

สำหรับในส่วนของปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ SMEs ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบจากแหล่งซื้อ ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวของ Likert 's Scale ก่อนการเก็บข้อมูลทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือวัด โดยเริ่มจากศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษาเทียบเคียงมาตรวัดที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นทำการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้จำนวน 30 ราย หาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach ของปัจจัยทางการตลาดโดยรวมได้ เท่ากับ 0.896 และค่าสัมประสิทธิ์รายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.776 0.798 0.839 และ 0.876 ตามลำดับ

โดยในการแปลผลพิจารณาโดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ยในแต่ละประเด็น ดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด คะแนนเฉลี่ย 1.80 – 2.60 หมายถึง ให้ความสำคัญในระดับน้อย คะแนนเฉลี่ย 2.60-3.40 หมายถึง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ให้ความสำคัญในระดับมาก และคะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ข้าวจาลย์ เรื่องประพันธ์, 2539)

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดสระแก้วซึ่งมีผู้ประกอบการ SMEs ทั้งที่เป็นนิติบุคคลและไม่ใช่นิติบุคคล จำนวน 20,423 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557: เว็บไซต์) การคำนวณขนาดตัวอย่างใช้เกณฑ์ของ Yamane (1977) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 393 ราย คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง ความต้องการการสนับสนุนของภาครัฐ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการซื้อสินค้า/วัตถุดิบ ส่วนสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบจากแหล่งซื้อของผู้ประกอบการในการส่งออก

และในการนำเข้าสินค้าผ่านด่านชายแดน และค่า chi-square สำหรับเปรียบเทียบสัดส่วนความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนทั้งหมดจำนวน 400 รายที่ทำการสำรวจ ดำเนินธุรกิจ ในรูปบริษัท/ห้างหุ้นส่วน รวมประมาณร้อยละ 40 และเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวประมาณร้อยละ 60 ผู้ประกอบการ มีการดำเนินธุรกิจทั้งในภาคการผลิต การค้า และบริการ โดยมีความเกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนในหลายรูปแบบ ได้แก่ การเป็นผู้ส่งออกและนำเข้าชายแดนทั้งที่ผ่านด่านและวิธีอื่นๆ การดำเนินธุรกิจเชื่อมโยง การเป็นตัวแทน ดำเนินการส่งออกและนำเข้า และการประกอบการในพื้นที่โรงเกลือ (ตารางที่ 1) โดยสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการนำเข้าส่งออกผ่านด่านส่วนใหญ่จดทะเบียนในรูปบริษัท/ห้างหุ้นส่วน และสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ในพื้นที่โรงเกลือเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียวไม่จดทะเบียนพาณิชย์

ตาราง 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน	ร้อยละ (ราย)	รายการ	จำนวน	ร้อยละ (ราย)
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ			ความเกี่ยวข้องกับการค้าชายแดนของ SMEs*		
- บริษัทจำกัด	72	18.00	- ส่งออกผ่านด่าน	152	38.00
- ห้างหุ้นส่วนจำกัด	72	18.00	- ส่งออกด้วยวิธีอื่นๆ	83	20.75
- ห้างหุ้นส่วนสามัญ	14	3.50	- นำเข้าผ่านด่าน	74	18.50
- เจ้าของคนเดียวจดทะเบียนพาณิชย์	50	12.50	- นำเข้าด้วยวิธีอื่นๆ	190	47.50
- เจ้าของคนเดียวไม่จดทะเบียนพาณิชย์	192	48.00	- ธุรกิจเชื่อมโยง	65	16.25
สาขาการผลิต*			- ธุรกิจซิปโป้ง	59	14.75
- การผลิต	35	8.75			
- ค้าส่ง	204	51.00			
- ค้าปลีก	241	60.25			
- บริการ	76	19.00			

หมายเหตุ: * หมายถึงตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าบริเวณโรงเกลือ

สำหรับผู้ประกอบการบริเวณโรงเกลือ จากการสำรวจผู้ประกอบการในพื้นที่ตลาดโรงเกลือรวม 250 ราย พบว่า ส่วนใหญ่จะเช่าสถานที่ขายอยู่ในโรงเกลือร้อยละ 94 มีร้านเดียวไม่มีสาขาร้อยละ 92.67 พนักงานและเจ้าของ เป็นชาวกำพูขาร้อยละ 86.67 โดยมีผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายมากที่สุดประมาณ ร้อยละ 46

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการในตลาดโรงเกลือ ดังตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการ มีการซื้อสินค้าที่นำมาจำหน่ายมาจากประเทศกัมพูชามากที่สุดร้อยละ 43.33 โดยทุกรายใช้เงินในการซื้อขายสินค้า

เป็นเงินสกุลบาททั้งหมด แต่บางรายอาจรับเงินสกุลอื่นด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานภาคและสายนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548) ซึ่งได้ให้เหตุผลถึงความสะดวกในการซื้อขายจากการชำระค่าสินค้าด้วยเงินบาทของพ่อค้ารายย่อยตามแนวชายแดน ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะประกอบกิจการลักษณะขายปลีกอย่างเดียวร้อยละ 68.67 โดยผู้ประกอบการจะตั้งราคาสินค้าเพื่อการต่อรองไว้ซึ่งพบว่าลูกค้าสามารถต่อรองราคาได้ร้อยละ 91.33 และต่อรองราคาไม่ได้ร้อยละ 8.67 ในการกำหนดราคาสินค้าก็ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า โดยส่วนใหญ่มีการตั้งราคาขายเฉลี่ยต่อชิ้นราคาประมาณไม่เกิน 300 บาท เงื่อนไขของการจำหน่ายสินค้าจะขายเป็นเงินสดทั้งหมดเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนต่างพื้นที่หรือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทย (ร้อยละ 70.67) มีทั้งคนในพื้นที่และต่างพื้นที่ วัตถุประสงค์การซื้อสินค้า คือ มีทั้งซื้อไปใช้เองและซื้อไปจำหน่ายต่อ รองลงมาคือ กลุ่มลูกค้าชาวกัมพูชา ร้อยละ 25.33 ซึ่งมีทั้งลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปใช้เองและซื้อสินค้าไปขายต่อในประเทศกัมพูชา ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งทิพา กวางเด็น (2556) ทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเชิงกายภาพตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา กรณีศึกษา: ตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดโรงเกลือของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าที่มีให้เลือกหลากหลายในราคาถูก รองลงมาคือ เพื่อซื้อสินค้าไปขายในจังหวัดอื่น (การค้าส่ง)

ตาราง 2 พฤติกรรมการซื้อและการขายสินค้าของผู้ประกอบการในตลาดโรงเกลือ

พฤติกรรมด้านการซื้อสินค้า	ร้อยละ	พฤติกรรมด้านการขายสินค้า	ร้อยละ
แหล่งผลิต/แหล่งซื้อสินค้ามาจำหน่าย*		การต่อรองราคา	
- สั่งผลิต	2.00	- ต่อร์องได้	91.33
- ซื้อมาจากไทย	38.00	- ต่อร์องไม่ได้	8.67
- ซื้อมาจากกัมพูชา	43.33	ราคาสินค้าที่ขายเฉลี่ยต่อชิ้น	
- ซื้อมาจากจีน	25.33	- ไม่เกิน 150 บาท	38.67
- ซื้อมาจากแหล่งอื่นๆ	2.00	- 151-300 บาท	34.00
สกุลเงินที่ใช้ซื้อขาย*		- 301-450 บาท	12.67
- เงินบาท	100.00	- 451-600 บาท	8.67
- เงินเรียล	1.33	- มากกว่า 600 บาท	6.00
- เงินดอลลาร์สหรัฐ	1.33	เงื่อนไขการขาย	
สัญชาติลูกค้า*		- ขายเงินสด	100.00
- คนไทย	70.67	- ให้เครดิต	0.00
- คนกัมพูชา	25.33	การขนส่งสินค้า	
- คนไทยและกัมพูชา	3.33	- ไม่มีบริการขนส่ง	80.00
- อื่น	0.67	- มีบริการขนส่ง	20.00
รูปแบบการขาย			
- ขายทั้งปลีกและส่ง	31.33		
- ขายปลีกอย่างเดียว	68.67		

หมายเหตุ: * หมายถึงตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สำหรับลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการโรงเกลือ นั้น ลูกค้าส่วนใหญ่จะเดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว เพื่อซื้อสินค้าและขนส่งสินค้ากลับไปเอง ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80) จึงไม่มีบริการขนส่งสินค้า สำหรับผู้ประกอบการที่มีบริการจัดส่งสินค้า ให้การขนส่งผ่านรถทัวร์ รถตู้ ไปรษณีย์ไทย โดยให้ลูกค้ารับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดส่ง หรือคิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม หรือบางกิจการมีเงื่อนไขการจัดส่งสินค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายสำหรับลูกค้าชาวไทย เช่น บริการจัดส่งฟรีในพื้นที่ไม่เกิน 40 กิโลเมตร หรือซื้อสินค้าตั้งแต่ 50,000 บาท เป็นต้น สำหรับลูกค้าชาวต่างชาติ หรือชาติอื่น หากให้กิจการดำเนินการจัดส่งสินค้าให้ ทางกิจการยินดีดำเนินการให้ แต่ลูกค้าต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าซึ่งบางกิจการจะคิดราคาตามจริง หรือบางกิจการจะคิดค่าบริการขนส่งแบบเหมาจ่าย เช่น ประมาณ 150-200 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางขนส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับหัตถ์บัตร อินทรีดำ (2554) ทำการศึกษา รื่อง ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ลักษณะของการเลือกซื้อจะซื้อจากร้านค้าที่เคยซื้อเป็นประจำ ชำระเงินค่าสินค้าเป็นเงินสด เดินทางมาซื้อสินค้าด้วยรถยนต์ส่วนตัว ใช้วิธีการขนส่งสินค้าที่ซื้อกลับเองทั้งหมด

พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของ SMEs ที่นำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศ

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำการนำเข้าส่งออกผ่านด่านที่เป็นตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 189 ราย ในจำนวนนี้ทำการส่งออกผ่านด่านจำนวน 152 ราย นำเข้าผ่านด่านจำนวน 74 ราย ทั้งนำเข้าและส่งออกผ่านด่าน 37 ราย สินค้าที่ส่งออก ได้แก่ สินค้าทางการเกษตร เช่น กระเทียม ข้าวเปลือก ถั่วเขียว น้ำตาลทราย น้ำมันพืช ฯลฯ เครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าอุปโภค เช่น เครื่องนุ่งห่ม น้ายาปรับผ้านุ่ม เครื่องสำอาง ของเด็กเล่น เป็นต้น ส่วนสินค้านำเข้าได้แก่ สินค้าทางการเกษตร เช่น พืชผลตามฤดูกาล มันสำปะหลัง เศษเหล็ก อลูมิเนียม อะไหล่ยนต์ จักรยาน สุรา บุหรี่ เสื้อผ้า ฯลฯ

ตาราง 3 พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศ

พฤติกรรมด้านการซื้อสินค้า	ร้อยละ	พฤติกรรมด้านการขายสินค้า	ร้อยละ
แหล่งซื้อสินค้า/วัตถุประสงค์ของกิจการ*		ประเภทของลูกค้า*	
- แหล่งผลิตโดยตรง	61.90	- ซื้อไปใช้ (End user)	72.49
- แหล่งจำหน่ายต่อ	60.85	- ซื้อไปขายต่อ	88.89
การบริการขนส่งเมื่อกิจการซื้อสินค้า		การบริการขนส่งเมื่อขายสินค้า	
- มีบริการขนส่งสินค้าผู้ซื้อจ่ายค่าบริการเอง	58.73	- ไม่มี ผู้ซื้อต้องขนส่งสินค้าไปเอง	23.81
- มีบริการขนส่งสินค้าผู้ขายจ่ายค่าบริการ	15.87	- มีการขนส่งสินค้า ผู้ซื้อจ่ายค่าบริการเอง	58.73
- ไม่มี ผู้ซื้อต้องขนส่งสินค้าไปเอง	25.40	- มีการขนส่งสินค้า ผู้ขายจ่ายค่าบริการ	17.46
การชำระค่าสินค้า/วัตถุประสงค์ของกิจการ*		การขายสินค้า/วัตถุประสงค์ของกิจการ*	
- ซื้อจ่ายเป็นเงินสด	80.95	- รับค่าสินค้าเป็นเงินสด	94.71
- ซื้อจ่ายเป็นเช็คของธนาคาร	12.17	- รับค่าสินค้าเป็นเช็คของธนาคาร	7.41
- ซื้อโดยโอนเงินผ่านธนาคาร	33.33	- รับค่าสินค้าโดยโอนเงินผ่านธนาคาร	29.63
การให้เครดิตในการซื้อ		การให้เครดิตกับลูกค้า	
- มีการให้เครดิต	17.99	- มีการให้เครดิต	37.57
- ไม่มีการให้เครดิต	82.01	- ไม่มีการให้เครดิต	62.43

พฤติกรรมด้านการซื้อสินค้า	ร้อยละ	พฤติกรรมด้านการขายสินค้า	ร้อยละ
วิธีการซื้อสินค้า/วัตถุดิบของกิจการ*			
- เดินทางไปซื้อเอง	65.61		
- สั่งซื้อทางโทรศัพท์ โทรสาร ฯลฯ	70.37		

หมายเหตุ: * หมายถึงตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและวัตถุดิบจากทั้งแหล่งผู้ผลิตวัตถุดิบโดยตรงและซื้อจากแหล่งจำหน่ายต่อทำการซื้อโดยทั้งโดยการเดินทางไปซื้อเอง และการติดต่อทางช่องทางการซื้อขายที่มีไว้ โดยประมาณร้อยละ 75 มีบริการขนส่ง แต่ส่วนใหญ่มีการคิดค่าบริการ (ร้อยละ 58.73) ในการซื้อขาย ส่วนใหญ่ไม่มีการให้เครดิต (ร้อยละ 82.01) ผู้ประกอบการจะชำระด้วยเงินสดมากที่สุด (ร้อยละ 80.95) ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานภาคและสายนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548: 174) ซึ่งให้ข้อมูลว่าส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินด้วยเงินสดมากกว่าระบบธนาคาร

ลูกค้าของกิจการส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อ ร้อยละ 88.89 และซื้อไปใช้เอง ร้อยละ 72.49 สำหรับการขนส่งสินค้าให้แก่ลูกค้านั้น ผู้ประกอบการทำการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยคิดค่าบริการขนส่งร้อยละ 58.73 ทั้งนี้ เป็นเพราะต้นทุนในการขนส่งค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับส่วนเพิ่ม (Margin) อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการบางส่วนมีบริการหลังการขายโดยการบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ ร้อยละ 17.46 สำหรับผู้ประกอบการไม่มีบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าให้ลูกค้าที่ซื้อสินค้าขนส่งไปเอง มีถึงร้อยละ 23.81

ในการขายสินค้า/วัตถุดิบ ส่วนมากจะไม่มีการให้เครดิต (ร้อยละ 62.43) โดยเมื่อซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบ ผู้ประกอบการรับค่าสินค้า/วัตถุดิบเป็นเงินสดมากที่สุด คือ ร้อยละ 94.71 รองลงมา คือ รับชำระโดยโอนเงินผ่านธนาคาร ร้อยละ 29.63 ส่วนการใช้เช็คของธนาคารชำระค่าสินค้า มีการใช้เพียงร้อยละ 7.41 ในกรณีที่ซื้อแบบเครดิต (ร้อยละ 37.59) ส่วนใหญ่ได้รับเครดิตไม่เกิน 30 วัน รองลงมา 31-60 วัน กิจการมีจำนวนน้อยมากที่ได้เครดิตเกิน 60 วัน ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานภาคและสายนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548:169-179) ได้กล่าวว่า วิธีการชำระเงินตามแนวชายแดนไทย-กัมพูชา มีการชำระเงินโดยผู้ประกอบการรายย่อยมีการชำระค่าสินค้าจำนวนไม่มากจากการซื้อขายสินค้าของพ่อค้ารายย่อยบริเวณชายแดน จะมีวิธีการชำระเงินด้วยเงินสดทุกบาทสกุลดอลลาร์สหรัฐ ส่วนผู้ประกอบการรายใหญ่มีการชำระค่าสินค้าที่มีจำนวนเงินสูงมีวิธีการชำระเงินด้วย เงินสดสกุลบาทและเงินดอลลาร์สหรัฐ และผ่านระบบธนาคาร

ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้ประกอบการ SMEs พิจารณาในการตัดสินใจซื้อสินค้า/วัตถุดิบ

ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำการส่งออกนำเข้าผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศในการซื้อสินค้า/วัตถุดิบจากแหล่งซื้อ (ตารางที่ 4) พบว่าในการส่งออก ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของคุณภาพและความหลากหลายของสินค้า/วัตถุดิบ และความคุ้มค่ากับราคาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$ 4.30 และ 4.22 ตามลำดับ) ให้ความสำคัญในส่วนของบริษัท ความสะอาดของสินค้า/วัตถุดิบ การปลอดสารพิษ การต่อรองราคา การให้เครดิตในการซื้อ การขนส่งสะดวก การบริการขนส่ง การคืนสินค้ากรณีชำรุดและการใช้เทคโนโลยีในการซื้อขายในระดับมาก สำหรับในส่วนของการคืนสินค้าได้หากขายไม่หมด ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง สำหรับในการนำเข้า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและการต่อรองราคาได้ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนปัจจัยในด้านสินค้า การบริการขนส่ง การขนส่งสะดวก และการให้เครดิต

ในการซื้อ ให้ความสำคัญในระดับมาก และในส่วนของการคืนสินค้าได้และการใช้เทคโนโลยีช่วยในการซื้อ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับหทัยภัทร อินทร์คำ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อเปรียบเทียบระดับการให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการซื้อสินค้า/วัตถุดิบเพื่อการส่งออกและนำเข้า พบว่าในการซื้อสินค้า/วัตถุดิบของผู้ประกอบการ SMEs ที่ส่งออก ให้ความสำคัญกับความสะอาดของสินค้า การคืนสินค้าได้ในกรณีต่างๆ และการใช้เทคโนโลยีในการซื้อขาย มากกว่าผู้ประกอบการ SMEs ที่นำเข้าสินค้า/วัตถุดิบ ผ่านด่านอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับประเภทและคุณภาพของสินค้าที่มีการส่งออก นำเข้าผ่านด่าน

ตาราง 4 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้า/วัตถุดิบจากแหล่งซื้อ จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการ

	ผู้ประกอบการส่งออก (n= 152)			ผู้ประกอบการนำเข้า (n= 74)			t-test	P-value
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ		
คุณภาพ	4.32	0.667	มากที่สุด	4.15	0.788	มาก	1.632	0.085
ความหลากหลาย	4.22	0.745	มากที่สุด	4.00	0.907	มาก	1.787	0.057
การบรรจุภัณฑ์	4.03	0.767	มาก	3.81	0.932	มาก	1.778	0.078
ความสะอาด	4.11	0.785	มาก	3.80	0.921	มาก	2.524	0.013*
ปลอดภัย	4.11	0.818	มาก	3.92	0.856	มาก	1.613	0.103
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.30	0.830	มากที่สุด	4.24	0.857	มากที่สุด	0.494	0.618
สามารถต่อรองราคาได้	4.16	0.817	มาก	4.24	0.791	มากที่สุด	-0.695	0.493
การให้เครดิตในการซื้อ	3.97	0.966	มาก	3.80	1.110	มาก	1.125	0.239
เส้นทางการขนส่งสะดวก	3.94	0.816	มาก	3.89	0.820	มาก	0.421	0.673
บริการขนส่ง	3.89	0.998	มาก	3.73	0.955	มาก	1.201	0.238
ใช้เทคโนโลยีในการซื้อขาย	3.57	1.040	มาก	3.15	1.167	ปานกลาง	2.612	0.007*
การคืนสินค้าได้หากชำรุด	3.71	1.238	มาก	3.16	1.395	ปานกลาง	2.875	0.003*
การคืนสินค้าได้กรณีอื่น	3.38	1.178	ปานกลาง	2.95	1.323	ปานกลาง	2.369	0.014*

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs

ผลการศึกษาความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ด่านชายแดนอรัญประเทศ เมื่อจำแนกผู้ประกอบการเป็น 3 กลุ่มได้แก่ ผู้ประกอบการที่ส่งออก นำเข้า และผู้ประกอบการอื่นบริเวณเขตชายแดน พบว่าผู้ประกอบการทุกกลุ่ม มากกว่าร้อยละ 50 มีความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุน ได้แก่ ด้านภาษี โดยการลดภาษี และด้านการตลาด โดยผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มมีความต้องการในด้านดังกล่าวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม มีความต้องการความช่วยเหลือด้านการขนส่งสินค้า ด้านการให้เงินสนับสนุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ด้านราคาสินค้า ด้านแหล่งจำหน่าย ด้านลูกค้า เป็นต้น

โดยกลุ่มผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกมีความต้องการการช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านการเงิน เช่น การให้เงินสนับสนุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และแหล่งจำหน่าย มากกว่ากลุ่มผู้ประกอบการอื่นบริเวณชายแดนอรัญประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความต้องการด้านการอบรมสัมมนา/การให้ข้อมูล ผู้ประกอบการมีความต้องการที่ต่ำกว่าด้านอื่น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นรูปแบบการส่งเสริมของภาครัฐที่มีการดำเนินการจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 5)

ตาราง 5 ร้อยละของผู้ประกอบการ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการค้าขายแดนที่ต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่างๆ

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ	ผู้ส่งออก (n=152)	ผู้นำเข้า (n=74)	กลุ่มอื่นๆ (n=61)	Chi-square	p-value
ด้านการสนับสนุนทางการเงิน	44.08	51.35	29.51	6.711	0.035*
ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	34.87	36.49	16.39	8.121	0.017*
ด้านการตลาด	53.95	52.70	50.82	0.174	0.917
ด้านลูกค้า	23.68	18.90	29.50	2.174	0.355
ด้านผลิตภัณฑ์/สินค้า	23.68	20.27	21.31	0.378	0.828
ด้านแหล่งจำหน่าย	23.68	29.73	11.48	6.558	0.038*
ด้านการขนส่งสินค้า	45.39	47.30	50.82	0.517	0.772
ด้านภาษีโดยลดภาษีลง	59.21	55.41	59.02	0.318	0.853
ด้านราคาสินค้า	35.53	31.08	36.07	0.520	0.771
ด้านการบริหารจัดการของกิจการ	12.50	13.50	21.31	2.806	0.246
ด้านการอบรมสัมมนา/การให้ข้อมูล	8.55	9.50	11.48	0.437	0.804
ด้านระบบชำระเงิน	14.47	16.22	4.92	4.521	0.104
ด้านความปลอดภัย	8.60	9.46	19.67	5.721	0.057

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ด่านชายแดนอรัญประเทศ

1. ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าส่งออก

1.1 ผู้ประกอบการนำเข้าส่งออกผ่านด่านชายแดน ต้องรอผ่านด่านพรมแดนเป็นเวลานาน บริเวณทางเข้าด่านมีรถบรรทุกคิวยาว เนื่องจากระบบพิธีการนำเข้าส่งออกของไทยและกัมพูชาไม่เชื่อมโยงกัน และส่วนหนึ่งมาจากเวลาการเปิดผ่านด่านไม่พร้อมกัน โดยไทยเปิดผ่านด่านเวลา 08.30 น. ส่วนกัมพูชาเปิดผ่านด่านเวลา 10.30 น. ทำให้รถบรรทุกต้องรอคิวยาวเพื่อผ่านด่านดังกล่าว

1.2 ผู้ประกอบการที่ส่งออกสินค้าผ่านด่านพรมแดนไปยังกัมพูชา ประสบปัญหาการดำเนินการเกี่ยวกับพิธีการส่งออกสินค้า ถึงแม้ว่าจะมีการใช้ E-custom เข้ามาอำนวยความสะดวกในการส่งออก แต่เนื่องจากผู้ประกอบการต้องดำเนินการบางส่วนกับหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกที่ไม่ได้เชื่อมโยงเป็น “One-stop Service” ทั้งระบบ เช่น กรณีสินค้าเกษตรส่งออกบางอย่างต้องมีเอกสารจากกรมวิชาการเกษตร ทำให้ผู้ประกอบการต้องติดต่อหน่วยงานอื่นก่อนแล้วจึงมาดำเนินการที่ด่าน ซึ่งผู้ประกอบการที่ไม่ทราบพิธีการต้องเสียเวลาในการดำเนินการ ซึ่งสอดคล้องกับ

สำนักงานภาคและสายนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548: 174) ได้กล่าวเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ว่า ขั้นตอนและระเบียบการส่งออกของไทยมีระเบียบขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน และมีเอกสารประกอบมาก ทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง

1.3 ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าผ่านด่านชายแดน ประสบปัญหาราคาสินค้าผันผวน ส่งผลต่อต้นทุนสินค้าขายและการผลิต เช่น ราคาเศษเหล็ก เศษอลูมิเนียมที่ขึ้นลงตามราคาซื้อขายในท้องตลาด ซึ่งบางครั้งอาจทำให้ราคาขาย ไม่คุ้มกับต้นทุนสินค้าที่ซื้อมาก่อนหน้า

1.4 ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งสินค้าไปยังประเทศกัมพูชา ประสบปัญหาผู้ว่าจ้างให้ขนส่งสินค้าไม่ตรงกับที่ตกลงกันไว้ เช่น กิจการไปรับสินค้าจากผู้ว่าจ้างโดยผู้จ้างมีการบรรจุหีบห่อไว้แล้วโดยที่กิจการไม่ทราบว่าเป็นสินค้าชนิดใด แต่เป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้ประกอบการขนส่ง เมื่อขนส่งผ่านด่านไปฝั่งกัมพูชาแล้วเจ้าหน้าที่ตรวจพบว่าสินค้ากับใบขนส่งสินค้าเป็นคนละชนิดที่ระบุไว้ในใบขนส่งสินค้า

1.5 ผู้ประกอบการบางรายที่ขนส่งสินค้าไปยังประเทศกัมพูชา มีความกังวลต่อความปลอดภัยของทรัพย์สิน/สินค้าในการเดินทางในประเทศกัมพูชา ได้ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2552) ได้วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนระหว่างไทย-กัมพูชาว่า ปัญหา/อุปสรรคของการค้าและการลงทุนระหว่างไทย-กัมพูชา คือ ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และปัญหาเขตแดนไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการลงทุน

2. ปัญหาขาดความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ เนื่องจากปัญหาการลักลอบนำเข้าสินค้า เช่น ตามแนวตะเข็บชายแดน เป็นกองทัพนมด หรือ การข้ามชายแดนบริเวณด่านแบบวิถีชาวบ้าน ทำให้สินค้าที่มีการนำเข้าอย่างถูกต้องตามกฎหมายอาจไม่สามารถแข่งขันด้านต้นทุนได้ ซึ่งสอดคล้องกับส่วนบริหารงานทวิภาคี สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2558) ได้รายงานปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของไทยกับกัมพูชาว่า มีการลักลอบทำการค้าผิดกฎหมาย เช่น การนำเข้าอัญมณี ไม้ รถยนต์ที่ถูกลักขโมย และโดยเฉพาะ สินค้าเกษตร ซึ่งมีการลักลอบส่งออกมายังไทยโดยตลอด

3. ปัญหาการขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ในพื้นที่ตลาดโรงเกลือ จากความต้องการของลูกค้าต่อสินค้าลอกเลียนแบบสินค้าตราที่หือชั้นนำ ทางผู้ประกอบการจึงใช้ตราที่หือของสินค้าที่มีอยู่ในตลาด ทำให้สินค้าที่ขายส่วนใหญ่เป็นสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ส่งผลให้การประกอบการของกิจการไม่ราบรื่น ไม่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับส่วนบริหารงานทวิภาคี สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2558) ได้รายงานปัญหาและอุปสรรคทางการค้าของไทยกับกัมพูชาที่พบว่า มีการลอกเลียนและปลอมแปลงเครื่องหมายการค้าและผลิตภัณฑ์

5. ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

5.1 การปรับปรุงระบบการบริหารจัดการเกี่ยวกับการขนส่งบริเวณจุดผ่านแดน โดยการจัดระเบียบการขนส่งโลจิสติกส์ การจัดระบบการให้บริการบริเวณจุดผ่านแดนเพื่อให้เอื้อต่อการส่งสินค้าข้ามแดนและเพื่อให้การขนส่งรวดเร็ว ไม่มีปัญหาคอขวดในการนำเข้าส่งออกที่บริเวณด่านพรมแดนของ 2 ประเทศ

5.2 การปรับปรุงกฎระเบียบและข้อตกลงทางการค้า ได้แก่ การปรับปรุงเกี่ยวกับกฎระเบียบต่างๆ ทางการค้าของไทยกับกัมพูชา การเชื่อมโยง และการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบทางการค้า และด้านพิธีศุลกากรเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถค้นคว้า ศึกษา ทำความเข้าใจ และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและถูกกฎหมาย

5.3 การตั้งศูนย์ให้คำปรึกษา และรับข้อร้องเรียนจากผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ปรึกษาหารือ และเสนอแนะระหว่างกัน โดยจัดให้มีระบบการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับปัญหา การประสบผลสำเร็จจากประสบการณ์ที่

เคยเกิดขึ้นที่เกี่ยวกับการประกอบการด้านการผลิต การขนส่ง โลจิสติกส์ การบริหารจัดการ การตลาด การเงิน เป็นต้น รวมทั้งมีระบบการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลขององค์ความรู้ ปัญหาที่เกิดขึ้น การแก้ปัญหา และแนวทางปฏิบัติที่นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบกิจการในเรื่องต่างๆ ที่ได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน และมีการพัฒนาระบบการจัดการข้อมูลให้ผู้ประกอบการสามารถค้นคว้า ศึกษา และนำไปใช้ในการประกอบการได้

5.4 การพัฒนาระบบป้องกันความปลอดภัยสำหรับผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวของไทยที่ได้ผ่านแดนไปยังประเทศกัมพูชา เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวที่จะทำการข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

5.5 การพัฒนาระบบประสานงานระหว่างทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการนำเข้าส่งออก เพื่อให้การนำเข้าและส่งออกสินค้าบริเวณจุดผ่านแดนเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น หน่วยศุลกากร หน่วยพรมแดน หน่วยตรวจคนเข้าเมือง หน่วยกักกันพืชและสัตว์ เป็นต้น

6. สรุปผลการวิจัย

ในปีงบประมาณ 2557 ด่านอรัญประเทศมีมูลค่าสินค้าส่งออกรวมทั้งสิ้น 57,613 ล้านบาท มูลค่าสินค้านำเข้า 13,279 ล้านบาท โดยสินค้าส่งออกผ่านด่านอรัญประเทศส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องจักรกล ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์ชนิดเดินตาม รถยนต์ เศษโลหะ รถจักรยานยนต์ รถเกี่ยวข้าว อะไหล่จักรยานยนต์ และสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งนี้ผู้ส่งออกผ่านด่านอรัญประเทศที่เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ส่วนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการจากจังหวัดอื่นที่นำสินค้าออกผ่านทางชายแดน ส่วนสำหรับสินค้านำเข้าสำคัญได้แก่ เศษเหล็ก (เอามาหลอมใหม่ในประเทศไทย) เศษอลูมิเนียม (จำพวกฝากระป๋องที่อัดเป็นก้อนแล้ว) เศษกระดาษ เศษทองแดง ปุ๋ย อาหารสัตว์ และสินค้าเกษตรตามฤดูกาล ซึ่งส่วนหนึ่งกัมพูชามีการนำเข้ามาจากประเทศอื่นอีกต่อหนึ่ง ผู้ประกอบการนำเข้าสินค้าผ่านด่านชายแดนอรัญประเทศหลักๆ เป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ไม่กี่ราย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการจากกรุงเทพฯ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซื้อสินค้าที่จำหน่ายมาจากประเทศกัมพูชา ซึ่งผู้ประกอบการมีการเลือกซื้อสินค้า/วัตถุดิบโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุด ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนไทย มีระบบการชำระเงินส่วนใหญ่เป็นเงินสดโดยใช้สกุลเงินบาท การซื้อขายสินค้าส่วนมากไม่มีบริการขนส่ง หากลูกค้าต้องการให้ขนส่งสินค้าจะมีการคิดค่าบริการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีทั้งด้านการขนส่งผ่านด่าน ด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการขนส่งสินค้าผ่านด่าน ด้านสินค้าที่รับขนส่งไม่ตรงกับที่แจ้ง และด้านความปลอดภัยของผู้ประกอบการ เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงมีความต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนโดยลดภาษีลง ด้านการตลาด ด้านการขนส่ง ด้านแหล่งทุน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row.

คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2552). รายงาน *Country Profile ประเทศกัมพูชา*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558,

จาก http://www.boi.go.th/thai/clmv/Back_up/2010_cambodia/2010_cam_3_0-1.html

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

ด่านศุลกากรอรัญประเทศ. (2558). *ความรู้ทั่วไปของด่านศุลกากรอรัญประเทศ*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558,

จาก <http://www.arancustoms.org/index.php?lay=show&ac=article&id=570880>

- เมษยา วงษ์กำภู (2555). พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการซื้อสินค้าในตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา: กรณีศึกษาตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว. การศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.research.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2012/07/%E0%C1%C9%C2%D2-%C7%A7%C9%EC%A1%D3%C0%D9.pdf>
- รุ่งทิพา กวางเดิน. (2556). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเชิงกายภาพตลาดการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา กรณีศึกษา: ตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว. ปัญหาพิเศษทางการบริหาร สาขาวิชาการบริหารทั่วไป. มหาวิทยาลัยบูรพา, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ. ค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2559, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/54930188
- ส่วนบริหารงานภูมิภาค สำนักอาเซียน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2558). ข้อมูลการค้าไทย-กัมพูชา. ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2558, จาก www.dtn.go.th/files/86/country/asia/Cambodia_2s_0315.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2552). การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการค้าและการลงทุนระหว่างไทย-กัมพูชา. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2558, จาก http://www.boi.go.th/thai/clmv/Back_up/2010_cambodia/2010_cam_7_0-1.html
- สำนักความร่วมมือการค้าและการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2558). การค้าชายแดน. ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2558, จาก <http://bts.dft.go.th/btsc/index.php/aboutus/define/bordertrade>
- สำนักงานภาคและสาขาย่อยนโยบายทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548). การค้าชายแดนไทยเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ มาเลเซีย พม่า จีนตอนใต้ ลาว และกัมพูชา. กรุงเทพฯ : สำนักงานภาคและสาขาย่อยนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประจำปี 2557. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก <http://122.155.197.183/sme2015/Report>
- หทัยภัทร อินทร์คำ. (2554). ปัจจัยที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว. การศึกษาค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, คณะบริหารธุรกิจ. ค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.research.rmutt.ac.th/?p=7195>

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “การศึกษาสถานการณ์การค้าชายแดนของ SMEs ไทย ในพื้นที่ 4 ภูมิภาค ภาคกลาง รวมภาคตะวันออกและตะวันตก (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) ปี 2558” ซึ่งคณะวิทยากรจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา ได้เสนอต่อสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลกระทบของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

The Effect of Internationalization Strategy on Performance of Gems and Jewelry Businesses in Thailand

ธารทิพย์ แก้วทะชาติ¹ สุมิตรา จิระวุฒินันท์² และนริศรา สัจจพงษ์³

Tharnthip Kaeathachat¹, Sumittra Jirawuttinunt, and Narissara Sujchaphong³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย จำนวน 74 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการเป็นเจ้าของ และด้านต้นทุนธุรกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านต้นทุนธุรกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการเป็นเจ้าของ และด้านต้นทุนธุรกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน และกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการเป็นเจ้าของ และด้านต้นทุนธุรกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ดังนั้นธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญ มุ่งเน้นและสนับสนุนเกี่ยวกับกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติขององค์กร เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน อันจะส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยในการกำหนดทิศทางผลการดำเนินงานของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ

คำสำคัญ : กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ผลการดำเนินงาน ธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ
ในประเทศไทย

¹ นิติศาสตรบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to study effects of internationalization strategy on performance of gems and jewelry exporting businesses in Thailand by collecting data from 74 Thai gems and jewelry exporting businesses from marketing executives and using stratified random sampling as sampling method and a questionnaire as an instrument. The statistical techniques used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The findings revealed that the internationalization strategy had positive relationships with and effects on performance.

As a result, internationalization strategy in the aspect of ownership and transaction cost had positive relationships with and effects on performance as a whole, Internationalization strategy in the aspect of transaction cost had positive relationships with and effects on performance in the aspects of customer perspectives. Internationalization strategy in the aspect of ownership and transaction cost had positive relationships with and effects on performance in the aspects of internal process perspectives. Last but not least, internationalization strategy in the aspect of ownership and transaction cost had positive relationships with and effects on performance in the aspect of learning and growth perspectives in gems and jewelry exporting businesses. Therefore; marketing executives of gems and jewelry exporting businesses should emphasize, focusing and supporting about organizational internationalization strategy in order to gain better competitive advantages and to build a sustainable basis for long-term competitive success in foreign market entry.

Keywords: Internationalization Strategy, Performance, Gems and Jewelry Exporting Businesses in Thailand

1. บทนำ

จากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในโลก ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ซึ่งอยู่ภายใต้การแข่งขันทางธุรกิจที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นนั้น องค์การธุรกิจต่างก็ มุ่งมั่นที่จะหาวิธีปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวและพัฒนาแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อความอยู่รอดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (ชัมย์พร วิเศษมงคล, ม.ป.ป.) ดังนั้น การขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศจึงนับเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ประกอบการไทยสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันของตนไว้ได้ ซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย มีปริมาณการนำเข้าและส่งออกที่สูงมาก (พงษ์สวัสดิ์ ลีลาหงส์จุฑา และลักคณา วรศิลป์ชัย, 2553 : 177) การค้าระหว่างประเทศได้พัฒนามากขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสที่จะพึงขยายธุรกิจของตนในรูปแบบต่างๆ ในต่างประเทศ อันเกิดจากปัจจัยสนับสนุนหลัก อาทิ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน เพื่อกระจายความเสี่ยง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เพิ่มประสิทธิผลให้กับองค์กร และช่วยทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น (Ussahawanitchakit, 2005 : 127) นอกจากนี้ หลายประเทศได้มีการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจและเปิดเสรีทางการค้าในกรอบต่างๆ ทำให้คู่แข่งทางการค้ารายใหม่ ๆ ที่มีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน และเทคโนโลยี ต่างหันมาให้

ความสนใจในการออกสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น ส่งผลกระทบให้ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญหน้ากับแรงกดดันจากการแข่งขันรวมไปถึงการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่างๆ แม้ที่ผ่านมาภาครัฐได้มุ่งเน้นส่งเสริมการส่งออก (Export) และรับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Inward Foreign Direct Investment) แต่ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง มีความเตรียมพร้อมมากขึ้น และต้องพัฒนากลยุทธ์ความเป็นนานาชาติในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งในระดับนานาชาติได้ (ฤทัยชนก จริ่งจิตร, 2556 : 4-5) เพื่อรองรับกลไกของตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไปรวมถึงแนวโน้มการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศสู่ความเป็นนานาชาติในรูปแบบใหม่ ๆ

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ (Internationalization Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้บริหารธุรกิจส่งออกใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อม การปรับตัว และการพัฒนาองค์กรและผลิตภัณฑ์ของตนสู่ตลาดโลก อีกทั้งยังช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ บนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน (พงษ์สวรรค์ สีสานวงศ์จุฑา และลักขณา วรศิลป์ชัย, 2553 : 177 – 180) โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ควบคู่กับการส่งเสริมศักยภาพทางการบริหารของกิจการและความได้เปรียบที่มีอยู่สู่ความเป็นนานาชาติของธุรกิจโดยผ่านช่องทางและวิธีการเข้าสู่ตลาดในเวลาที่เหมาะสม โดยให้เกิต้นทุนที่ต่ำสุดแต่เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ ซึ่งแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติประกอบด้วย 5 ด้าน (Dunning, 1995; Vernon, 1966; Anderson and Gatignon, 1986; Coviello, 1997) ได้แก่ ด้านการเป็นเจ้าของ (Ownership) ด้านการดำเนินการภายใน (Internalization) ด้านวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) ด้านต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost) และด้านความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย (Network Relationship) (Ussahawanitchakit, 2005 : 125-128) ซึ่งกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติมีความสำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจส่งออก และสามารถสะท้อนผลการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาว

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีการวัดหรือการประเมินผลลัพธ์ที่สร้างออกมาเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) (Kaplan and Norton, 2004 : 54) เป็นการวัดหรือประเมินผลที่จะสามารถช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั่วทั้งองค์กร ทำให้กลยุทธ์ขององค์กรเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง และพนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วมในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร (Kaplan and Norton, 2004 : 3) การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ จึงเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในองค์กรต่างๆ ในการประเมินผลองค์กร จากทุกมุมมองเพื่อให้เกิดดุลยภาพในทุกๆ ด้าน ซึ่งประกอบด้วยมุมมอง (Perspectives) 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน (Financial Perspectives) ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) (พสุ เดชะรินทร์, 2544 : 21-22) และเป็นส่วนที่ทำให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา ช่วยทำให้การตัดสินใจเป็นไปได้อย่างฉับไวและถูกต้อง เป็นเครื่องมือด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Kaplan and Norton, 2004 : 3) เป็นเครื่องมือทำนายอนาคตองค์กร (ศาgun บุญอิต, 2554 : 80) และสามารถนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงขององค์กร (Phillips and Louvieris, 2005 : 202) รวมไปถึงผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กรสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่กำหนดไว้ (Huckestein and Duboff, 1999 : 29)

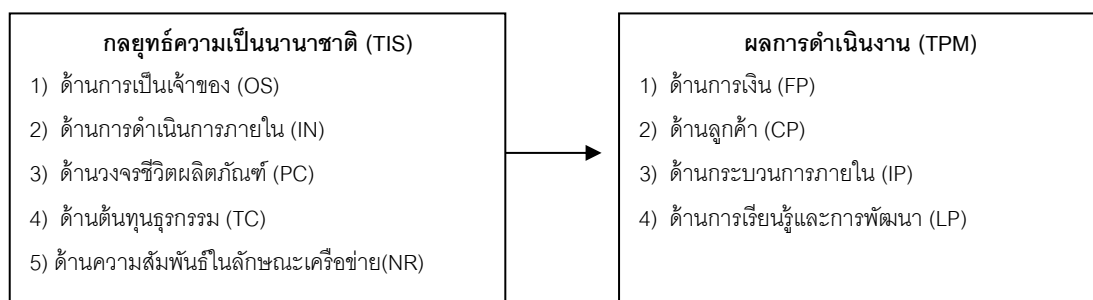
ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (Gems and Jewelry Exporting Businesses) นับว่าเป็นธุรกิจส่งออกในลำดับต้นๆ ที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทยอันดับที่ 4 รองจากอุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ และน้ำมันสำเร็จรูป (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2556 : เว็บไซท์) การที่อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีอัตราการขยายตัวที่สูงในระยะ 30-40 ปีที่ผ่านมา นั้น อาจกล่าวได้ว่าเกิดจากปัจจัยภายในอุตสาหกรรมซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในเรื่องภูมิปัญญาชาวบ้านและขีดความสามารถของแรงงานไทยในการเพิ่มมูลค่าอัญมณีและเครื่องประดับไทยให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกของไทยและต่อเสถียรภาพของการเติบโตในอุตสาหกรรม อาทิ ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ถดถอยส่งผลให้ความต้องการซื้ออัญมณีและเครื่องประดับซึ่งเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยลดลง ภาวะการณชาติแคลนวัตถุดิบและการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุในการผลิต นโยบายและมาตรการต่างๆ ของรัฐบาลไทยรวมถึงประเทศคู่ค้าและคู่แข่งของผู้ส่งออกไทย ปัญหาด้านการปรับตัวของผู้ประกอบการไทย สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในเวทีโลกทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และบริษัท ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) จำกัด, 2555 : 17-18)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์ความเป็นนานาชาติมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถกำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์มุ่งสู่ความเป็นนานาชาติสำหรับธุรกิจส่งออกและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล อีกทั้งยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงของโลกเพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาวได้อย่างยั่งยืน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยนี้ กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
โมเดลของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติและผลการดำเนินงาน



2.1 กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ (Internationalization Strategy)

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ (Internationalization Strategy) เป็นวิธีการหรือแนวคิดด้านกลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการระดมทุนการดำเนินงานธุรกิจระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมความเป็นนานาชาติที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จขององค์กรตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ใน การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและสร้างศักยภาพระยะยาวให้กับธุรกิจ (Ussahawanitchakit, 2005 : 125-128) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการเป็นเจ้าของ (Ownership) เป็นความสามารถของธุรกิจในการสร้างและให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบในด้านความเป็นเจ้าของจากปัจจัยเฉพาะตัวของธุรกิจที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะขององค์กรและสภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์กร โดยการใช้ประโยชน์จากความเป็นเจ้าของสินทรัพย์พิเศษขององค์กรหรือจากปัจจัยการผลิต ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ด้านเทคนิค การมีตราสินค้า ปริมาณเงินทุน การพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยี ส่งเสริมทักษะในการบริหารจัดการของบุคลากรในองค์กร และการจัดการประสบการณ์ต่างประเทศ

2.1.2 ด้านการดำเนินการภายใน (Internalization) เป็นความสามารถในการควบคุมแหล่งผลิตและราคาวัตถุดิบที่ต้องใช้ ความสามารถในการรักษาระดับคุณภาพสินค้า ความสามารถในการใช้กลยุทธ์ในการกำหนดราคาขายในต่างประเทศต่างๆ ให้แตกต่างกัน และการสร้างตลาดในอนาคตที่แน่นอนขึ้นภายในองค์กรประกอบกับการทำให้กิจกรรมหรือธุรกรรมต่างๆ ในตลาดสามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.1.3 ด้านวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กรอย่างถูกต้องและเหมาะสมในแต่ละขั้นตอนในวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และในแต่ละช่วงเวลาในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยการตรวจสอบวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ขององค์กรและเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของคู่แข่งที่อยู่ในประเภทเดียวกันและอยู่ในตลาดเป้าหมายเดียวกัน รวมไปถึงความสามารถในการยืดเวลาการคงอยู่ในตลาดต่างประเทศของผลิตภัณฑ์

2.1.4 ด้านต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost) เป็นการปรับปรุงการทำงานและการบริหารกิจกรรมเพื่อลดค่าใช้จ่ายอันเนื่องมาจากการทำธุรกรรมต่างๆ ในองค์กร ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการค้นหาข้อมูล การเจรจาต่อรอง การขนส่งสินค้า การควบคุมสั่งการ

2.1.5 ด้านความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย (Network Relationship) เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีและทัศนคติที่ดีระหว่างองค์กรกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจทุกฝ่าย โดยที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ไปพร้อมๆ กัน ไปถึงการมุ่งเน้นการรักษาสัมพันธภาพเครือข่ายและการขยายเครือข่ายในการทำงานอย่างต่อเนื่องและมั่นคงในระยะยาวโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจและความน่าเชื่อถือ

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติมีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อนถึงความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันที่มีการเจริญเติบโตและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจึงควรให้ความสำคัญ มุ่งเน้นและสนับสนุนเกี่ยวกับกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติขององค์กร เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อน ถึงความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันที่มีการเจริญเติบโตและการพัฒนาอย่าง

ต่อเนื่อง อันจะส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน (Performance) คือผลลัพธ์ของการดำเนินงานต่างๆ ในทุกระบวนการและทุกกิจกรรมตลอดทั่วทั้งองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ โดยได้จากการวัดหรือประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย ว่าเกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (พสุ เดชะรินทร์, 2544 : 21-22) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspectives) คือผลสำเร็จทางการเงินของผู้ประกอบการที่มีความสำคัญต่อผู้ถือหุ้น เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีต่อการปฏิบัติงานและนโยบายจากส่วนบนที่กระจายไปสู่ระดับต่างๆ เพื่อนำไปปฏิบัติ โดยจะมุ่งเน้นไปทางด้านรายได้และด้านของต้นทุน

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspectives) คือความสามารถในการนำเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างความแตกต่าง มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเน้นถึงราคา คุณภาพสินค้า การบริการ เวลา และภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ของผลิตภัณฑ์ และของบุคลากรในองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลาและก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นตามมา

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspectives) คือ ระบบหรือกระบวนการเตรียมความพร้อมในการปฏิบัติงานภายในองค์กรและการควบคุมภายในขององค์กร ซึ่งมุ่งเน้นทั้งการปรับปรุงกระบวนการเดิมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นหรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น และพัฒนากระบวนการที่องค์กรยังขาดหรือยังไม่มี โดยพิจารณาจากคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งเป็นกระบวนการธุรกิจที่สุดท้ายแล้วจะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าพึงพอใจ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspectives) คือ แนวคิด วิธีการ และกระบวนการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงพัฒนาสิ่งต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อให้มีความพร้อมและความสามารถในการบรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ รวมไปถึงการบริหารจัดการและเพิ่มทักษะการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน การส่งเสริมภาวะผู้นำ การสร้างบรรยากาศในการทำงาน การถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กร และการปรับกลยุทธ์และโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับกระบวนการในการทำงาน

จากที่กล่าวมาข้างต้นกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติจึงเป็นปัจจัยที่มีส่วนผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาองค์กรของตนสู่ความเป็นนานาชาติ เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน อันจะส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยในการดำเนินงานของธุรกิจ จึงมีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย จำนวน 74 คน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2556 : เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 300 คน ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 74 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมดคิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 24.67 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะยอมรับได้ว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล รวมระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 83 วัน นับตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม 2557 ถึง 25 กุมภาพันธ์ 2558

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติเป็นตัวแปรอิสระซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 23 ข้อ ได้แก่

- 1) ด้านความเป็นเจ้าของ จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการจัดหาเงินทุน สนับสนุนสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์บุคลากรได้รับการพัฒนาฝีมือและความเชี่ยวชาญโดยการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิต เพื่อเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากลและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- 2) ด้านการดำเนินการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญกับการควบคุมการผลิตและราคาวัตถุดิบเพื่อให้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งขายและรักษาสถาบันในต่างประเทศ การเพิ่มความสามารถในการรักษาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะทำให้สามารถป้องกันการลอกเลียนแบบจากผู้ประกอบการในต่างประเทศและจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่า
- 3) ด้านวงจรผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการผลิตสินค้าโดยการใช้จ่ายเงินจำนวนมากและใช้แรงงานที่มีความชำนาญสูงในช่วงแนะนำสินค้าใหม่ จะช่วยให้กิจการได้ผลกำไรเป็นที่น่าพอใจการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ยอดขายอยู่ในสภาพที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง
- 4) ด้านต้นทุนธุรกรรม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการมุ่งมั่นให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการค้นหาข้อมูล การติดต่อสื่อสาร การนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจ เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน พัฒนาเว็บไซต์และให้ความสำคัญของการตัดสินใจ เลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่เหมาะสม และ
- 5) ด้านความสัมพันธ์ในสถานะเครือข่าย จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความยืดหยุ่นในติดต่อประสานงานกับพันธมิตรทางการค้า เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างราบรื่น การมอบหมายให้มีผู้ประสานงานขององค์กร เพื่อทำหน้าที่ในการดูแลความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพันธมิตรทางการค้าการแก้ปัญหา ร่วมกันกับพันธมิตรทางการค้าอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งก่อให้เกิดความเข้มแข็งขององค์กรผลการดำเนินงาน เป็นตัวแปรตาม จำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 19 ข้อ ได้แก่

- 1) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ยอดขาย ผลกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาด เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ค่าใช้จ่ายในการผลิต การดำเนินงาน หรือค่าใช้จ่ายหลักของกิจการลดลง
- 2) ด้านลูกค้า จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย มีคุณภาพ และมีเอกลักษณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มและเป็นแนวทางเลือกให้แก่ประเทศคู่ค้า ระบบชำระเงินที่มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน
- 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปใช้วางแผน กลยุทธ์และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ถ่ายทอดนโยบายและแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมให้กับบุคลากรทุกระดับชั้น เพื่อให้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อการปฏิบัติงานที่

มีประสิทธิภาพ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการการเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจของแต่ละประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละประเทศ โครงสร้างขององค์กรที่เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานและเอื้อต่อการประกอบธุรกิจในต่างประเทศ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือที่วัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าอำนาจความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.639 – 0.792 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.807 – 0.919 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Berstein (1994) ที่ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ สำหรับการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) ใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.740 – 0.868 และผลการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.863 – 0.941 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1987 : 12) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย สามารถแสดงในรูปแบบของสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ } TIS = \beta_0 + \beta_1 OS + \beta_2 IN + \beta_3 PC + \beta_4 TC + \beta_5 NR + \varepsilon$$

โดย β หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ε หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

TIS หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติโดยรวม

OS หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการเป็นเจ้าของ

IN หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการดำเนินงานภายใน

PC หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์

TC หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านต้นทุนธุรกรรม

NR หมายถึง กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติกับผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

ตัวแปร	TPM	OS	IN	PC	TC	NR	VIFs
$\bar{X}$	3.76	4.12	4.09	3.89	4.03	4.04	
S.D.	0.56	0.48	0.55	0.59	0.61	0.61	
TPM		0.554*	0.393*	0.490*	0.596*	0.445*	
OS			0.435*	0.539*	0.496*	0.418*	1.532
IN				0.338*	0.451*	0.389*	1.381
PC					0.503*	0.518*	1.592
TC					-	0.689*	2.216
NR							2.067

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ มีค่าตั้งแต่ 1.381 – 2.216 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญในระดับที่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติกับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ	ผลการดำเนินงาน		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.371	0.495	0.751	0.455
ด้านการเป็นเจ้าของ (OS)	0.324	0.134	2.424	0.018*
ด้านการดำเนินการภายใน (IN)	0.057	0.106	0.538	0.593
ด้านวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (PC)	0.134	0.110	1.223	0.226
ด้านต้นทุนธุรกรรม (TC)	0.351	0.121	2.892	0.005*
ด้านความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย (NR)	-0.028	0.117	-0.239	0.812
F =11.573 p =0.000 Adj R ² = 0.420				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ ด้านการเป็นเจ้าของ และด้านต้นทุนธุรกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากความได้เปรียบด้านความเป็นเจ้าของสินทรัพย์พิเศษขององค์กรจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านการบริหารด้านการเงินด้านการพัฒนาธุรกิจ และประเด็นเกี่ยวกับคุณภาพของงาน ดังนั้น ความได้เปรียบในด้านความเป็นเจ้าของนั้นช่วยให้บริษัทประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในประเทศและช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในประเทศได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pheng and Hongbin (2006 : 1152) กล่าวว่า ความเป็นเจ้าของสามารถระบุได้จากปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) ความได้เปรียบด้านความเป็นเจ้าของสินทรัพย์พิเศษของบริษัท รวมไปถึงความได้เปรียบที่บริษัทเป็นเจ้าของ ซึ่งความได้เปรียบนั้นจะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของบริษัทในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเทคนิค ด้านการบริหาร ด้านการเงินด้านการพัฒนาธุรกิจ และประเด็นเกี่ยวกับคุณภาพของงาน เป็นต้น และ 2) ปัจจัยความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่มีอยู่เฉพาะในประเทศแม่ รวมทั้งความเป็นเจ้าของทรัพยากรที่ได้มาจากประเทศแม่เป็นส่วนใหญ่ อาทิเช่น ต้นทุนและการสนับสนุนทางการเงินที่บริษัทจะสามารถหาได้ภายในประเทศแม่ที่บริษัทตั้งอยู่ ความพร้อมด้านแรงงานที่มีฝีมือและค่าแรงต่ำ และความพร้อมด้านเครื่องจักรและวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยความเป็นอื่นๆ ที่ถูกนำมาพิจารณา อาทิ เช่น ความสัมพันธ์กับทางรัฐบาลของประเทศผู้รับการลงทุนและความช่วยเหลือจากรัฐบาลในการดำเนินธุรกิจในประเทศและซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brouthers (2002 : 204-205) กล่าวว่า ต้นทุนธุรกรรมประกอบไปด้วยต้นทุนในการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจทางธุรกิจที่เหมาะสมในการทำธุรกิจในต่างประเทศ ร่วมกับบริษัทของตนและต้นทุนที่ใช้ไปในการเจรจากับพันธมิตรทางธุรกิจเหล่านั้น นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงต้นทุนในการใช้ตรวจสอบผลการดำเนินงานของบริษัทที่จะร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจด้วยเช่นกัน ซึ่งต้นทุนเหล่านี้มีผลกระทบต่อทางเลือกวิธีเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ ทฤษฎีต้นทุนทางธุรกรรมได้อธิบายเพิ่มเติมว่าบริษัทมักจะเลือกวิธีการเข้าสู่ตลาดโดยอาศัยกลไกทางตลาดเนื่องจากบริษัทจะได้ประโยชน์จากสินทรัพย์พิเศษบางอย่างขององค์กร รวมถึงให้ประโยชน์จากประสบการณ์ระหว่างประเทศ และหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอนจากปัจจัยภายนอกเพื่อสร้างความสำเร็จขององค์กรธุรกิจตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญ มุ่งเน้นและสนับสนุนเกี่ยวกับกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติขององค์กร ซึ่งจะเห็นได้จากรูปแบบธุรกิจแบบ ห้างหุ้นส่วน มีผลการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในภูมิภาค ในเขตภาคเหนือ สามารถบริหารจัดการธุรกิจได้มากกว่าภูมิภาค ในเขตภาคกลางและกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่งผลมาจากภูมิภาคในเขตภาคเหนือ สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในการสร้าง และให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบในด้านความเป็นเจ้าของ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ จากปัจจัยเฉพาะตัวของธุรกิจที่เป็นคุณสมบัติเฉพาะขององค์กรและสภาวะแวดล้อมภายนอกขององค์กร โดยการใช้ประโยชน์จากความเป็นเจ้าของสินทรัพย์พิเศษขององค์กร หรือจากปัจจัยการผลิต เช่น ความเชี่ยวชาญ ด้านเทคนิค การมีตราสินค้า ปริมาณเงินทุน การพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยี ส่งเสริมทักษะในการบริหารจัดการของบุคลากรในองค์กร และการจัดการประสบการณ์ต่างประเทศ การปรับปรุงการปฏิบัติงานและการบริหารกิจกรรมเพื่อลดค่าใช้จ่ายอันเนื่องมาจากการทำธุรกรรมต่างๆ ในองค์กร เช่น ค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการค้นหาข้อมูล การเจรจาต่อรอง การขนส่งสินค้า การควบคุมสั่งการ

เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศตามกลไกความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งมีความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันที่มีการเจริญเติบโตและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณี และเครื่องประดับในประเทศไทย ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจ ให้ก้าวสู่ตลาดในระดับสากลอย่างมั่นคงและเข้มแข็งต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ความเป็นนานาชาติจะช่วยสนับสนุนให้ผู้บริหารธุรกิจส่งออกใช้เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อม การปรับตัว และการพัฒนาองค์กร และผลิตภัณฑ์ของตนสู่ตลาดโลก อีกทั้งยังช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ควบคู่กับการส่งเสริมศักยภาพทางการบริหารของกิจการและความได้เปรียบที่มีอยู่สู่ความเป็นนานาชาติของธุรกิจโดยผ่านช่องทางและวิธีการเข้าสู่ตลาดในเวลาที่เหมาะสม โดยให้เกื้อหนุนที่ต่ำสุดแต่เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้และเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ

6. สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์ความเป็นนานาชาติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญ มุ่งเน้นและสนับสนุนเกี่ยวกับกลยุทธ์ความเป็นนานาชาติขององค์กร เพื่อสร้างมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ตลอดจนพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจส่งออกให้ประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศบนความท้าทายของบริบทโลกได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะสะท้อนถึงความพร้อมและความสามารถในการแข่งขันที่มีการเจริญเติบโตและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งในต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *Thailand's Exporters Directory: รายชื่อผู้ส่งออกไทย*. ม.ป.ป. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2557, จาก http://application.ditp.go.th/Center_Public/thailand_export_directory.html
- ชัยพร วิเศษมงคล. *Branding กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันอย่างยั่งยืน*. ค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน, 2557, จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/article.htm>.
- พงษ์สวรรค์ ลีลาหงส์จุฑา. (2553). กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs. *วารสารนักบริหาร*. 30(2) : 130-144..
- พงษ์สวรรค์ ลีลาหงส์จุฑา และลักคณา วรศิลป์ชัย. (2553). กลยุทธ์ผู้ส่งออกไทยบนความท้าทายของบริบทโลก. *วารสารนักบริหาร*. 30(4) : 177-180
- พลู เดชะรินทร์. (2544). *เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, .

- ฤทัยชนก จริ่งจิตร. (2556). กลยุทธ์การเลือกวิธีเข้าสู่ตลาด (Entry Modes) ของสินค้าเกษตรไทยสู่ AEC. *วารสารสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์*, 3(20) : 4-5
- ศากุน บุญอิต. (2554). การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 34(131) : 80-81.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และบริษัท ไบรอัน เคฟ (ประเทศไทย) จำกัด. (2555) *โครงการพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลด้านเศรษฐกิจการค้าการลงทุน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ*. กรุงเทพฯ : รายงานฉบับสมบูรณ์สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.
- Anderson, E., & Hubert G. (1986). Modes of foreign entry: A transaction cost analysis and propositions. *Journal of International Business Studies*. 17(3) : 1-26.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. USA : John Wiley & Son.
- Brouthers, K. D. (2002). *Institutional, cultural and transaction cost influences on entry mode choice and performance*. *Journal of International Business Studies*. 33(2) : 203-221.
- Dunning, J. H., & Sumit, K.K. (1995). The internationalization of the hotel industry: Some new findings from a field study. *Management International Review*. 35 : 101-133.
- Kaplan, R. S., & David P. N. (2004). *Focusing your organization on strategy-- with the balanced scorecard*. Translated by Pipat Kongkijkul. Bangkok : Expernetbooks,
- Nunnally, J. C. (1987). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw-Hill.
- Pheng, L. S., & Jiang H. (2006). Analyzing ownership, locational and internalization advantages of Chinese construction MNCs using rough sets analysis. *Construction Management and Economics*. 24(11) : 1149-1165.
- Ussahawanitchakit, P. (2005). Theories of internationalization. *Thai Journal of Development Administration*. 45(1) : 125-138.
- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics*. 80(2) : 190-207.

**ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**
**Impact of Innovation Knowledge and Capacity on Work Efficiency
of Bookkeepers in North-Eastern Region**

อนุสรฯ ขจรนาม^{*} วราพร เปรมพาณิชย์กุล² และณัฐวุฒิ ตันติเศรษฐ³
Anussara Khajornnam^{*} Varaporn Premanichnukul² and Nattawut Tontiset³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 96 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า 1) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ และด้านการประหยัดต้นทุน 2) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการปฏิบัติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านการประหยัดต้นทุน และด้านคุณภาพของงาน และ 3) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ด้านการประหยัดต้นทุน และด้านการดำเนินงานเสร็จทันตามกำหนด ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ทำบัญชีในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และประยุกต์ใช้นวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่าสูงสุดน่าองค์กรไปสู่เป้าหมายอย่างมีคุณภาพคุ้มค่ากับต้นทุนที่เกิดขึ้น สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการกำหนดทิศทางการบริหาร และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันภายใต้การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คำสำคัญ : ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

^{*} นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

The objective of this research was to test the effect of innovation capacity on work efficiency of accountant in north eastern Asian. The data was collected from 96 accountants and statistics used in the data analysis were multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The result of the research showed that 1) innovation and creativity are related to and has positive effect on overall work practice, satisfaction of people, and cost economy; 2) innovation knowledge and practice are related to and has positive effect on overall work efficiency, cost economy, and work quality; and 3) innovation knowledge and learning had positive relationships and effects on overall work efficiency, satisfaction of customer, cost economy, and finishing work on time. Therefore, these research results can be a guideline for accountant to develop new knowledge that increase firm's efficiency and effectiveness, to maximize benefits from innovation leading to organizational success, to building confidence to all stakeholders in administrative direction, and increase firm competitiveness to compete in changing environment.

Keyword : Innovation Knowledge and Capacity, Work Efficiency, Bookkeepers in North-Eastern Region

1. บทนำ

ภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต่อเนื่องอย่างไม่หยุดยั้ง มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการทำงานซึ่งส่งผลกระทบต่อการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมมนุษย์ จึงจำเป็นที่แต่ละประเทศต้องเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา และเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับความท้าทายของกระแสโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกรอบวิชาชีพของมนุษย์ มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยมาใช้แทนทรัพยากรมนุษย์ เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การบริการที่ดีการลดต้นทุน ตลอดจนการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร มนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าเหนือทรัพยากรอื่นใด จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อสร้างเสริมรักษาให้สามารถสร้างคุณประโยชน์แก่องค์กรและตนเอง การก้าวต่อไปในอนาคตล้วนต้องอาศัยงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นรากฐานทั้งสิ้น (วีรวิทย์ มาษะศิริรานนท์, 2553 : 9) ความรู้ทางนวัตกรรมถือเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพบุคลากร โดยเฉพาะในปัจจุบันที่โลกเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว ผู้ทำบัญชีในฐานะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลทางการเงินเพื่อนำเสนอต่อฝ่ายบริหารแล้ว ยังต้องมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมที่จำเป็นในปัจจุบันเพื่อพัฒนาตนเองให้เกิดกระบวนการคิดการเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ และปรับให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของนวัตกรรมที่เกิดขึ้น และให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานต่อไป (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552 : เว็บไซต์)

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Knowledge Capability) เป็นความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์เฉพาะทาง ก่อให้เกิดทักษะใหม่ๆ ซึ่งนำไปสู่การสร้างกระบวนการทางด้านการคิด และมีความเป็นปัจจุบันเพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน โดยในการประเมินความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ประกอบด้วย ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ด้านการพัฒนา (Development) ด้านการปฏิบัติ (Implementation) และด้านการเรียนรู้ (Learning) (วีระวุฒิ วัจนะพุกกะ และอาทิตยา อรุณศรีโสภณ, 2552 : 25) ซึ่งในด้านนวัตกรรมนั้น จะบรรลุผลให้ตรงตามเป้าหมายขององค์กร ทันต่อระยะเวลาที่กำหนด ผลงานที่ได้ต้องมีความคุณภาพและความถูกต้อง

มีวิธีการทำงานและนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมเข้ามาช่วยเพิ่มผลงาน ลดระยะเวลาในการปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ทุกฝ่าย เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรเพื่อสามารถสร้างโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจ เปลี่ยนอุปสรรคให้เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน มีการวางแผนกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับนวัตกรรม และสนับสนุนให้บุคลากรมีความกล้าคิด กล้าทำ พร้อมที่จะเรียนรู้ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการประยุกต์ใช้นวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่าสูงสุดน่าองค์กรไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Work Efficiency) เป็นการดำเนินงานให้เป็นไปตามความคาดหวังไว้หรือการทำงานด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีคุณภาพ เชื่อถือได้ ความทันเวลา การปฏิบัติหน้าที่ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความครบถ้วน โดยใช้อุปกรณ์ที่มีอยู่ทั้งคน และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้อย่างเหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งมีการนำเทคนิคต่างๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อลดขั้นตอน และเกิดความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้นในการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) ด้านการประหยัดต้นทุน (Costs Savings) ด้านการทำงานเสร็จทันตามกำหนด (Timeliness) และด้านคุณภาพของงาน (Quality of Work) (สมใจ ลักษณะ. 2549 : 275) โดยผู้บริหารจะต้องปรับปรุงการบริหารด้วยกระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตลอดจนการมอบอำนาจให้พนักงานมีอำนาจในการบริหารอย่างเต็มที่ ซึ่งการปฏิบัติงานของพนักงานถือเป็นกุญแจสำคัญในความสำเร็จขององค์กร และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงอยู่ และการเจริญเติบโตขององค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ผู้ทำบัญชี (Bookkeepers) มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำบัญชี โดยจะต้องมีคุณสมบัติ และเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชีตามที่อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้าประกาศกำหนด มีบทบาทสำคัญในการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชีของนิติบุคคล คุณภาพของผู้ทำบัญชีย่อมส่งผลกระทบต่อคุณภาพของข้อมูลทางด้านบัญชี ซึ่งผู้ทำบัญชีจะต้องมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมในปัจจุบัน การทำความเข้าใจ และการพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อทำให้ผลงานที่ออกมาดีมีคุณภาพ และถูกต้อง (สภานิติวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2554 : เว็บไซต์) เมื่อผู้ทำบัญชีเข้ามาทำงานให้กับองค์กร ก็จะต้องนำเสนอข้อมูลด้านบัญชีเพื่อการจัดการ และการตัดสินใจของผู้บริหาร ซึ่งการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ผู้ทำบัญชีจะต้องมีประสบการณ์การเรียนรู้ในการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรมที่เกิดขึ้น และสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันได้ (สวัสต์ พุ่มภักดี และวันชัย ประเสริฐศรี, 2550 : 19-20) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นมากที่ผู้ทำบัญชีต้องตระหนัก และให้ความสำคัญในเรื่องของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมให้มากขึ้นว่าส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างไร เพื่อหาวิธีแก้ไขพัฒนาให้ผู้ทำบัญชีเกิดการเรียนรู้ในการทำงาน และเกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีคุณภาพ เชื่อถือได้ มีความทันต่อเวลา ปฏิบัติหน้าที่ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีความครบถ้วน และผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาองค์กร สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง ตลอดจนสร้างความเจริญเติบโตให้กับองค์กรต่อไปในอนาคตได้ (ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์, 2549 : 2)

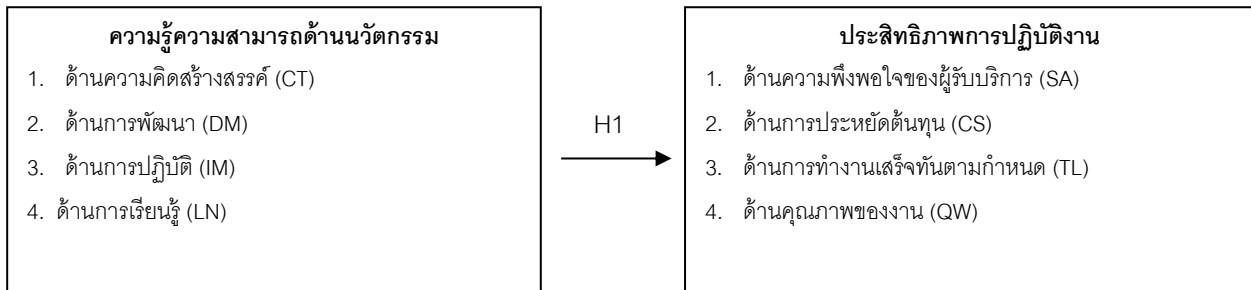
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมเพิ่มเติมเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานของผู้ทำบัญชี และทำให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบ ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน



2.1 ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Knowledge Capability) หมายถึง ความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์เฉพาะทาง ที่ก่อให้เกิดทักษะใหม่ๆ หรือทักษะเฉพาะทาง ซึ่งนำไปสู่การสร้างกระบวนการทาง ด้านความคิดเป็นการดัดแปลงจากสิ่งเดิมที่เคยปฏิบัติมาก่อนให้มีคุณภาพ และมีความเป็นปัจจุบันเพื่อประสิทธิภาพ ในการทำงาน ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) หมายถึง กระบวนการทางปัญญาในระดับสูงที่ใช้ กระบวนการทางความคิดหลายๆ อย่างมารวมกัน เป็นความคิดที่นอกเหนือไปจากกรอบที่กำหนดไว้ เพื่อสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ หรือแก้ปัญหาที่มีอยู่ให้ดีขึ้น

2.1.2 ด้านการพัฒนา (Development) หมายถึง ทักษะในการแสวงหาวิธีการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จ และเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง ระบบการกระทำทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน

2.1.3 ด้านการปฏิบัติ (Implementation) หมายถึง การดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนที่แต่ละบุคคลเรียนรู้ร่วมกันโดยการวิเคราะห์ปัญหาผ่านกระบวนการทำงานบนปัญหาจริงและสะท้อนกลับบนประสบการณ์ ของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างประสบผลสำเร็จ

2.1.4 ด้านการเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การที่บุคคลมีความต้องการทำความเข้าใจกับปัญหา เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่ได้ประสบมา ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเพิ่มพูนของทักษะความรู้ ความเข้าใจ และการพัฒนา ของบุคคลนั้นๆ เป็นพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างถาวร และต้องเกิดจากการฝึกฝน หรือเคยมีประสบการณ์นั้นๆ

2.2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Work Efficiency) หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามความคาดหวัง ใ้หรือการทำงานด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีคุณภาพ เชื่อถือได้ ความทันเวลา การปฏิบัติหน้าที่มีคุณภาพได้ มาตรฐาน มีความครบถ้วน และผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก ของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการ ในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

2.2.2 ด้านการประหยัดต้นทุน (Cost Savings) หมายถึง การพยายามลดค่าใช้จ่ายโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน และวัดผลได้เร็วที่สุดในรูปของตัวเลขค่าใช้จ่ายที่ลดลง โดยต้องทำให้ค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดแต่คุณภาพและคุณภาพในการใช้งานยังคงอยู่ภายใต้การยอมรับได้

2.2.3 ด้านการทำงานเสร็จทันตามกำหนด (Timeliness) หมายถึง การทำงานที่มีความรวดเร็ว ความเป็นปัจจุบันตามกำหนดเวลา ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และผลงานที่ออกมาเป็นที่พึงพอใจ และยอมรับได้

2.2.4 ด้านคุณภาพของงาน (Quality of Work) หมายถึง ประสิทธิภาพโดยรวมของกระบวนการดำเนินงานตามมาตรฐานและมีความสม่ำเสมอ ในการตอบสนองตามความต้องการ และทำให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการ และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557 : เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถาม ได้รับแบบสอบถามตอบกลับทั้งสิ้น 96 ชุด และเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์หมด ซึ่งมีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 24 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 60 วัน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมเป็นตัวแปรอิสระสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1) ด้านความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับกระบวนการทางปัญญาในระดับสูงที่ใช้กระบวนการทางความคิดหลายๆ อย่างมารวมกัน เป็นความคิดที่นอกเหนือไปจากกรอบที่กำหนดไว้ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือแก้ปัญหาที่มีอยู่ให้ดีขึ้น 2) ด้านการพัฒนา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ ทักษะในการแสวงหาวิธีการเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ทักษะคิด และประสบการณ์ในการทำงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานประสบผลสำเร็จ และเกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลงระบบการกระทำทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ และสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้นไปพร้อมๆ กัน 3) ด้านการปฏิบัติ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบแบบแผนที่แต่ละบุคคลเรียนรู้ร่วมกันโดยการวิเคราะห์ปัญหาผ่านกระบวนการทำงานบนปัญหาจริงและสะท้อนกลับบนประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างประสบผลสำเร็จ 4) ด้านการเรียนรู้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการเพิ่มพูนของทักษะความรู้ ความเข้าใจ และการพัฒนาของบุคคลนั้นๆ เป็นพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างถาวร และต้องเกิดจากการฝึกฝน หรือเคยมีประสบการณ์นั้นๆ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรตาม สามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้

สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น 2) การพยายามลดค่าใช้จ่ายโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน และวัดผลได้เร็วที่สุดในรูปของตัวเลขค่าใช้จ่ายที่ลดลง โดยต้องทำให้ค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดแต่คุณภาพและคุณค่าในการใช้งานยังคงอยู่ภายใต้การยอมรับได้ 3) ด้านการทำงานเสร็จทันตามกำหนด ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการทำงานที่มีความรวดเร็วมีความเป็นปัจจุบันตามกำหนดเวลา ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และผลงานที่ออกมาเป็นที่พึงพอใจและยอมรับได้ 4) ด้านคุณภาพของงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพโดยรวมของกระบวนการดำเนินงานตามมาตรฐานและมีความสม่ำเสมอ ในการตอบสนองตามความต้องการ และทำให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่าน การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟายู่ระหว่าง 0.515- 0.743 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟายู่ระหว่าง 0.854- 0.860 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006 : 118) ได้เสนอว่าการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.50 เป็นค่าที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.241 – 0.682 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.226 – 0.647 ซึ่งเป็นค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับชูศรี วงศ์รัตนะ (2550 : 130) ที่เสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.20 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบ ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ TWE} = \beta_0 + \beta_1 \text{AC} + \beta_2 \text{AI} + \beta_3 \text{KI} + \beta_4 \text{CD} + e$$

เมื่อ TWE แทน ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม

CT แทน ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์

DM แทน ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการพัฒนา

IM แทน ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการปฏิบัติ

LN แทน ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	TWE	CT	DM	IM	LN	VIF
$\bar{X}$	4.01	4.02	3.98	4.03	4.08	
S.D.	0.38	0.53	0.53	0.50	0.45	
TWE	-	0.458*	0.411*	0.465*	0.366*	
CT		-	0.480*	0.294*	0.256*	1.361
DM			-	0.358*	0.205*	1.394
IM				-	0.303*	1.239
LN					-	1.141

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม มีค่าตั้งแต่ 1.141 – 1.394 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	p-value
	โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.337	0.374	3.578	0.001*
ด้านความคิดสร้างสรรค์ (CT)	0.185	0.070	2.660	0.009*
ด้านการพัฒนา (DM)	0.107	0.070	1.532	0.129
ด้านการปฏิบัติ (IM)	0.213	0.070	3.030	0.003*
ด้านการเรียนรู้ (LN)	0.157	0.075	2.098	0.039*
F = 13.758 p = 0.000 AdjR ² = 0.349				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก องค์การในปัจจุบันต้องสนับสนุนด้านการเรียนรู้ นอกกรอบเพื่อให้เกิดความคิดใหม่ๆ เกิดขึ้น และทันสมัย ซึ่งส่งผลให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา

ผลงานให้มีคุณภาพ และเป็นที่น่าพึงพอใจแก่ผู้ที่จะมารับบริการ แต่จุดสำคัญที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงอีกด้านก็คือ ต้นทุนที่จะเกิดขึ้นในการทำงาน ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2548 : เว็บไซต์) กล่าวว่า นวัตกรรม เป็นความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี หรือการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ การผลิตใหม่ หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนั้นยังรวมถึง การปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการฝึกอบรม ที่นำมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เยาวลักษณ์ จิตต์วโรดม (2548 : 10) กล่าวว่า ธุรกิจที่จะเติบโตและประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารต้องปรับปรุงความสามารถขององค์กร ให้เป็นไปอย่างมีนวัตกรรม โดยการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน คู่แข่งกับการลงทุน ณ ปัจจุบันนี้ จึงทำให้ผู้บริหารทุกคนทราบถึงความสำคัญของนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ มีการส่งเสริมสนับสนุนให้พนักงานทุกระดับมีการคิดนอกกรอบ กล้าแสดงความคิดเห็น กล้าที่จะทดลองสิ่งใหม่ๆ มีการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรยุทธ วัฒนาสุโข (2548 : 18) กล่าวว่า แนวคิดของการสร้างนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้น เกิดจากการที่บุคลากรในองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์ มีการคิดนอกกรอบเดิม ที่องค์กรเคยดำเนินการอยู่อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถได้รับความแปลกใหม่แตกต่างจากเดิมมากขึ้น และความคิดที่แปลกใหม่นี้จะนำไปสู่วัฒนธรรมในการดำเนินการในที่สุด ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมในกระบวนการดำเนินงาน หรือ นวัตกรรมในสินค้าและบริการ โดยหลายครั้งสิ่งที่เป็นบ่อเกิดของความคิดสร้างสรรค์นั้น ได้รับอิทธิพลโดยตรงจาก วัฒนธรรมหรือวิธีการดำเนินพฤติกรรมหลักในองค์กร โดยทั่วไปองค์กรได้มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาทำให้งานดีขึ้น ช่วยในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เพราะเทคโนโลยีไม่ได้มาช่วยในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เพราะเทคโนโลยีไม่ได้มาช่วยแค่เพียงให้การทำงานอัตโนมัติมากขึ้น แต่สามารถที่จะ เปลี่ยนรูปแบบการทำงานได้เลย โดยลักษณะของการเอาเทคโนโลยีมาลดภาระงานที่ซ้ำซ้อน เพื่อให้พนักงานได้มีเวลาไปทำงานอื่นที่มีคุณค่ามากกว่าและสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณภรณ์ อนุอิน (2549 : 104-105) พบว่า คนเป็น สิ่งสำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่ง โดยการมองภาพรวมของระบบเข้าใจว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรบุคคลมีแบบแผน ความคิดต้องมีการใช้ทักษะการสืบค้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ และต้องมีการฝึกฝนทักษะในการใคร่ครวญในการตั้งคำถาม จะเห็นว่าผู้บริหารได้เปิดโอกาสให้บุคคลในองค์กรทุกระดับได้แสดงความสามารถพิเศษแต่ละบุคคล โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ รวมถึงการวางแผน การจัดกิจกรรมการฝึกอบรมให้ความรู้กับความต้องการของบุคคลในการพัฒนาตนเอง มีโอกาสได้เรียนรู้จากเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ต อินทราเน็ต เป็นต้น เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับเรื่องภายใน และภายนอกองค์กรด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ จำเป็นที่บุคคลดังกล่าวในองค์กรจะต้องเรียนรู้และประดิษฐ์สร้างสรรค์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

2) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการปฏิบัติ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก กระบวนการเรียนรู้การปฏิบัติเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนานคนในองค์กรให้เกิดความรู้ เมื่อคนเกิดการเรียนรู้ก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในองค์กรไปในทางที่ดี สมาชิกขององค์กรจะต้องมีการเรียนรู้ ปฏิบัติอยู่เรื่อยๆ มีความกระตือรือร้นสนใจ และใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เสมอ เพื่อเพิ่มศักยภาพของตนมุ่งสู่จุดมุ่งหมาย และความสำเร็จที่ได้กำหนดไว้จึงต้องมีการนำเอาเทคโนโลยีเข้าปรับใช้เพื่อให้ทันต่อคู่แข่ง และมีคุณภาพกับคู่แข่ง ต้นทุน สอดคล้องกับแนวคิดของ ยรรยง ธรรมธัชชาริ (2548 : 180) กล่าวว่า การทำงานในองค์กรที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่ประกอบไปด้วยบุคคลหลากหลายเชื้อชาติทำให้เกิดการปรับตัวเข้าหากันของทุกๆ ฝ่ายมีหลายสิ่งหลายอย่างที่ต้องเรียนรู้ และทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน และเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี และการ

แข่งขันทางการผลิต การบริการ โดยใช้หลักการปฏิบัติที่สรรหาเทคนิค วิธีการทำงาน การใช้เทคโนโลยี และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน เพื่อควบคุมคุณภาพของกระบวนการทำงาน มุ่งให้การทำงานได้เร็ว คุณภาพของงานที่ทำเสร็จมีความถูกต้อง เรียบร้อย และสมบูรณ์ครบถ้วนตามกำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร แจ่มศรี (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ทำบัญชีควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นแนวทางการพัฒนาตนเองสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ในการกำหนดทิศทางการบริหารเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และการเปลี่ยนแปลงในอนาคตต่อไป

3) ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก การเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน และไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ อีกทั้งเป็นส่วนสำคัญของการทำงานในชีวิตประจำวันรวมทั้งพนักงานในองค์กรต่างๆ และสามารถที่จะพัฒนา และขยายความสามารถในการสร้างอนาคตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเรียนรู้มีวิธีหลากหลายวิธี การเรียนรู้ในการเข้าอบรมพัฒนาศักยภาพในการทำงานของตนเองก็เป็นปัจจัยสำคัญ และมีประโยชน์ทั้งต่อผู้ได้รับการพัฒนา ผู้สอน เพื่อนร่วมงาน และต่อองค์กร ซึ่งการพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพจะสัมพันธ์กับบรรยากาศของการเรียนรู้ที่จะพัฒนาการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกับกลุ่มคน และความสามารถในการสร้างสรรค์ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Panayides and Meko (2005 : 179-200) พบว่า การมุ่งเน้นความสัมพันธ์ มีผลทำให้การดำเนินงานของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อลูกค้าในห่วงโซ่อุปทานเกิดประสิทธิผล และผลการดำเนินงานดีขึ้นจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ และวางแผนร่วมกันทำให้เกิดวิธีการทำงานเป็นนวัตกรรมการบริหารจัดการการทำงานให้ดีขึ้นช่วยให้เกิดประสิทธิผลที่ดีในการจัดการโลจิสติกส์ในห่วงโซ่อุปทาน และมีผลทำให้ผลการดำเนินงานดีขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิด เสน่ห์ จัยโต (2548 : 7 – 11) กล่าวว่า การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมหรือแบบทีมเป็นสิ่งจำเป็น เมื่อมีกลุ่มย่อยมีการพูด การฟัง การคิด และการปฏิบัติจึงเกิดการประชุมระดมสมองทำงานเป็นทีม แนวคิดนี้ทำให้เชื่อว่า การทำงานเป็นทีมก่อให้เกิดการเรียนรู้ เมื่อการเรียนรู้ก็ก่อให้เกิดนวัตกรรม ดังนั้น นวัตกรรมจึงเป็นผลมาจากการเรียนรู้ด้วยการทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin and Wei (2005 : บทคัดย่อ) พบว่า ความรู้เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเข้าใจของมนุษย์เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาในองค์กรและสภาพแวดล้อม ต้องใช้ความรู้ให้เป็นประโยชน์ และเกิดประสิทธิภาพอย่างสูงสุด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและทำให้อุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ และผลกระทบของตัวแปรอื่น ที่มีผลต่อความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม เช่น ความสามารถในการแก้ปัญหา เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเป็นต้น หรือศึกษาปัญหา และอุปสรรคต่อความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม เพื่อทราบข้อเท็จจริงอันนำมาซึ่งการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม สามารถนำปัญหา และอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขได้ตรงประเด็น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ทำบัญชีเกิดความรู้ความสามารถทางด้านนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ สามารถใช้ในการปฏิบัติงานส่งผลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และอีกประการหนึ่ง วิชาชีพบัญชีในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ทำบัญชีจะต้องมีการติดตามข่าวสาร เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการทำงานได้อย่างถูกต้อง และน่าเชื่อถือได้

ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้นำบัญชีเกิดความรู้ และความสามารถในการพัฒนาตนเอง และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้นำบัญชีมีผลงานที่มีประสิทธิภาพ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้นำบัญชีจึงควรสนับสนุนให้บุคลากรมีความกล้าคิด กล้าทำ พร้อมทั้งจะเรียนรู้ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการปฏิบัติ และด้านการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ สามารถใช้ในการปฏิบัติงานส่งผลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และประยุกต์ใช้นวัตกรรมต่างๆ ให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่าสูงสุดน่าจะควรไปสู่เป้าหมายอย่างมีคุณภาพคุ้มค่ากับต้นทุนที่เกิดขึ้น และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการกำหนดทิศทางในการบริหาร เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). *ฐานข้อมูลทางการบัญชี*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก <http://www.dbd.go.th>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). *ความหมาย และองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม*. ค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2552, จาก <http://library.dip.go.th/Industrial%20Innovation/www/inno1-01.html>
- ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับประสิทธิผลการทำงานของนักบัญชีในวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ บช.ม.
- มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2550). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 10). นนทบุรี : ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์โปรเกรสซิฟ.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุโขทัย. (2549). นวัตกรรม : ตีความอรรถกถาทางการแข่งขัน. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 17(66) : 18-20.
- ยรรยง ธรรมธัชอารี. (2548). *บริหารธุรกิจด้วยแนวคิดการบัญชี*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เยาวลักษณ์ จิตต์วีโรดม. (2548). นวัตกรรม : กฎเกณฑ์หลักของการพัฒนาธุรกิจ. *วารสารวิชาการหอการค้าไทย*. 25(2) : 11-13.
- วรรณภรณ์ อนุทิน. (2549). *กลยุทธ์และปัจจัยบ่งชี้การพัฒนาสู่องค์กรการเรียนรู้ของห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วีระวุฒิ วัจนะพุกกะ และอาทิตยา อรุณศรีโสภณ. (2552). ชุมชนแห่งนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์. *วารสารนักบริหาร*, 30(3) : 25-30
- วีรยุทธ มาษะศิริวนนท์. (2553). *กระบวนการเรียนรู้*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2554). *ข้อบังคับสภาวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 19 จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์*.
- สมใจ ลักษณะ. (2549). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สวัสดี พุ่มภักดี และวันชัย ประเสริฐศรี. (2550). *การบัญชีขั้นต้น 1*. กรุงเทพฯ : พัฒนาวิชาการ.

- สุภาพร แจ่มศรี. (2554). ผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีอย่างต่อเนื่องที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2548). *Integrated Innovation*. ค้นเมื่อ 13 มิถุนายน 2551, จาก <http://www.tiger.co.th/intergrated.phd>
- เสน่ห์ จัตุไร. (2548). *การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day. G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. USA : John Wiley and Son.
- Cronbach, B. J. (1972). *Statistical inference for education researchers reading*. MA : Addison – Wesley.
- Lin, C. M., & Wei, C. C. (2005). *Establishing the key performance indicators of knowledge management*. Doctoral Thesis. Taiwan : School of Technology Management, Chung – Hua University.
- Photis, M. P., & Meko, S. (2005). Logistics service provider-client relationships. *Dissertation abstracts international*. E41 : 179-200.

การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานในพื้นที่ นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก

Perception of Happy Workplace of Labor in Eastern Industrial Estate

วรรณภา ลือกิตินันท์* และกัญจนวลัย นนทแก้ว แฟรี่²

Wannapa Luekitinan* and Kanvalai Nontakeaw Ferry²

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ของแรงงานเกี่ยวกับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยองค์กร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแรงงานที่ทำงานในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเพิ่มจำนวนแบบสอบถามอีก 65 ชุด รวมจำนวนแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมทั้งสิ้น 450 ชุด และใช้การสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยกำหนดจังหวัดละ 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าแรงงานมีระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สำหรับการเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุงาน และลักษณะงานที่แตกต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร พบว่า ประเภทการจ้าง และประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ความสุขในการทำงาน องค์กรสุขภาวะ องค์กรแห่งความสุข

^{*2} อาจารย์ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

^{*2} Lecturer, Faculty of Management and Tourism, Burapha University

Abstract

The study aimed to study level of labor's perception of happy workplace concept classified by personal factors and organizational factors. The data were collected from labor in industrial estates in the eastern provinces. With infinite population of labor, the minimum 385 samples were calculated with 65 additional samples for error prevention. Hence, the total number of samples was 450. For corporate samples, quota sampling was used and it resulted in 150 samples from each province. Questionnaire was used as data collecting tool. The findings revealed the level of totally and each aspects of perception of happy workplace concept were high. When analyzed by personal factors, it was found that work year and job characteristics were two factors affecting the perception of happy workplace concept with statistical significance. When analyzed by organizational factor, it was found that the factors of employment type and industrial cluster affected the perception of happy workplace concept with statistical significance.

Keywords: Work Happiness, Happy Workplace

1. บทนำ

มนุษย์เราส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาอยู่ที่ทำงานหรือมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานอย่างน้อยวันละ 8 ชั่วโมง ซึ่งถ้าหากในเวลา 8 ชั่วโมงนี้ ถ้าต้องอยู่อย่างเบื่อหน่าย เจ็บปวด อิจฉาริษยา โกรธแค้น เป็นต้น ก็หมายถึงการเสียเวลาอันมีคุณค่าไปถึง 8 ชั่วโมง หรือคิดเป็นจำนวนนาทีเท่ากับ 480 นาที หรือ 28,800 วินาที ไปกับเรื่องซึ่งทำให้บั่นทอนจิตใจ อันจะนำมาซึ่งสุขภาพจิตที่ไม่เป็นสุข และส่งผลถึงสุขภาพร่างกายได้ เช่น เกิดอาการปวดหัวเรื้อรัง ท้องอืด ท้องเฟ้อ โรคกระเพาะ เป็นต้น ในทางตรงข้าม ถ้ามีความสุขกับที่ทำงาน ก็จะทำให้รู้สึกอยากมาทำงาน ความอยากทำงานก็จะส่งผลให้ทำงานได้ดี ผลงานมีคุณภาพ รวมถึงส่งผลต่อบรรยากาศในที่ทำงานที่มีความสุข อันช่วยลดความตึงเครียดในการทำงาน ซึ่งประพนธ์ ผาสุกยี่ด (2549) ระบุว่าปัจจัยที่จะทำให้คนมีความสุขในการทำงานนั้น มี 4 ปัจจัยคือ งานที่ทำท้าทาย วัฒนธรรมการทำงานอย่างมีส่วนร่วม ปัจจัยสภาพแวดล้อม/ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และภาวะผู้นำ

ด้วยเหตุนี้สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสุขในที่ทำงาน และสร้างที่ทำงานให้เป็นองค์กรแห่งความสุข โดยเสนอแนวคิดในการพัฒนาองค์กรให้เป็นที่ที่คนทำงานมีความสุข ที่ทำงานน่าอยู่ และชุมชนมีความสมานฉันท์ ซึ่งเน้นในด้านการพัฒนาคนทำงานให้มีความสุขตามแนวคิดความสุขในการทำงาน 8 ประการ ได้แก่ ความมีสุขภาพดี มีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น มีความผ่อนคลาย รักการเรียนรู้ มีคุณธรรม จัดการการเงินได้ ครอบครัวมีความสุข และเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม รวมถึงการเน้นการพัฒนาองค์กรให้เป็นที่ทำงานที่น่าอยู่ โดยเน้นการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร (ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์, จุลยวรรณ ดั่งวงโคตะ และนพพร ทิแก้วศรี, 2556)

แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาองค์กรจะเป็นเช่นใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของพนักงาน ซึ่งการรับรู้เป็นผลทำให้พฤติกรรมของบุคคลในองค์กร โดยบุคคล 2 คนได้เห็นสิ่งเดียวกัน แต่อาจเกิดการรับรู้ต่างกัน ซึ่งก็จะเกิดพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2550) และย่อมมีผลกระทบต่อการทำงานของบุคคลในองค์กร รวมถึงการพัฒนาองค์กรให้มุ่งเป็นสู่การเป็นองค์กรสุขภาวะด้วย ทั้งนี้การที่บุคคลจะตีความได้ดีหรือไม่ดีเพียงใดย่อมอาศัย

ปัจจัยต่างๆ หลายประการ ได้แก่ สถิติปัญหาหรือความเจ็บป่วยฉับพลัน การสังเกต ความสนใจ สภาพจิตใจในขณะนั้น และประสบการณ์ (นิติพล ภูตะโชติ, 2556)

สำหรับพื้นที่ภาคตะวันออกถือว่าภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่แรงงานจำนวนมาก เนื่องจากเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมและสวนอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งประเด็นด้านความสุขในการทำงานนั้นถือว่าเป็นประเด็นสำคัญที่ทุกองค์กรจะต้องให้ความสำคัญถึง โดยในภาคตะวันออกมีองค์กรสุขภาวะต้นแบบซึ่งเป็นภาคีเครือข่ายของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ จำนวนทั้งสิ้น 12 แห่ง แบ่งเป็นสถานประกอบการขนาดใหญ่ 9 แห่ง และธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 แห่ง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2557) และเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ภาคตะวันออกมีองค์กรสุขภาวะต้นแบบและองค์กรสุขภาวะที่เป็นภาคีเครือข่าย เป็นอันดับ 2 ของประเทศรองจากภาคกลาง ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานที่มีในภูมิภาคนี้ถือว่าแนวคิดองค์กรสุขภาวะยังไม่ได้ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย โดยอาจมีสาเหตุมาจากการรับรู้ขององค์กร ผู้บริหารองค์กร และตัวพนักงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การศึกษาการรับรู้แนวคิดการสร้างองค์กรสุขภาวะของแรงงานในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านองค์กร ซึ่งผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรในการยกระดับการพัฒนาองค์กรให้บุคลากรมีความสุขในการทำงาน และสถานประกอบการอื่น รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผน การกำหนดแนวทางในการพัฒนาและการขยายผลแนวคิดองค์กรสุขภาวะไปยังองค์กรอื่นในภาคตะวันออกต่อไป

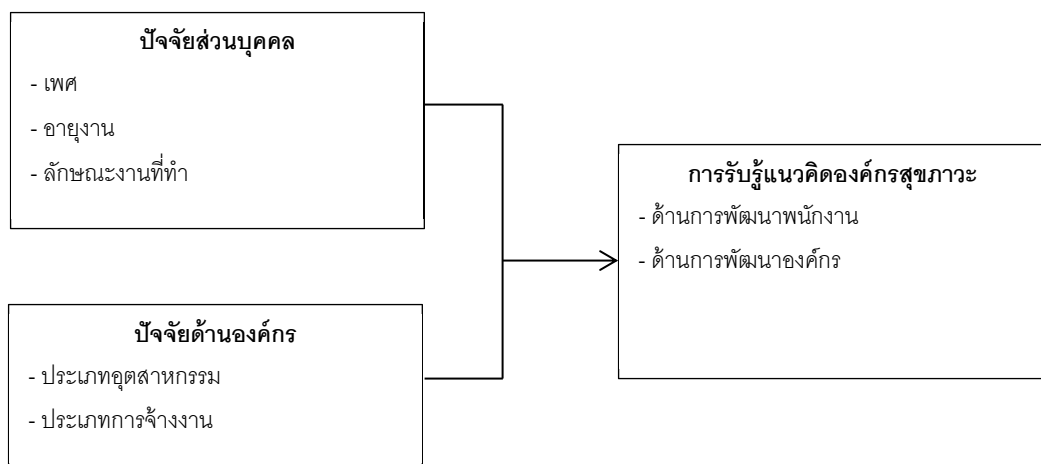
2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.2 เพื่อศึกษาระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐาน

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานในองค์กรในพื้นที่ภาคตะวันออกแตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยด้านองค์กรแตกต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานในองค์กรในพื้นที่ภาคตะวันออกแตกต่างกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรสุขภาวะ

4.1 นิยามองค์กรสุขภาวะ

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้อธิบายความหมายไว้ดังนี้ องค์กรแห่งความสุข (Happy Workplace) หมายถึง หน่วยงาน สถานประกอบการ สถานศึกษา ที่ทำงาน ที่มีความมั่นคงก้าวหน้าตามจุดประสงค์ของภารกิจ คนในองค์กรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีความพึงพอใจและตั้งใจทำงาน สถานที่ทำงานมีบรรยากาศเกื้อหนุนให้บุคลากรมีสุขภาพดี และทุกคนทุกระดับในองค์กรทำงานร่วมกันอย่างสมานฉันท์ องค์กรแห่งความสุข มีกระบวนการที่เน้นสุขภาวะของคนทำงานในองค์กร หลักการที่สำคัญคือความสำเร็จของภารกิจนั้นขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถของบุคคลทุกฝ่าย และที่จะขาดไม่ได้คือ ความสุขของทุกคน เนื่องจากคำว่า “องค์กรแห่งความสุข” มีลักษณะเป็นนามธรรม การอธิบายจึงต้องเชื่อมโยงวิถีชีวิตของคนทำงานเกี่ยวข้องกัน ในองค์กร (จินดารัตน์ โพธิ์นอก, 2557) ในขณะที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ ได้อธิบายความหมายขององค์กรแห่งความสุข ว่าเป็นกระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย และยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้คนมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง นำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (ลลิตา มาไพศาลทรัพย์, 2557)

จากความหมายทั้งสองพบว่า องค์กรแห่งความสุข เป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นให้คนในองค์กรมีความสุข จากการมีความพึงพอใจและตั้งใจทำงาน มีสุขภาพดี มีความสมานฉันท์ โดยกระบวนการนี้จะต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร และนำพาองค์กรสู่ความยั่งยืน ซึ่งบางครั้งองค์กรแห่งความสุขนั้น ยังมีชื่อเรียกว่า องค์กรสุขภาวะ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้สรุปว่า องค์กรสุขภาวะ หมายถึง องค์กรที่เน้นนโยบายในการส่งเสริมสวัสดิภาพในการทำงานของพนักงานให้เกิดความสุขในการทำงาน สนุกกับงาน ใช้ชีวิตที่สมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว

4.2 การพัฒนาองค์กรสุขภาวะ

องค์กรแห่งความสุข หรือ องค์กรสุขภาวะ (Happy Workplace) สามารถอธิบายตามกระบวนการทัศน์ได้ 2 มุมมอง คือ กระบวนการที่เน้นการพัฒนาคน และกระบวนการที่เน้นลักษณะ โดยความหมายขององค์กรสุขภาวะตามกระบวนการที่เน้นการพัฒนาคน หมายถึง กระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน ส่วนความหมายขององค์กรสุขภาวะตามกระบวนการที่เน้นลักษณะ หมายถึง องค์กรที่คนทำงานมีความสุข ที่ทำงานน่าอยู่ และชุมชนสมานฉันท์ ทั้งนี้ในการสร้างองค์กรสุขภาวะให้เกิดขึ้น จะต้องดำเนินการ 2 องค์ประกอบ ดังนี้ (ชาญวิทย์ วสันต์ธนรัตน์, จุลัยวรรณ ดั่งวงศ์ และนพพร ทิแก้วศรี, 2556)

4.2.1 การพัฒนาพนักงานให้เป็นคนทำงานที่มีความสุข (Happy People) โดยการพัฒนาให้พนักงานเป็นคนที่มีความสุขนั้น ทางสำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ ได้สังเคราะห์แนวคิดความสุข 8 ประการขึ้นมา ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของความต้องการให้เกิดความสุขที่สมดุล และยั่งยืนระหว่างความสุขของตนเอง ความสุขของครอบครัว และความสุขขององค์กร/ สังคม อันประกอบด้วย

4.2.1.1 เป็นผู้มีสุขภาพดี ดูแลตนเองไม่ให้เป็นภาระของผู้อื่น (Happy Body) มีสุขภาพแข็งแรงทั้งกายและจิตใจ ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ซึ่งเกิดจากการรู้จักใช้ชีวิต รู้จักกิน รู้จักนอน

4.2.1.2 เป็นผู้มีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น (Happy Heart) คือ การคิดถึงคนอื่น มีน้ำใจเอื้ออาทรต่อกันและกัน การรับทราบของเจ้านาย ลูกน้อง บทบาทของคุณพ่อ บทบาทของคุณแม่ และผลของการกระทำ ของตนเอง ต่อสิ่งต่างๆ

4.2.1.3 เป็นผู้ที่สามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเอง (Happy Relax) คือ การรู้จักการผ่อนคลายกับสิ่งต่างๆ ในการดำเนินชีวิต เมื่อชีวิตในการทำงาน และ/ หรือการดำเนินชีวิตประจำวันมีความเครียด ต้องหาวิธีผ่อนคลาย เพื่อรักษาสมดุลของชีวิตไว้

4.2.1.4 เป็นผู้รักการเรียนรู้และเป็นมืออาชีพในงานของตนเอง (Happy Brain) คือ การศึกษาหาความรู้ การพัฒนาตัวเองตลอดเวลา เพื่อให้เป็นมืออาชีพ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

4.2.1.5 เป็นผู้มีคุณธรรมและความกตัญญู (Happy Soul) คือ การเป็นผู้ที่มีคุณธรรม โดยเฉพาะ หิริ โศตปปะ (ความละอาย และเกรงกลัวต่อการกระทำของตน) ซึ่งเป็นคุณธรรมเบื้องต้นพื้นฐานของการอยู่ร่วมกันของสังคมมนุษย์ และเป็นคุณธรรมที่สำคัญต่อการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ควรมีคุณธรรมอื่นๆ เช่น การเป็นคนดี มีศรัทธาต่อศาสนา มีศีลธรรมในการดำเนินชีวิต มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบ มีระเบียบวินัยตรงต่อเวลา เป็นต้น

4.2.1.6 เป็นผู้ใช้เงินเป็น (Happy Money) คือ เป็นผู้ใช้เงินเป็น มีเงินเก็บ รู้จักใช้ เป็นหนี้อย่างมีเหตุผล มีชีวิตที่เหมาะสมกับตนเอง หรืออาจกล่าวว่า เป็นบุคคลที่สามารถจัดการรายรับรายจ่ายของตนเองได้ ทั้งนี้ต้องบริหารจัดการรายรับและรายจ่ายของตนเองและครอบครัว โดยอาจทำบัญชีรายรับ รายจ่าย

4.2.1.7 เป็นผู้ที่รักและดูแลครอบครัวตนเองได้ (Happy Family) คือ การมีครอบครัวที่อบอุ่น และมั่นคง ให้ความสำคัญต่อครอบครัว และครอบครัวเป็นกำลังใจที่ดีในการทำงาน เพราะครอบครัวเป็นเหมือนภูมิคุ้มกัน เป็นกำลังใจเมื่อต้องเผชิญกับอนาคตหรืออุปสรรคในชีวิต การมีครอบครัวเข้มแข็งจะทำให้สังคมมั่นคงด้วย

4.2.1.8 เป็นผู้ที่รักและดูแลองค์กร/ สังคมของตนเองได้ (Happy Society) คือ การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและสังคม โดยสังคมมี 2 ระดับคือ สังคมในที่ทำงานกับสังคมนอกที่ทำงาน

4.2.2 การพัฒนาองค์กรให้เป็นสถานที่ทำงานที่น่าอยู่ (Happy Home) พนักงานต้องรู้สึกที่ทำงานคือ บ้านหลังที่สองของพนักงาน มีความรัก ความสามัคคีในองค์กร โดยองค์กรควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

4.2.2.1 เป็นองค์กรที่มีการทำงานเป็นทีม (Teamwork) เป็นการทำงานร่วมกันอย่างมีชีวิตชีวา ทำด้วยใจ และเห็นคุณค่าของสมาชิก งานที่ทำ และเป้าหมายของงาน รวมถึงการพัฒนาให้คนมีคุณสมบัติสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยเน้นการสื่อสารวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางการดำเนินงานขององค์กร เน้นให้พนักงานมีความรู้สึกร่วมกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งอาจพัฒนาให้พนักงานมีทักษะ มีความพร้อมเพื่อเติบโตร่วมกับองค์กร

4.2.2.2 เป็นองค์กรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการอยู่ร่วมกันและมีการพัฒนาร่วมกัน (Creativity) หมายถึง การสร้างองค์กรแห่งความสุขที่เป็นแบบเฉพาะ และเหมาะสมกับองค์กร โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจว่าแต่ละองค์กรมีบริบทองค์กรที่แตกต่างกัน เช่น ความแตกต่างพนักงาน วัฒนธรรมองค์กร ระบบการทำงาน เป้าหมาย/วิสัยทัศน์ขององค์กร ฯลฯ ดังนั้นองค์กรแต่ละองค์กรต้องพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแนวทางการอยู่ร่วมกันที่เหมาะสมกับองค์กร โดยเป็นการพัฒนาของการมีส่วนร่วมจากพนักงานทุกคน ทั้งผู้บริหาร หัวหน้างาน และพนักงาน โดยผู้บริหารควรมีบทบาทรับรู้ เข้าใจและสนับสนุน หัวหน้างานขึ้นไปควรมีบทบาท รับรู้ เข้าใจและปฏิบัติเพื่อสร้างความสุข และพนักงานควรมีบทบาทรับรู้ เข้าใจและมีส่วนร่วมเพื่อสร้างองค์กรแห่งความสุข รวมถึงควรต่อยอดหรือพัฒนาแนวทางปฏิบัติเดิมของตนหรือจากประสบการณ์ของผู้อื่นแล้วคัดเลือกแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมกับองค์กร

5. วิธีดำเนินการ

5.1 การวัดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือ เอกสาร วารสาร เป็นต้น ซึ่งจำแนกเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

5.1.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

5.1.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุงาน และลักษณะงาน

5.1.1.2 ปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ ประเภทอุตสาหกรรม และประเภทการจ้าง

5.2.1 ตัวแปรตาม คือ การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

5.2.1.1 ด้านการพัฒนาพนักงาน หมายถึง การที่พนักงานมีความตระหนักถึงความสมดุลระหว่างชีวิตในการทำงาน ชีวิตครอบครัว และการใช้ชีวิตในสังคม รู้จักการจัดสรรเวลาในการดำรงชีวิต การทำงาน และการพักผ่อน ตลอดจนทราบแนวทางในการพัฒนาความสุขในการทำงาน 8 ด้าน (Happy 8) ได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมการมีสุขภาพดี (Happy Body) กิจกรรมส่งเสริมด้านความสัมพันธ์ ความมีน้ำใจระหว่างบุคคล (Happy Heart) กิจกรรมส่งเสริมด้านสันติภาพและการพักผ่อน (Happy Relax) กิจกรรมการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Happy Brain) กิจกรรมส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม (Happy Soul) กิจกรรมส่งเสริมการจัดการการเงิน (Happy Money) กิจกรรมส่งเสริมสัมพันธ์ภาพในครอบครัวพนักงาน (Happy Family) และกิจกรรมส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคม แวดล้อม (Happy Society)

5.2.1.2 ด้านการพัฒนางานองค์กร หมายถึง การที่บุคคลรับทราบว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการพัฒนางานองค์กรแห่งความสุข และต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนางานองค์กรแห่งความสุข ทั้งในฐานะผู้ร่วมกิจกรรม ผู้ให้ความคิดเห็น ผู้วางแผนงาน ตลอดจนต้องร่วมพัฒนาความคิดสร้างสรรค์เพื่อหาแนวทาง สร้างสถานที่ทำงานให้น่าอยู่ น่าทำงาน และสร้างความสมัคคีสามัคคีในองค์กร รวมถึงช่วยสื่อสารวิสัยทัศน์ นโยบาย เป้าหมายการดำเนินงานองค์กรแห่งความสุขไปยังพนักงานผู้อื่น

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แรงงานที่ทำงานในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แรงงานที่ทำงานในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2551) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวม จึงเพิ่มจำนวนแบบสอบถามอีก 65 ชุด รวมจำนวนแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมทั้งสิ้น 450 ชุด และใช้การสุ่มแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ใน 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา โดยกำหนดจังหวัดละ 150 คน

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุงาน ลักษณะงานที่ทำ จำนวน 3 ข้อ และปัจจัยด้านองค์กร ได้แก่ ประเภทการจ้าง ประเภทอุตสาหกรรม จำนวน 2 ข้อ โดยข้อคำถามในส่วนนี้เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ ซึ่งข้อคำถามประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ จากการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะมากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุด และเกณฑ์การแปลผลการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะ เป็นดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในระดับมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 หมายถึง มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในระดับมาก
- 2.61 – 3.40 หมายถึง มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในระดับปานกลาง
- 1.81 – 2.60 หมายถึง มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในระดับน้อย
- 1.00 – 1.80 หมายถึง มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะในองค์กร

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ขอความอนุเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่สะดวกให้ข้อมูล และชี้แจงวัตถุประสงค์ให้กลุ่มตัวอย่างทราบอย่างชัดเจน หลังจากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน และลงรหัส (Coding) เพื่อประมวลผลข้อมูล สำหรับในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีแบบอิสระ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

6. ผลการศึกษา

แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีจำนวนทั้งสิ้น 394 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 87.55 ของแบบสอบถามที่ส่งทั้งหมด ซึ่งพบว่า แรงงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 209 คน (ร้อยละ 53.00) มีอายุงาน 1-3 ปี จำนวน 130 คน ปฏิบัติงานในส่วนของฝ่ายผลิต และส่วนของฝ่ายสำนักงาน จำนวนเท่ากัน คือ มีจำนวน 197 คน (ร้อยละ 50.00) โดยแรงงานส่วนใหญ่มีสถานการณืจ้างเป็นพนักงานประจำ จำนวน 311 คน (ร้อยละ 78.90) แรงงานส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ จำนวน 172 คน (ร้อยละ 43.70)

6.1 ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน แรงงานมีระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.57$, $SD = 0.62$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการพัฒนาพนักงาน ($\bar{x} = 3.67$, $SD = 0.70$) และด้านการพัฒนาองค์กร ($\bar{x} = 3.46$, $SD = 0.74$) ตามลำดับ

6.2 การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก พบว่า อายุงาน และลักษณะงานที่ต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศที่ต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานไม่ต่างกัน

จากตารางที่ 1 พบว่าอายุงานต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยอายุงานต่ำกว่า 1 ปี มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน น้อยกว่าช่วงอายุอื่นๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าแรงงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่ไม่เท่ากัน ย่อมเข้าใจสภาพการดำเนินงานและประวัติการดำเนินงานขององค์กรไม่เหมือนกัน บุคคลที่ทำงานกับองค์กรมานาน จะเห็นสภาพการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายฝน หงส์ทอง (2548) ที่ศึกษาการรับรู้ของพนักงานประกันสังคม เขตพื้นที่ 2 ต่อมาตรฐาน ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 ผลการวิจัย พบว่า ความแตกต่างทางด้านอายุงาน มีความแตกต่างกันในการรับรู้ของพนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 2 ต่อมาตรฐาน ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 เช่นเดียวกับเด่นนภา สุวรรณเนตร (2555) ที่ศึกษา เรื่อง การรับรู้ระบบความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมหล่อหลอมอะลูมิเนียมในประเทศไทย พบว่าพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมหล่อหลอมอะลูมิเนียมที่มีอายุงาน แตกต่างกัน มีการรับรู้ระบบความปลอดภัยในภาพรวมแตกต่างกัน

ตาราง 1 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามอายุ

ระดับการรับรู้แนวคิด องค์กรสุขภาวะของ แรงงาน		SS	df	MS	F	p
ด้านการพัฒนาพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	15.99	4	3.99	8.73	0.00*
	ภายในกลุ่ม	178.02	389	0.45		
	รวม	194.02	393			
ด้านการพัฒนาองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	10.10	4	2.52	4.72	0.00*
	ภายในกลุ่ม	208.17	389	0.53		
	รวม	218.28	393			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.05	4	1.26	3.31	0.01*
	ภายในกลุ่ม	148.14	389	0.38		
	รวม	153.19	393			

จากตารางที่ 2 พบว่าลักษณะงานต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวม และรายด้านต่างกัน โดยฝ่ายสำนักงานมีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวมมากกว่าฝ่ายผลิต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะบุคคลที่ทำงานสภาพแวดล้อมทางกายภาพในการทำงานที่แตกต่าง จะส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ลักษณะงานยังมีความเชื่อมโยงกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายฝน หงส์ทอง (2548) ที่ศึกษา การรับรู้ของพนักงานประกันสังคม เขตพื้นที่ 2 ต่อมาตรฐาน ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างทางด้านตำแหน่งงาน มีความแตกต่างในการรับรู้ของพนักงานประกันสังคม เขตพื้นที่ 2 ต่อมาตรฐาน ว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000 เช่นเดียวกับ อรุณรัตน์ ทองสัมฤทธิ์ (2552) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้แนวคิดการจัดการความรู้ของบุคลากรสังกัดเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตำแหน่งงานมีผลต่อการรับรู้แนวคิดการจัดการความรู้แตกต่าง

ตาราง 2 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามลักษณะงาน

ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน	ฝ่ายผลิต (n = 197)		ฝ่ายสำนักงาน (n = 197)		t	p
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
ด้านการพัฒนาพนักงาน	3.54	0.69	3.81	0.68	3.80	0.00*
ด้านการพัฒนาองค์กร	3.33	0.74	3.59	0.72	3.49	0.00*
โดยรวม	3.44	0.62	3.70	0.59	4.25	0.00*

6.3 การรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก พบว่า ประเภทการจ้าง ประเภทอุตสาหกรรมที่ต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าประเภทการจ้างต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งพนักงานประจำมีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน มากกว่าพนักงานชั่วคราว และพนักงานรับเหมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการปฏิบัติต่อพนักงานขององค์กรในปัจจุบัน ยังมีการเลือกปฏิบัติระหว่างพนักงานที่มีสถานภาพการจ้างที่ไม่เหมือนกัน โดยส่วนใหญ่แล้ว พนักงานประจำจะได้รับผลประโยชน์จากการทำงานที่มากกว่าพนักงานชั่วคราว และพนักงานรับเหมาแรงงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริโย ชัยโสภณ (2549) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้บรรยากาศองค์การของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท อาซาฮิ สมบูรณ์ อลูมิเนียม จำกัด พบว่า พนักงานบริษัท อาซาฮิสมบูรณ์ อลูมิเนียม จำกัด ที่มีระดับชั้นต่างกัน มีการรับรู้บรรยากาศองค์การโดยรวมแตกต่างกัน

ตาราง 3 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามประเภทการจ้าง

ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน		SS	df	MS	F	p
ด้านการพัฒนาพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	9.53	2	4.76	10.10	0.00*
	ภายในกลุ่ม	184.49	391	0.47		
	รวม	194.02	393			
ด้านการพัฒนาองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.40	2	1.20	2.17	0.11
	ภายในกลุ่ม	215.87	391	0.55		
	รวม	218.28	393			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.34	2	2.67	7.07	0.00*
	ภายในกลุ่ม	147.84	391	0.37		
	รวม	153.19	393			

จากตารางที่ 4 ประเภทอุตสาหกรรมต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยอุตสาหกรรมที่มีการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ อุตสาหกรรมยางและโลหะ อุตสาหกรรมเคมี ปิโตรเคมี อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานของอุตสาหกรรมแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน เช่น อุตสาหกรรมปิโตรเคมี มีการผลิตตลอดเวลา พนักงานมีการทำงานเป็นกะ การสื่อสารขององค์กรไม่ทั่วถึง จึงทำให้พนักงานไม่ค่อยรับรู้รับทราบเกี่ยวกับแนวคิดองค์กรสุขภาวะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parksay, Parksay, Marangoz, and Ozcalici (2011) ศึกษาการรับรู้การจัดการคุณภาพโดยรวมในตุรกี โดยเปรียบเทียบอุตสาหกรรม พบว่า อุตสาหกรรมต่างกันมีการรับรู้การจัดการคุณภาพโดยรวมต่างกัน

ตาราง 4 การเปรียบเทียบการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรม

ระดับการรับรู้แนวคิด องค์กรสุขภาวะของ แรงงาน		SS	df	MS	F	p
ด้านการพัฒนาพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	12.09	4	3.02	6.46	0.00*
	ภายในกลุ่ม	181.92	389	0.46		
	รวม	194.02	393			
ด้านการพัฒนาองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	22.06	4	5.51	10.93	0.00*
	ภายในกลุ่ม	196.22	389	0.50		
	รวม	218.28	393			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	16.47	4	4.11	11.71	0.00*
	ภายในกลุ่ม	136.72	389	0.35		
	รวม	153.19	393			

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

7.1.1 จากผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ด้านการพัฒนาองค์กรเป็นรายชื่อ พบว่า แรงงานรับรู้และเข้าใจว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของระบบในการพัฒนาองค์กรสุขภาวะ รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมในการพัฒนาองค์กรสุขภาวะที่องค์กรจัดขึ้น แต่เมื่อพิจารณาข้ออื่นๆ ที่เหลือ พบว่าแรงงานมีส่วนร่วมการพัฒนาองค์กรสุขภาวะในกระบวนการอื่นๆ ในระดับปานกลาง เช่น การให้ข้อเสนอแนะในการวางแผนกิจกรรม การนำเสนอความคิดใหม่เกี่ยวกับกิจกรรม ฯลฯ ทั้งนี้หากองค์กรต้องการให้การส่งเสริมองค์กรสุขภาวะในองค์กรมีความยั่งยืน จึงจำเป็นต้องสนับสนุน ส่งเสริมให้แรงงานเข้ามามีบทบาทในการวางแผน และตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมพัฒนาองค์กรสุขภาวะที่สถานประกอบการจัดขึ้น มิใช่เป็นเพียงการจัดกิจกรรมของหน่วยงานหนึ่งหน่วยงานใดภายในองค์กร

7.1.2 จากผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมภาคตะวันออก ที่พบว่า อายุงาน และลักษณะงานต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานแตกต่างกัน องค์กรที่ส่งเสริมการสร้างองค์กรสุขภาวะมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาวิธีการสื่อสาร

เกี่ยวกับแนวคิดองค์กรสุขภาวะไปยังแรงงานกลุ่มอายุงานต่างๆ ในองค์กร ทั้งนี้จำเป็นต้องพิจารณาวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม สอดคล้องกับแรงงานในแต่ละกลุ่มอายุงาน เช่น ในกลุ่มแรงงานอายุงานต่ำกว่า 1 ปี อาจมีการแจ้งให้ทราบในช่วงการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ อายุงาน 1-3 ปี อาจเป็นพนักงานที่มีอายุน้อย ซึ่งมักนิยมใช้การสื่อสารออนไลน์ เช่น Facebook, Line ร่วมไปกับการทำงานจดหมาย ประกาศแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นทางการ รวมไปถึงพัฒนาการสื่อสารให้ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร จะให้แรงงานกลุ่มใดกลุ่มรับรู้เพียงแค่ส่วนเดียวไม่ได้ โดยเมื่อพิจารณาในเชิงลึกแล้ว พบว่าพนักงานฝ่ายสำนักงานมีการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดองค์กรสุขภาวะมากกว่าพนักงานฝ่ายผลิต องค์กรจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับพนักงานฝ่ายผลิตให้มากขึ้น

7.1.3 เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นครอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามประเภทการจ้างที่ พบว่า ประเภทการจ้างต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานแตกต่างกัน องค์กรที่ส่งเสริมการสร้างองค์กรสุขภาวะจึงต้องส่งเสริมประเด็นด้านความเท่าเทียมในองค์กร ไม่เลือกปฏิบัติต่อแรงงาน แม้ว่าจะมีสถานภาพการจ้างแตกต่างกัน เพื่อส่งเสริมแรงงานให้มีคุณภาพชีวิตและมีความสุขในการทำงาน ดังนั้นในการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับแรงงาน จึงต้องเปิดโอกาสให้พนักงานทุกคน ทุกประเภทเข้าร่วมกิจกรรม และมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ และให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาองค์กรสุขภาวะ

7.1.4 เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงาน ในพื้นที่นครอุตสาหกรรมภาคตะวันออก จำแนกตามประเภทอุตสาหกรรมพบว่า ประเภทอุตสาหกรรมต่างกัน ระดับการรับรู้แนวคิดองค์กรสุขภาวะของแรงงานแตกต่างกัน ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าการสนับสนุนส่งเสริมแนวคิดองค์กรสุขภาวะในเชิงนโยบาย และการนำแนวคิดไปประยุกต์ปฏิบัติ ยังกระจุกตัวในบางประเภทอุตสาหกรรมเท่านั้น ดังนั้นในการส่งเสริมแนวคิดองค์กรสุขภาวะให้เกิดการขยายผลในวงกว้าง จึงควรมุ่งเน้นไปในรายอุตสาหกรรม และหาตัวอย่าง หรือแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) เกี่ยวกับการดำเนินการพัฒนาองค์กรสุขภาวะเฉพาะอุตสาหกรรม เพื่อนำมาเป็นแบบต้นแบบในการดำเนินการให้กับสถานประกอบการอื่นๆ ซึ่งจะทำให้สถานประกอบการเห็นภาพในการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม อันจะช่วยให้เกิดการพัฒนาองค์กรได้เร็วขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งถัดไป

7.2.1 ในการศึกษาครั้งถัดไป ควรศึกษาเฉพาะเจาะจงเป็นรายอุตสาหกรรม เนื่องจากประเภทอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน สภาพแวดล้อมในการทำงานมีความเฉพาะตัว ไม่เหมือนกัน ซึ่งจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดมากขึ้น

7.2.2 ในการศึกษาครั้งถัดไป อาจเพิ่มตัวแปร โดยพิจารณาจากขนาดขององค์กร เพราะขนาดขององค์กร อาจมีผลต่อการสื่อสารข้อมูลไปยังแรงงาน

เอกสารอ้างอิง

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2557). *องค์กรแห่งความสุข*. ค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2559,

จาก <http://www.royin.go.th/?knowledge=E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%82%E0%B9%92%E0%B9%91%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A1>

ชาญวิทย์ วสันต์ธนารัตน์ จุลยวรรณ ดวงโคตะ และนพพร ทิแก้วศรี. (2556). *มาสร้างองค์กรแห่งความสุขกันเถอะ*.

กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

เด่นนา สุวรรณเนตร. (2555). การรับรู้ระบบความปลอดภัยของพนักงานระดับปฏิบัติการในอุตสาหกรรมหล่อหลอมอะลูมิเนียมในประเทศไทย. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2551). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์.

นิติพล ภูตะโชติ. (2556). พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : วี.พริ้นท์ (1991).

ประพนธ์ ฆาสุกยัต. (2549). Happy Workplace-สวรรค์ที่ทำงาน. ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2557, จาก <http://gotoknow.org/blog/beyondkm/58183>

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชันส์.

ลลิตา มาไพศาลทรัพย์. (2557). ย่างก้าวสู่การเป็น "องค์กรแห่งความสุข" บทเรียนการขับเคลื่อนองค์กรสุขภาวะจากสภาอุตสาหกรรมจังหวัดฉะเชิงเทรา. สรรสาระองค์กรแห่งความสุข เล่ม 1: กระบวนการเคลื่อนงานสร้างสุข. กรุงเทพฯ : บริษัท พี.เอ. ลิฟวิ่ง.

วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

สายฝน หงษ์ทอง. (2548). การรับรู้ของพนักงานประกันสังคม เขตพื้นที่ 2 ต่อมาตรฐานว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ISO 26000. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

สุริโย ชัยโสภณ. (2549). การรับรู้บรรยากาศองค์การของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมรถยนต์ ศึกษากรณี บริษัท อาซาฮีสุมิบุรณะ อลูมิเนียม จำกัด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนรินทร์.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2557). องค์กรต้นแบบภาคตะวันออก. ค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2557, จาก http://www.happy8workplace.com/project/index.php/master_web/master_view/5

อุรารัตน์ ทองสัมฤทธิ์. (2552). การรับรู้แนวคิดการจัดการความรู้ของบุคลากร: สังกัดเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.

Paksoy, M., Paksoy, S., Marangoz, M., & Ozcalici, M. (2011). TQM perception in Turkey: A comparison in industries. *African Journal of Business Management*, 3188-3198.

ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของ
พนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา
Relationships between Work Honesty and Work Efficiency of Accountants
in Education Solution Under office of Vocational Education Commission

สุพรรณิ ทัทธานี* ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ² และเกสินี หมั่นไธสง³

SupaneeThapthanee* Suttinee Prachsrirum² and Kesinee Muenthaisong³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 274 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเองเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย เท่ากับ 0.127

คำสำคัญ : ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพการทำงาน สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

^{*} นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{*} Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business school, Mahasarakham University

² อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationships between work honesty and work efficiency of accountants in education solution under office of vocational education commission. A questionnaire was used for collecting data from 274 accountants in education solution under office of vocational education commission. The statistics used for data analyzing were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The findings revealed that the only work honesty in aspect of honesty to self had a positive relationship with work efficiency significantly. The regression coefficient was 0.127.

Keywords : Work Honesty, Work Efficiency, Education Solution under Office of Vocational Education commission

1. บทนำ

ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีการสื่อสาร สภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการศึกษา ซึ่งล้วนเป็นความเจริญทางด้านวัตถุที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงนั้นก็ย่อมเกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย เช่น การลักขโมย การโจรกรรม การทุจริตคอร์รัปชัน การฉ้อราษฎร์บังหลวง และการประพฤติมิชอบในวงราชการและเอกชนแทบทุกระดับ ส่วนหนึ่งเกิดจากการพฤติกรรมส่วนบุคคลที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรม และพฤติกรรมองค์กรที่มาจากสภาวะการทำงานที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา สถานที่ และวิธีการทำงาน เป็นต้น โดยปัญหาของการทุจริตและประพฤติมิชอบในองค์กรหรือสถานศึกษาคือความไม่ซื่อสัตย์เป็นปัญหาสำคัญที่สุด ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ สภาพทางเศรษฐกิจไม่ดี ผู้นำขาดคุณธรรมและจริยธรรม ความทะเลาะเถียงกัน การถูกบีบบังคับ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้องจึงก่อให้เกิดการทุจริตคอร์รัปชัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานด้านบัญชีมีความเสี่ยงต่อการทุจริตในการทำงาน เนื่องจากข้อมูลทางการเงินบัญชีแสดงให้เห็นถึงผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินขององค์กร รวมทั้งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร วางแผนการดำเนินงานเพื่อประกอบการตัดสินใจ การควบคุม การกำกับ และการบริหารจัดการภายในองค์กร (ศิริวิมล มีอำพล, 2555 : 1) ดังนั้นความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชีจึงเป็นเรื่องที่ต้องยึดถือปฏิบัติตลอดทั่วทั้งองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารสูงสุดลงมาถึงพนักงานระดับล่างสุด เพราะความซื่อสัตย์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน (Work Honesty) เป็นการทำงานที่ยึดหลักความถูกต้อง ความยุติธรรม การรักษาความลับ ช่วยรักษามูลประโยชน์และทรัพย์สินต่าง ๆ ขององค์กร การให้ข้อมูลที่เปิดเผยจากความเป็นจริง ไม่คิดคดโกงหรือหลอกลวงผู้อื่น ไม่ประพฤติผิดศีลธรรมและการกระทำที่ผิดกฎหมายซึ่งความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของพนักงานถือเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของทุกองค์กร (บุษยมาศ แสงเงิน, 2555 : เว็บไซต์) และความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานได้จำแนกออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง (Honesty to Self) ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น (Honesty towards Others) ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ (Honesty to Duty) และด้านความซื่อสัตย์สุจริตต่อหมู่คณะ (Honesty Groups) (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551 : 14) ซึ่งการทำงานจะประสบความสำเร็จ และเป็นที่น่าพอใจนั้นจำเป็นต้องอาศัยการปรับเปลี่ยนทัศนคติเพื่อส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความซื่อสัตย์สุจริต

ตลอดจนมีศีลธรรมอันดีในการทำงานอันจะช่วยเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการวางแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ประสิทธิภาพการทำงาน (Work Efficiency) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ตั้งใจปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ โดยใช้กลวิธีหรือเทคนิคการทำงานที่สามารถสร้างผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจ สามารถคิดค้น ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้น ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบัญชีจึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ความสามารถ ทักษะในการปฏิบัติงานอย่างตั้งใจและเต็มความสามารถ โดยก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร และสิ้นเปลืองทรัพยากร ค่าใช้จ่ายพลังงานในการปฏิบัติงานน้อยที่สุด ที่สำคัญสามารถนำมาใช้เพื่อการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรได้อย่างทันท่วงที (สมใจ ลักษณะ, 2546 : 6) และการประเมินประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีจะต้องมีองค์ประกอบต่างๆ คือ การทำงานต้องเชื่อถือได้ (Reliable Working) งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness Work Success) และผลงานได้มาตรฐาน (Standardized Work) (ประมวล พระดลั, 2551 : 35) ดังนั้น ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบัญชีจึงเป็นผลลัพธ์จากการใช้ความรู้ ความสามารถที่มากยิ่งขึ้นด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อให้องค์กรอยู่รอด และยั่งยืนต่อไป

การปรับตัวของสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษานั้น สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศและประสบผลสำเร็จได้ ดังวิสัยทัศน์ที่กล่าวไว้ว่าสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา “ดำเนินการในการผลิต และพัฒนากำลังคนเพื่อสนองตอบความต้องการตลาดแรงงานในการพัฒนาประเทศ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการศึกษา สร้างความนิยมในการเรียนวิชาชีพให้กับสังคม” (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2558 : เว็บไซต์) ซึ่งส่วนสำคัญที่จะนำพาสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาไปสู่ความเป็นเลิศได้นั้น ทรัพยากรบุคคลทุกส่วนงานจะต้องร่วมมือร่วมแรงในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ ซึ่งงานบัญชีถือเป็นส่วนงานที่สำคัญสำหรับสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาและหน่วยงานทุกแห่งเพราะข้อมูลทางการเงินบัญชีที่ดีจะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและความสามารถในการบริหารจัดการองค์กร ผู้บริหารจะนำข้อมูลทางการเงินบัญชีมาใช้ในการวางแผนเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ดังนั้นพนักงานบัญชีจะต้องปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

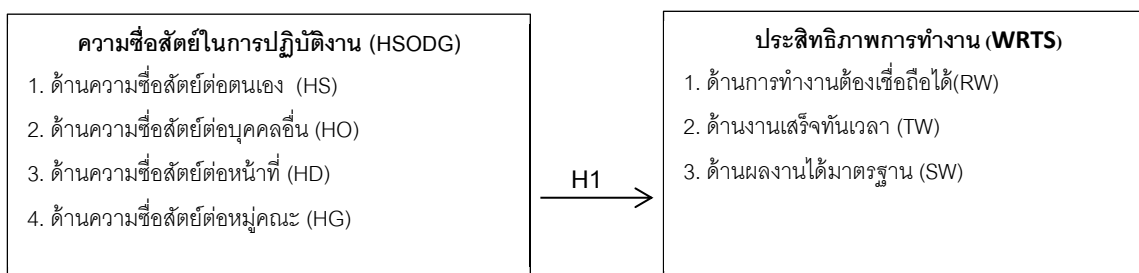
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร และสถานศึกษาในการบริหารองค์กรในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน หรือเทคนิคการปฏิบัติงาน เพื่อปรับปรุงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานทำให้พนักงานบัญชีมีความซื่อสัตย์และทำให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานและประสิทธิภาพการทำงาน



2.1 ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน (Work Honesty) หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่โดยยึดถือความถูกต้องตามกฎหมายด้วยความเที่ยงตรงมีความรับผิดชอบ มีความโปร่งใส ไม่มีอคติ และสามารถตรวจสอบได้ทำงานด้วยความตั้งใจมีความยุติธรรมมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงาน ทั้งในองค์กรเดียวกันและต่างองค์กร (กระทรวงศึกษาธิการ, 2551 : 14) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง (Honesty to Self) หมายถึง การมีความจริงใจทั้งในการพูดหรือปฏิบัติโดยจะพูดและปฏิบัติตรงตามความคิดทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น เช่น การไม่เข้าข้างตนเอง การมีความรู้สึกผิดชอบชั่วดี มีความละเอียดเกรงกลัวต่อการทำผิด การไม่พูดปด ไม่หลอกลวง การไม่คิดโลภในของผู้อื่นและการยอมรับผิดจากการกระทำของตนเอง

2.1.2 ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น (Honesty towards Others) หมายถึง การมีความเป็นมิตรต่อบุคคลอื่น พึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งความเป็นมิตรนั้นจะคงทนถาวรอยู่ได้ตลอดไปก็ต้องมีความซื่อสัตย์ไม่คิดคดทรยศต่อกันมิตรภาพจึงจะยาวนาน หากไม่ซื่อตรงต่อกันแล้วก็ย่อมจะแตกความสามัคคีทำให้เราไม่มีเพื่อนหรืออยู่ในสังคมได้ยากเพราะกลัวคนอื่นจะหักหลังเราตลอดเวลา ไม่กล่าวคำเท็จต่อผู้อื่น การรักษาความลับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้อื่น การไม่เอาเปรียบผู้อื่นไม่ถือเอาของคนอื่นมาเป็นของตนโดยไม่ได้รับอนุญาต การไม่ทุจริต มีความประพฤติดีทั้งต่อหน้าและลับหลังผู้อื่น

2.1.3 ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ (Honesty to Duty) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ตนเองทำหรือได้รับมอบหมายและทำให้ดีที่สุด มีความตรงต่อเวลา การไม่ใช้อำนาจหน้าที่ไปในทางหาผลประโยชน์ส่วนตน การรักษาและปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับไม่ทุจริตหรือแสวงหาผลประโยชน์แก่ตนเองหรือครอบครัว มีความตรงต่อเวลาไม่เอาเวลาในหน้าที่ไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว

2.1.4 ด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ (Honesty to Groups) หมายถึง การให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานด้วยความบริสุทธิ์ใจ ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน เอาดีเข้าตน มีความสามัคคีในหมู่คณะ ไม่ทำงานที่ผิดกฎหมาย ไม่ทำผิดระเบียบข้อบังคับของสังคมหรือหมู่คณะ

2.2 ประสิทธิภาพการทำงาน (Work Efficiency) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีอย่างเต็มความสามารถตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน เชื่อถือได้ประหยัดเวลาทันต่อเหตุการณ์และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ทำให้ผลสำเร็จของงานได้มาตรฐานและมีประสิทธิภาพประกอบไปด้วย (ประมวล พระดิล्ली, 2551 : 35) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการทำงานต้องเชื่อถือได้ (Reliable Work) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีได้อย่างถูกต้องมีบันทึกที่เชื่อถือได้ ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว เพียงพอและถาวร เป็นที่พอใจแก่ทุกฝ่ายในองค์กร

2.2.2 ด้านงานเสร็จทันเวลา (Timeliness Work Success) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จลุล่วงตามระยะเวลาหรือตามมาตรฐานที่ตั้งไว้

2.2.3 ด้านผลงานได้มาตรฐาน (Standardized Work) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีสามารถปฏิบัติงานมีคุณภาพมีความถูกต้อง เรียบร้อยสำเร็จและสมบูรณ์ ครบถ้วนตามกำหนด หรืออาจเกิดจากการควบคุมงานเพื่อกำกับให้งานได้ตามมาตรฐาน ครบถ้วนทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้ปฏิบัติงานด้านการบัญชีควรให้ความสำคัญในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ทั้งกับตนเอง ผู้อื่น หน้าที่ และหมู่คณะ เพราะความซื่อสัตย์เป็นวินัยพื้นฐานในการปฏิบัติงานด้านบัญชีอันจะส่งผลให้งานบัญชีมีความน่าเชื่อถือ เสร็จทันตามเวลา และผลงานได้มาตรฐาน ซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อนร่วมงานและองค์กร ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสมมุติฐานไว้ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย : ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จำนวน 421 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2558 : เว็บไซต์) ซึ่งจำแนกพนักงานบัญชีตามประเภทสถานศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งดำเนินการจัดเก็บแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 421 คน ได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 274 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด คิดเป็นอัตราผลตอบแทนร้อยละ 65.08 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kummar and Day (2001 : 1) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดของข้อมูลที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 47 วัน นับตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม – 30 พฤศจิกายน 2558

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความซื่อตรงทั้งความคิดและการปฏิบัติต่อตนเอง 2) ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อบุคคลอื่นในหน่วยงานรวมถึงผลกระทบ ความเสียหายและความเอาเปรียบต่อบุคคลอื่น 3) ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมที่แสดงออกและความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ปฏิบัติหรือได้รับมอบหมาย 4) ด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับรับฟังความคิดเห็นการให้ความร่วมมือร่วมใจในการทำงานและพฤติกรรมที่แสดงออกและการปฏิบัติต่อหมู่คณะ

ประสิทธิภาพการทำงาน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่

1) ด้านการทำงานต้องเชื่อถือได้ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับหลักในการปฏิบัติงาน การนำเสนอข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ 2) ด้านการเสร็จทันเวลา จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารเวลาในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงตามกำหนดเวลา และ 3) ด้านผลงานได้มาตรฐาน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ

ผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างมีคุณภาพ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.799 – 0.870 และประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.554 – 0.743 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า ค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายในการวิจัย และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbact) ซึ่งความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.844 – 0.890 และประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.658 – 0.719 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ของความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ WRTS} = \beta_0 + \beta_1 \text{HS} + \beta_2 \text{HO} + \beta_3 \text{HD} + \beta_4 \text{HG} + \varepsilon$$

เมื่อ WRTS แทน ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม

HS	แทน ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง
HO	แทน ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น
HD	แทน ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่
HG	แทน ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ตัวแปร	WRTS	HS	HO	HD	HG	VIFs
$\bar{X}$	3.87	3.84	3.93	3.87	3.84	
S.D.	0.56	0.68	0.62	0.61	0.65	
WRTS		0.850*	0.900*	0.897*	0.875*	
HS			0.745*	0.645*	0.581*	2.372
HO				0.385*	0.325*	3.145
HD					0.609*	3.393
HG						3.072

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน มีค่าตั้งแต่ 2.372 – 3.393 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน	ประสิทธิภาพการทำงาน โดยรวม (WRTS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	3.340	0.174	19.211	0.000*
ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง (HS)	0.127	0.056	2.267	0.024*
ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น (HO)	0.064	0.071	0.894	0.372
ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ (HD)	0.069	0.075	0.921	0.358
ด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ (HG)	-0.014	0.067	-0.211	0.833
F = 8.537 p = 0.000 Adj R ² = 0.099				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม เนื่องจากความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานเริ่มต้นจากความซื่อสัตย์ต่อตนเองเป็นพื้นฐานของความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ต่อหน้าที่ และต่อหมู่คณะไปตามลำดับ โดยความซื่อสัตย์

ยังเป็นจรรยาบรรณข้อแรกสำหรับผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีที่ต้องยึดถือปฏิบัติ และเป็นหลักการพื้นฐานที่ผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีพึงปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง เพราะงานด้านบัญชีต้องทันต่อเวลา ได้มาตรฐาน และที่สำคัญที่สุดข้อมูลที่นำเสนอต้องมีความน่าเชื่อถือ ที่ผู้ใช้สามารถนำไปประกอบการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและทันทั่วทั้งที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูริพร เมืองจันทร์ (2555 : บทคัดย่อ) พบว่า นักบัญชีต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติตนตามกรอบจรรยาบรรณการบัญชี ด้านการรักษาความลับ ความซื่อสัตย์สุจริต การสร้างความเชื่อมั่นในการนำเสนอข้อมูล คงไว้ซึ่งสมรรถนะวิชาชีพด้านบัญชี เพื่อผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีความน่าเชื่อถือและมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจอย่างแท้จริงที่นำเสนอต่อผู้ใช้งาน รวมถึงเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีให้เพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภัทร โพธิ์บาง (2554 : 43) พบว่า เจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีที่มีพฤติกรรมค่านิยมกล้ายืนหยัดทำให้สิ่งที่ถูกต้อง พฤติกรรมค่านิยมซื่อสัตย์ และมีความรับผิดชอบ พฤติกรรมค่านิยมโปร่งใสตรวจสอบได้ หรือพฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมาก เป็นผู้ที่มีจิตลักษณะต่อไปนี้เป็นแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมสูง และมีเหตุผลเชิงจริยธรรมสูง

ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ และด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากการปฏิบัติต่อผู้อื่นขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมต่อพฤติกรรมหรือการกระทำของคน ถ้าได้รับแรงกระตุ้นหรือสิ่งแวดล้อมในแง่ดีพฤติกรรมก็ออกมาดี แต่ถ้าแรงกระตุ้นเป็นไปในแง่ลบก็อาจได้ผลพฤติกรรมในแง่ลบออกมา เพราะบุคคลส่วนใหญ่ชอบให้ผู้อื่นสนใจ แสดงความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานต่อตน จึงจะส่งผลให้ตนให้ความซื่อสัตย์กลับไปยังผู้ให้ โดยความซื่อสัตย์ในการทำงานจะส่งผลโดยตรงต่อตัวเองลักษณะส่วนบุคคลที่คนอื่นมองหรือรับรู้ในตัวผู้ปฏิบัติว่าเป็นคนที่มีความซื่อสัตย์หรือไม่ นอกจากนี้รวมไปถึงผลต่อเนื่องไปยังหน่วยงานและองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับ Innes and Mitra (2013 : Abstract) พบว่า จากการทดสอบความไม่ซื่อสัตย์ จากกลุ่มตัวอย่างในรัฐแอริโซนา, อินเดีย, และแคลิฟอร์เนีย เมื่อบุคคลปฏิบัติงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่เป็นคนไม่ซื่อสัตย์ จะมีโอกาสมากที่จะทำให้นุคนั้นไม่ซื่อสัตย์ ความไม่ซื่อสัตย์ก็เหมือนกับเป็นโรคติดต่อ ดังนั้น ความไม่ซื่อสัตย์อาจเปรียบได้กับไวรัส ยิ่งคุณติดต่อกับเกี่ยวข้องกับคนไม่ซื่อสัตย์มากเท่าไร คุณก็ยิ่งมีโอกาสดูเหมือนจะติดเชื้อความไม่ซื่อสัตย์มากเท่านั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Church (2012 : Abstract) พบว่า ผู้นำเสนอรายงานทางการเงินไม่มีความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ต่อหน้าที่ และต่อองค์กร เนื่องจากมีผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างผู้จัดการและพนักงานบัญชี ให้ความซื่อสัตย์ต่อผู้ให้รายงานทางการเงินลดน้อยลง ซึ่งส่งผลให้การรายงานเกี่ยวกับงบประมาณไม่มีประสิทธิภาพ และทำให้การรายงานเกี่ยวกับธุรกิจเกิดความผิดพลาด โดยไม่คำนึงถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อผู้ให้รายงานทางการเงินนั้น และได้ทดสอบครั้งที่สอง โดยผู้บริหารให้ความสำคัญและเคร่งครัดด้านความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ในการปฏิบัติงานของบุคลากร พบว่า ผู้จัดการและพนักงานบัญชีมีการปรับปรุงตัวเองด้านความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานที่มีผลประโยชน์ร่วมกันมากขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ต่อตนเองกับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรฝ่ายอื่นๆ เพื่อยึดถือเป็นจรรยาบรรณและค่านิยมหลักในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.1.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับปัจจัยอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มา กำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการบริหารจัดการองค์กร ตลอดจนเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานต่อไป

5.1.3 ควรทำการศึกษาในเชิงลึกอีกครั้งว่าเหตุใด ความซื่อสัตย์ด้านความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ด้านความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ ด้านความซื่อสัตย์ต่อหมู่คณะ จึงไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของนักบัญชี

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้อำนวยการ ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาควรให้การส่งเสริม เรื่องความซื่อสัตย์ต่อตนเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร มากยิ่งขึ้น

5.2.2 พนักงานบัญชี ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ควรให้ความสำคัญกับการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยตระหนักถึงความสำคัญของความซื่อสัตย์ต่อตนเองในการทำงานอยู่เสมอ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุผลตามเป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษา

5.2.3 ผู้อำนวยการ ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ควรปลูกฝัง ให้พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตโดยเน้นหนักด้านการซื่อสัตย์ต่อตนเอง ซึ่งจะส่งผลสูงสุดต่อประสิทธิภาพการทำงาน

6. สรุปผลการวิจัย

ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน ด้านความซื่อสัตย์ต่อตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ประสิทธิภาพการทำงาน ดังนั้น พนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ควรนำ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นหลักการพื้นฐานในการปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ ซึ่งถือเป็นจรรยาบรรณที่สำคัญของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี และผู้บริหารควรสร้างค่านิยมด้านความซื่อสัตย์ ในการปฏิบัติงานที่เข้มแข็งในการดำเนินการทุกอย่าง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือขององค์กรอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ กรมวิชาการ. (2551). *แนวทางการพัฒนาจริยธรรมไทย*. กรุงเทพฯ : การศาสนา.

กิริติ บุญเจือ. (2542). *จริยศาสตร์สำหรับผู้เรียน*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ฐิริพร เมืองจันทร์. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณการบัญชีบริหารกับประสิทธิภาพการทำงานของ นักบัญชีธุรกิจผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม. มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.

นิชาภัทร โพธิ์บาง. (2554). *หนังสือเปิดขอบฟ้าคุณธรรมจริยธรรมปีที่ 2*. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลัง แผ่นดินเชิงคุณธรรม สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.

บุษยมาศ แสงเงิน. (2555). *ความซื่อสัตย์ (Integrity) ในการทำงาน*. ค้นเมื่อ 18 มกราคม 2557, จาก

<http://www.gotoknow.org/posts/408036>.

- ประมวล พระตลับ. (2551). ผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศศิวิมล มีอำพล. (2555). การบัญชีเพื่อการจัดการ (พิมพ์ครั้งที่ 21). กรุงเทพฯ : อินโฟเมนิ่ง.
- สมใจ ลักษณะ. (2546). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2558). สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2558, จาก <http://www.vec.go.th>.
- สุคนธ์ ศรีอรุณ. (2554). หนังสือเปิดขอบฟ้าคุณธรรมจริยธรรมปีที่ 2. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.
- Aaker, D. V., Kumer V., Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Businesses statistics : For contemporary decision making*. (4th ed.). USA : John Wiley & Sons.
- Church, B. K. (2012). Shared interest and honesty in budget reporting. *Accounting, Organizations and Society*. 37,155-167.
- Innes, R., & Arnab, M. (2013). *Economic Inquiry*. 51(1), 722-734.
- Nunnally, J. G., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York : McGraw-Hill.

ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

Effects of Financial Practice Risk Management on Financial Operational Success of Higher Education Institution in Thailand

เปรมยุดา ท้าวบุตร อัครเดช จวีร์รักษ์² และสลักจิต นิลฉาย³

Premyuda Tawbud Aukkaradej Chaveerug² and Salakjit Ninlaphay³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยจำนวน 103 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม ดังนั้น ผู้อำนวยการกองคลังต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษา โดยนำมาใช้ในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของบุคลากร เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรและนำวิธีการจัดการกับความเสี่ยงที่เหมาะสมมาใช้เพื่อป้องกันการสูญเสียทรัพยากรขององค์กรและส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงในองค์กรมีประสิทธิภาพสูงสุด

คำสำคัญ : การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน
สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

⁴ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

⁶ Assistant, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the effects of financial practice risk management on financial operational success of higher education institution in Thailand. Questionnaires were used as a tool for collecting data from 103 directors of finance division of higher education institutions in Thailand. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis, simple regression, and multiple regression analysis. The study research found that financial practice risk management on finance risk assessment, control activities, information and communication, have relationships and positive effects on the financial operational success as the overall. The director of the finance division must pay more attention financial practice risk management by adopting a plan for risk management in the financial performance of personnel in order to increase your chances of making a financial operational success, to develop a risk management plan of the organization and to manage risks appropriately so as to protection for damage of resource and stimulate of risk management in organizational efficiency.

Keywords: Financial Practice Risk Management, Financial Operational Success, Higher Education Institution in Thailand

1. บทนำ

ในสภาวะแวดล้อมปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้หน่วยงานทั้งส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน ต้องมีการปรับตัวและกำหนดกลยุทธ์ในการทำงานใหม่ รวมทั้งจัดหาเครื่องมือทางด้านการบริหารองค์กรเข้ามาช่วยในการบริหารงานเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน เป็นเครื่องมือหนึ่งที่นำมาใช้ในการบริหารงานในองค์กรเพื่อป้องกันความเสี่ยงและลดความผิดพลาดจากการดำเนินงานทางการเงิน หากองค์กรไม่สามารถบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ก็จะเกิดความเสียหายต่อองค์กร ดังกรณีของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังซึ่งเป็นหน่วยงานสถาบันอุดมศึกษาเป็นที่ได้รับความสนใจจากสังคมและเกิดเป็นกระแสต่อต้านการคดโกงในแวดวงการศึกษาของไทย เนื่องจากกรณีนี้เป็นการดำเนินงานที่ผิดพลาดของหน่วยงานคลัง ซึ่งผู้เกี่ยวข้องเป็นผู้บริหารที่มีอำนาจของสถาบันและผู้มีอำนาจลงนามเบิกถอนเงินของสถาบัน โดยร่วมกับกลุ่มของบุคคลและพนักงานธนาคารในการทำธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารไทยพาณิชย์ในการทุจริตยักยอกทรัพย์สินของสถาบันโดยเบิกถอนบัญชีเงินฝากจึงทำให้ต้องสูญเสียเงินเป็นจำนวนกว่า 1,600 ล้านบาท (คมชัดลึก, 2558 : เว็บไซต์) ดังนั้น ในแนวทางการป้องกันโอกาสที่จะเกิดความเสียหายและปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานขององค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งการทุจริตคอร์รัปชัน ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับหน่วยงานคลังขององค์กรซึ่งการบริหารความเสี่ยงในองค์กรนับเป็นเครื่องมือที่สำคัญและมีประโยชน์ในการบริหารจัดการระบบการควบคุมภายในทั้งนี้เพื่อจัดวางระบบการควบคุมภายในให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สิริลักษณ์ เทียงธรรม และคณะ, 2553 : 51)

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน (Financial Operational Practice Risk Management) เป็นกระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อลดโอกาสหรือเหตุการณ์ที่จะทำให้เกิดความเสียหายจากการปฏิบัติงาน

ทางการเงินทุกขั้นตอน โดยครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคลากร ในการปฏิบัติงาน (นิรภัย จันทรสวัสดิ์, 2551 : 21) ทั้งนี้ ผู้บริหารองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนต่างนำหลักการบริหาร ความเสี่ยงตามหลักการ COSO ERM มาเป็นเครื่องมือในการบริหารความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารความ เสี่ยงของบุคลากรที่ปฏิบัติงานทางการเงิน ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมีองค์ประกอบ 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (Environment of Organization) 2) ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย (Objective and Goal) 3) ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน (Finance Risk Event Identification) 4) ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน (Finance Risk Assessment) 5) ด้านกิจกรรมการ ตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response Activities) 6) ด้านกิจกรรมการควบคุม (Control Activities) 7) ด้านสารสนเทศ และการสื่อสารในการปฏิบัติงาน (Information and Communication) และ 8) ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) (ศิริลักษณ์ เทียงธรรม, 2553 : 84) ดังนั้น การนำกระบวนการบริหารความเสี่ยงใน การปฏิบัติงานทางการเงิน มาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการองค์กรในหน่วยงานการเงินของสถาบันการศึกษา ก็จะทำให้ภาระงานที่ปฏิบัติอยู่บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของสถาบันการศึกษาส่งผลให้เกิดความสำเร็จ ในการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Operational Success) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจาก การดำเนินงานของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาซึ่งบรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การนำเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมาช่วยเสริมใน การบริหารจัดการในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานทางการเงินในขั้นตอน และกระบวนการต่างๆ และป้องกันความเสียหายของทรัพยากรในองค์กรและทำให้บุคลากรในหน่วยงานการเงิน ของสถาบันอุดมศึกษาเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2547 : 27) โดยการนำเอาเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินขององค์กรมาใช้ เพื่อให้เกิดความสำเร็จ ในการดำเนินงานทางการเงินซึ่งมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Achieving Goals and Objectives) 2) ด้านลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน (Decreasing Chances of Operational Loss) 3) ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร (Protection for Damage of Resource) และ 4) ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (Confident of Operational) (เจนเนตร มณีนาถ, 2548 : 9 -14) ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินจะช่วยให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานทาง การเงินของสถาบันการศึกษามากยิ่งขึ้น

สถาบันอุดมศึกษา (Higher Education Institution) เป็นสถานศึกษาที่ให้การศึกษาในด้านวิชาชีพชั้นสูง และด้านวิชาการทั้งสถานศึกษาของรัฐและเอกชน และเป็นสถานที่ที่สอนให้คนทั่วไปได้รับความรู้ในศาสตร์และ วิชาการต่างๆ (คณะกรรมการจัดทำแนวทางการปฏิรูปอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2542 : 7) ในด้านการบริหารจัดการสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันรวมทั้งผู้บริหารได้จัดหาเครื่องมือ ทางด้านการจัดการเข้ามาช่วยในการบริหารงานมากขึ้น และการบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือด้านการจัดการประเภท หนึ่งที่ถูกนำมาช่วยในการบริหารงาน (สำนักกำกับและพัฒนการตรวจสอบภาครัฐ กรมบัญชีกลาง, 2555 : 1) และ หน่วยงานการเงินของสถาบันอุดมศึกษานับว่าเป็นหน่วยงานที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเนื่องจากต้องนำข้อมูล ทางการเงินมาใช้ในการตัดสินใจการบริหารงานซึ่งหากเกิดความผิดพลาดจากข้อมูลทางการเงินเพื่อหาแนวทาง การป้องกันและตรวจสอบการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน ทางการเงินที่ต้นนั้น เป็นการวัดความสามารถในการดำเนินของผู้บริหารและบุคลากรงานการเงินในสถาบันอุดมศึกษา

ซึ่งการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรให้ทุกคนมีความเข้าใจการบริหารความเสี่ยงในแนวทางเดียวกันจะส่งผลให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานและสามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

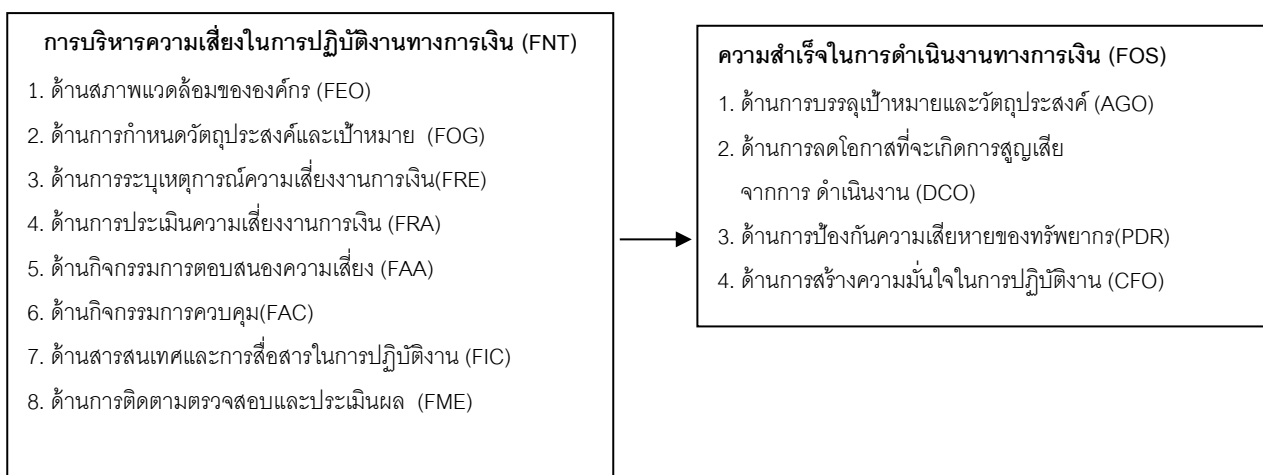
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินหรือไม่ อย่างไร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของผู้บริหารและผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษา ให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และนโยบายของสถาบันอุดมศึกษาต่อไปในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินและความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน



2.1 การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน หมายถึง กระบวนการในการบริหารจัดการเพื่อลดโอกาสหรือเหตุการณ์ที่จะทำให้เกิดความเสียหายจากการปฏิบัติงานทางการเงินทุกขั้นตอน โดยครอบคลุมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการ อุปกรณ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และบุคลากรในการปฏิบัติงานการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน (สิริลักษณ์ เทียงธรรม, 2553 : 84- 90) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (Environment of Organization) หมายถึง ปัจจัยและองค์ประกอบที่อยู่รอบๆองค์กรทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตที่แวดล้อมผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานการเงินซึ่งมีผลกระทบต่อบุคคลในหน่วยงานทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม

2.1.2 ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Objective and Goal) หมายถึง สิ่งที่ต้องการให้เกิดผลสำเร็จในแต่ละกิจกรรมของการปฏิบัติงานทางการเงิน ซึ่งอยู่ในกรอบของการตั้งความมุ่งหมายที่องค์กรกำหนดขึ้น เพื่อเป็นเครื่องชี้แนวทางในการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้

2.1.3 ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน (Finance Risk Event Identification) หมายถึง กระบวนการพิจารณาเหตุการณ์ที่นำไปสู่ความเสียหายในการปฏิบัติงานทางการเงิน โดยระบุปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมหรือโครงการ เพื่อให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการบริหารวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

2.1.4 ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน (Finance Risk Assessment) หมายถึง การวิเคราะห์ความเสี่ยงของเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร แล้วพิจารณาความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นว่ามีผลกระทบและความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อการปฏิบัติงานทางการเงินเพื่อเป็นพื้นฐานในการนำมาวิเคราะห์ว่าจะจัดการกับความเสี่ยงขององค์กร

2.1.5 ด้านกิจกรรมการตอบสนองความเสี่ยง (Risk Response) หมายถึง การพิจารณาเลือกวิธีการที่ควรกระทำเพื่อจัดการกับความเสี่ยงงานการเงินที่อาจเกิดขึ้นตามผลการประเมินความเสี่ยง ต้องพิจารณาโอกาสที่จะเกิดและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยเปรียบเทียบระดับความเสี่ยงที่เกิดกับระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และความคุ้มค่าในการบริหารความเสี่ยงที่เหลืออยู่

2.1.6 ด้านกิจกรรมการควบคุม (Control Activities) หมายถึง การกระทำที่สนับสนุนและส่งเสริมการปฏิบัติงานทางการเงินให้เป็นไปตามนโยบาย วิธีปฏิบัติงาน และคำสั่งต่างๆ ที่ผู้บริหารกำหนดซึ่งจะต้องเป็นการกระทำที่ถูกต้องและในเวลาที่เหมาะสม จะเพิ่มความมั่นใจในความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่องค์กรกำหนด

2.1.7 ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน (Information and Communication) หมายถึง การระบุจัดการและสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานทางการเงิน โดยมีรูปแบบและช่วงเวลาที่สามารถทำให้บุคลากรปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบได้ และองค์กรจะต้องมีระบบสารสนเทศและการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาดำเนินการบริหารความเสี่ยงให้เป็นไปตามกรอบและขั้นตอนการปฏิบัติที่องค์กรกำหนด

2.1.8 ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล (Monitoring and Evaluation) หมายถึง การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อตรวจสอบว่าการดำเนินงานตามแผนจัดการความเสี่ยงงานการเงิน ในแต่ละขั้นตอนยังคงมีประสิทธิภาพอยู่หรือไม่โดยผู้บริหาร และเป็นการประเมินผลการควบคุมตนเองโดยร่วมกันระหว่างผู้บริหาร บุคลากรและผู้ตรวจสอบภายในและมีการจัดทำรายงานการบริหาร ความเสี่ยงงานการเงินหรือสร้างระบบรายงาน เพื่อจะได้ทราบสถานะของแต่ละความเสี่ยงที่ได้อยู่แล้ว เมื่อเวลาเปลี่ยนไปหรือภายหลังดำเนินการตามกิจกรรมควบคุมแล้ว

2.2 ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Operational Success)

ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดการดำเนินงานของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาซึ่งบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน จะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่การลดอุปสรรคหรือสิ่งที่ไม่คาดหวังที่อาจเกิดขึ้น และการปฏิบัติเพื่อป้องกันความเสียหายต่อทรัพยากรขององค์กร ตลอดจนสร้างความมั่นใจในการรายงานและปฏิบัติตามระเบียบการบริหารความเสี่ยง ดังนั้น การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน 4 ประการ ดังนี้ ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Achieving Goals and Objectives) หมายถึง การที่องค์กรสามารถดำเนินการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ให้ประสบผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

2.2.2 ด้านการลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน (Decreasing Chances of Operational Loss) หมายถึง การที่องค์กรสามารถลดเหตุการณ์หรือปัจจัยที่จะทำให้หน่วยงานเกิดความสูญเสียทั้งในรูปของตัวเงินและไม่ใช่ว่าตัวเงิน เช่น รายได้ ชื่อเสียง ผู้รับบริการและผลการดำเนินงาน

2.2.3 ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร (Protection for Damage of Resource) หมายถึง ผลของการบริหารจัดการองค์กรเพื่อลดความเสียหายหรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรต่างๆ ทางการบริหาร ได้แก่ การลดเวลาการทำงานของบุคลากร การลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและการดำเนินงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (Confident of Operational) หมายถึง การที่องค์กรมีความเชื่อมั่นว่าจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จได้ตามที่ตั้งใจไว้ แม้จะเกิดอุปสรรคจากการปฏิบัติงานทางการเงินในองค์กรแต่ยังคงสามารถทำสิ่งนั้นๆ ต่อไปได้โดยมีความเชื่อมั่นว่าจะกระทำสิ่งนั้นให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความถูกต้อง และก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้บริหารขององค์กร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินจึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย จำนวน 121 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2558 : เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 121 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา 76 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามถึงผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันศึกษาในประเทศไทยกลุ่มเดิมที่ยังไม่ตอบอีกครั้ง ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 27 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาและมีความสมบูรณ์ทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 103 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 85.12 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามทฤษฎีของ Aaker, Kumer, and Day (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1) ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กรประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและวิธีการบริหารงานบุคคล รวมทั้งการกำหนดโครงสร้างองค์กรและความรับผิดชอบของพนักงานอย่างชัดเจนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการปฏิบัติงาน 2) ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการดำเนินงานตามภารกิจให้มีความสอดคล้องกับการกำหนดแผน

บริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินเพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานทางการเงินเป็นไปในทิศทางเดียวกันได้

3) ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคที่มาจากภายนอกองค์กร เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการระบุความเสี่ยงทั้งภายในและภายนอกองค์กร และหาแนวทางป้องกันการปฏิบัติงานทางการเงิน

4) ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ถึงเหตุการณ์ที่อาจจะทำให้การปฏิบัติงานทางการเงินประสบกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรและหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงภารกิจให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน

5) ด้านกิจกรรมการตอบสนองความเสี่ยง ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการพิจารณาเลือกวิธีการที่เหมาะสมกับปัญหาการปฏิบัติงานทางการเงินเพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาและลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงานทางการเงิน

6) ด้านกิจกรรมการควบคุม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวางแผนควบคุมความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินและการมีกระบวนการที่ทำให้ผู้บริหารมีความมั่นใจเมื่อต้องการนำข้อมูลไปใช้

7) ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับระบบข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อช่วยในการตัดสินใจได้ทันเวลาและการสื่อสารระหว่างการปฏิบัติงานในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ และ 8) ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล ประกอบด้วย 4 คำถามโดยครอบคลุมเกี่ยวกับการประเมินผลวิธีการจัดการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน และการติดตามผลการปฏิบัติตามแผนเพื่อนำมาพัฒนาระบบงาน

ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน เป็นตัวแปรตามซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

1) ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมาช่วยให้องค์กรการบรรลุเป้าหมายตามภารกิจและแผนการปฏิบัติงานทางการเงิน

2) ด้านการลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการลดเหตุการณ์ หรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการสูญเสียจากการดำเนินงานในองค์กรโดยนำเอาการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมาใช้

3) ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวางแผนการใช้ทรัพยากรในองค์กรและการจัดกิจกรรมควบคุมในการปฏิบัติงานทางการเงินให้เป็นไปตามแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินตามขั้นตอนที่กำหนด และ 4) ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกำกับดูแลการดำเนินงานเพื่อให้สามารถป้องกันความเสียหายและการทุจริตจากการปฏิบัติงานทางการเงินและสามารถพัฒนาระบบการบริหารจัดการทางการเงิน เพื่อให้ผลการดำเนินงานทางการเงินที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.574 – 0.837 และความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.644 – 0.838 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978 : 245) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.775 – 0.926 และความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.740 - 0.895 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ } FOS = \beta_0 + \beta_1 FEO + \beta_2 FOG + \beta_3 FRE + \beta_4 FRA + \beta_5 FAA + \beta_6 FCT + \beta_7 FIC + \beta_8 FME + \varepsilon$$

เมื่อ FOS แทน ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน

FEO แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร

FOG แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

FRE แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน

FRA แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน

FAA แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านกิจกรรมตอบสนองของความเสี่ยง

FCT แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม

FIC แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน

FME แทน การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินโดยรวมและเป็นรายด้านของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน (FNT)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (FEO)	4.16	0.56	มาก*
2. ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (FOG)	4.05	0.60	มาก*
3. ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน (FRE)	3.99	0.65	มาก*
4. ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน (FRA)	3.94	0.64	มาก*
5. ด้านกิจกรรมการตอบสนองของความเสี่ยง (FAA)	3.97	0.68	มาก*
6. ด้านกิจกรรมการควบคุม (FCT)	4.04	0.59	มาก*
7. ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน (FIC)	3.89	0.69	มาก*
8. ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล (FME)	3.99	0.64	มาก*
โดยรวม	4.00	0.53	มาก*

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

จากตาราง 1 พบว่า ผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินโดยรวม ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร ด้านการกำหนด วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงทางการเงิน ด้านกิจกรรมการตอบสนองความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน และด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการมีการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน ทางทางการเงินมีความสำคัญต่อหน่วยงานการเงิน ของสถาบันอุดมศึกษาซึ่งผู้บริหารและคณะกรรมการต้องให้ทำ การวางแผนและกำหนดนโยบายของสถาบันให้ชัดเจนเพื่อให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานทางการเงินของหน่วยงานเข้าใจ กระบวนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน เพื่อเป็นการป้องกันทรัพย์สินและลดมูลเหตุที่ทำให้เกิด ความเสียหายในอนาคตต่อองค์กรให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ รวมทั้งเพิ่มโอกาสให้เกิดความสำเร็จใน การดำเนินงานทางการเงิน ขององค์กร สอดคล้องกับ แนวคิดของ COSO ERM : The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission Enterprise risk management (2007 : 4) กล่าวว่า การบริหาร ความเสี่ยง เป็นกระบวนการที่ปฏิบัติโดยคณะกรรมการ ผู้บริหารและบุคลากรทุกคน ในองค์กร เพื่อช่วยในการกำหนด กลยุทธ์และดำเนินงาน โดยกระบวนการบริหารความเสี่ยงได้รับการออกแบบเพื่อให้สามารถป้องกันเหตุการณ์ที่อาจ เกิดขึ้นและมีผลกระทบต่อองค์กร และสามารถจัดการความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรสามารถยอมรับได้ เพื่อให้ได้รับ ความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลในการบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมและเป็นรายด้านของ สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน (FOS)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (AGO)	4.00	0.54	มาก*
2. ด้านการลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน (DCO)	3.88	0.58	มาก*
3. ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร (PDR)	3.93	0.62	มาก*
4. ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (CFO)	4.03	0.66	มาก*
โดยรวม	3.96	0.53	มาก*

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

จากตาราง 2 พบว่า ผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษา มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมี ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ด้านการลดโอกาสที่จะเกิด การสูญเสียจากการดำเนินงาน ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากร ด้านการสร้าง ความมั่นใจในการ ปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริหารต้องให้ความสำคัญและคำนึงถึงผลการดำเนินงานทางการเงินของ สถาบันเพราะจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีส่วนได้เสียต่อองค์กรและผู้บริหารจะนำผล การดำเนินงานทางการเงิน ไปใช้ในการวางแผนและบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและ พัฒนาองค์กรให้บรรลุตามนโยบายและเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ มนชยา สกานูชาติ (2554 : 35) กล่าวว่า ความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นการบริหารจัดการให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายหรือ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งนำมาถึงความสำเร็จให้องค์กรสามารถปรับปรุงและพัฒนาให้สู้กับคู่แข่งในตลาดจนเกิด

ความยั่งยืนของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชาญ แสงสุรวาว (2555 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงสมัยใหม่โดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ด้านการสร้างความมั่นคงและลดความผันผวนของรายได้ ด้านการลดโอกาสที่จะเกิดการสูญเสียจากการดำเนินงาน ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ด้านการสนับสนุนการวางแผนภายใน และด้านการแก้ไขปัญหาได้ทันการ และผู้บริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการเจริญเติบโตของยอดขาย ด้านการเจริญเติบโตของกำไร ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจ และด้านความพึงพอใจของผู้บริหาร

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

ตัวแปร	FOS	FEO	FOC	FRE	FRA	FAA	FCT	FIC	FME	VIF
$\bar{X}$	3.96	4.16	4.05	3.99	3.94	3.97	4.04	3.89	3.99	
S.D.	0.53	0.56	0.60	0.65	0.64	0.68	0.59	0.69	0.64	
FOS		0.562*	0.675*	0.691*	0.758*	0.669*	0.787*	0.717*	0.752*	
FEO			0.793*	0.620*	0.572*	0.599*	0.519*	0.449*	0.535*	2.954
FOC				0.772*	0.717*	0.624*	0.630*	0.515*	0.572*	4.491
FRE					0.802*	0.646*	0.667*	0.589*	0.684*	3.980
FRA						0.782*	0.717*	0.530*	0.705*	4.933
FAA							0.687*	0.570*	0.725*	3.341
FCT								0.764*	0.734*	3.688
FIC									0.763*	3.360
FME										3.860

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน มีค่าตั้งแต่ 2.954 – 4.933 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน
กับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน ทางการเงิน	ความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน		t	p-Value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.565	0.228	2.474	0.015*
ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (FEO)	0.017	0.084	0.206	0.838
ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย (FOG)	0.137	0.097	1.420	0.159
ด้านการระบุเหตุการณ์ความเสี่ยงงานการเงิน (FRE)	-0.063	0.085	0.742	0.460
ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน (FRA)	0.290	0.096	3.033	0.003*
ด้านกิจกรรมการตอบสนองความเสี่ยง (FAA)	-0.059	0.074	0.796	0.428
ด้านกิจกรรมการควบคุม (FCT)	0.218	0.090	2.435	0.017*
ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน (FIC)	0.168	0.073	2.300	0.024*
ด้านการติดตามตรวจสอบและประเมินผล (FME)	0.143	0.084	1.698	0.093
F = 35.285 p = 0.000 AdjR ² = 0.729				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า 1) การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงินมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการป้องกันความเสียหายของทรัพยากรและ ด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ช่วยให้องค์กรสามารถวัดระดับความรุนแรงของความเสี่ยงในหน่วยงานการเงิน เพื่อใช้ในการพิจารณาและจัดอันดับความสำคัญของปัญหาที่มีอยู่โดยประเมินจากโอกาสและผลกระทบ และช่วยให้สามารถดำเนินการตามแผนการจัดการความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจว่าแผนการบริหารความเสี่ยงมีประสิทธิภาพ และเตรียมพร้อมกับการวางแผนมาตรการสำรองไว้ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันความผิดพลาดจากการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของจริยา แม้นญาติ (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการติดตามประเมินความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา นอกจากนี้ การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ ด้านการประเมินความเสี่ยง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ทั้งนี้การบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์สามารถนำไปใช้ในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ การติดตามควบคุม และลดการสูญเสียและโอกาสที่จะทำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงาน ทางการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุมช่วยให้องค์กรสามารถลดหรือควบคุมความเสี่ยง และสร้างความมั่นใจว่ากิจกรรมที่กำหนดขึ้นในองค์กรสามารถจัดการกับความเสี่ยงได้อย่างถูกต้อง และทำให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุตามเป้าหมาย ป้องกันและลดระดับความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร พึ่งพรพรม

(2557 : บทคัดย่อ) พบว่า การบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ด้านการควบคุมความเสี่ยงมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพองค์กรโดยรวม ด้านประสิทธิผลในการดำเนินงาน และด้านความเชื่อถือทางการเงิน สำหรับการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ด้านการติดตามทบทวนความเสี่ยงมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพองค์กรโดยรวมและด้านความคุ้มค่า 3) การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวมและเป็นรายด้านได้แก่ ด้านการสร้างควมมั่นใจในการปฏิบัติงาน เนื่องจากการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน เป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปพิจารณาในการดำเนินการบริหารความเสี่ยงตามกรอบและขั้นตอนของการปฏิบัติที่องค์กรกำหนดขึ้นเพื่อให้องค์กรมีระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถรายงานข้อมูลต่างๆที่สำคัญจากระบบในระดับหน่วยงาน แผนก ฝ่าย ได้อย่างรวดเร็วชัดเจนถูกต้อง และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริหารในการรายงานผลการดำเนินงานทางการเงินตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการทางการเงินขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย ในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน ไปใช้กับองค์กรธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่หน่วยงานราชการ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น รัฐวิสาหกิจ ธนาคารพาณิชย์ กลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น เนื่องจากองค์กรที่มีโครงสร้างในการบริหารงานมีความแตกต่างกัน ผู้บริหารจะมโนบายและวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการแตกต่างกัน และทุกองค์กรจำเป็นต้องนำเครื่องมือมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดความเสียหายจากการดำเนินงานทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร เพื่อเพิ่มโอกาสให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร

5.1.2 ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่น ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน เช่น วัฒนธรรมองค์กร นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สถานที่ตั้งขององค์กร เพื่อศึกษาสาเหตุที่ทำให้องค์กรประสบผลสำเร็จในการนำเครื่องมือการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินมาใช้ในองค์กร และเพื่อเป็นแนวทางในการนำมาใช้ในการวางแผนป้องกัน แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างในการดำเนินงานขององค์กรและนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กร

5.1.3. ควรมีการวิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เช่น วิทยาลัยเอกชนและวิทยาลัยชุมชน เพื่อให้การวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง และมีความชัดเจนมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษา เนื่องจากการวางแผนการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินให้สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์และนโยบายขององค์กร จะทำให้ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานการเงิน เกิดความรู้ ความเข้าใจ กระบวนการบริหารความเสี่ยงและสามารถนำวิธีการจัดการ

กับความเสี่ยงที่เหมาะสม มาใช้เพื่อป้องกันการสูญเสียทรัพยากรขององค์กรและเพิ่มโอกาสให้สถาบันอุดมศึกษาเกิดความสำเร็จ ในการดำเนินงานทางการเงิน

5.2.2 ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานทางการเงิน เพื่อสามารถวิเคราะห์ถึงเหตุการณ์ ที่อาจทำให้ประสบปัญหา ต่อเนื่องเป็นระยะและเป็นปัญหาในการปฏิบัติงานในอนาคตและหาแนวทางหรือมาตรการสำรองเพื่อแก้ไขปัญหาได้ทันกับเหตุการณ์

5.2.3 ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม เพื่อวางแผนกิจกรรมการควบคุมความเสี่ยงในองค์กรให้เหมาะสม เพื่อป้องกันและลดโอกาสที่จะเกิดความสูญเสียจากการดำเนินงานน้อยที่สุด

5.2.4 ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษา ควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน ด้านการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานและเพื่อนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการรายงานข้อมูลสำคัญต่างๆ และนำมาใช้ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ ด้านการเงินให้ทันสมัยซึ่งจะช่วยให้การบริหารได้ทันเวลา

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานทางการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน ดังนั้น ผู้บริหารและผู้อำนวยการกองคลังของสถาบันอุดมศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน โดยมีการวางแผนการบริหารความเสี่ยงและกำหนดกรอบและนโยบายการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน รวมทั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาและบุคลากรในหน่วยงานการเงินเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันและนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรรวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการป้องกันการสูญเสียทรัพยากรขององค์กร มีกระบวนการประเมินความเสี่ยง การควบคุมกิจกรรมเพื่อลดความเสี่ยง และการนำระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากขึ้นเพื่อส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงในองค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการจัดทำแนวทางการปฏิรูปอุดมศึกษา. (2542). *แนวทางการปฏิรูปการศึกษาระดับอุดมศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.
- จริยา แม้นญาติ. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2551). *กรอบโครงสร้างการบริหารความเสี่ยงขององค์กรเชิงบูรณาการแนวทางการปฏิบัติ* (พิมพ์ ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- นิรภัย จันทรสวัสดิ์. (2551). *การบริหารความเสี่ยงจากภาคทฤษฎีสู่ปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : สุทรไพศาล.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริพร พึ่งพรพรม. (2557). ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงทางการเงินที่มีต่อประสิทธิภาพองค์กรของธุรกิจส่งออกข้าวหอมมะลิในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักกำกับและพัฒนการตรวจสอบภาครัฐ.(2555). *แนวทางการประกันคุณภาพงานตรวจสอบภายในภาครัฐ* พ.ศ. 2555. กรมบัญชีกลาง : กระทรวงการคลัง.
- _____. (2558). มอบตัวแล้ว กิตติศักดิ์ต้องหาคดีโกงเงินสจล.[206719]. คมชัดลึก. ค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.komchadluek.net/news/crime>.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7thed.). New York : John Wiley and Sons.
- Committee of Sponsoring Organizationns of the Traedway Commisssion. (2007). *Enterprise risk management-Integrated framework*. Retrieved from <http://www.COSO.org/plblications.html>
- McLauhlin, J. (2013). Operational risk management is critical to bank success. *The Risk Management Association Journal*, 1, 56-59.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York : McGraw - Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York : McGraw-Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับ
ผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
Relationships between Accounting Practice Responsibility and
Job Performance of Bookkeepers in the Northeast

อรสา ไชยผิง¹ อัครเดช จวีร์รักษ์² และสลักจิต นิลผาย³

Orasa Chaiyaphong¹ Aukkaradej Chaveerug² and Salakjit Ninlaphay³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 213 คน ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 132 วัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญโดยเฉพาะด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน และด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ : ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ผลการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชี

¹ นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² อาจารย์คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationships between accounting practice responsibility and job performance of bookkeepers in the northeast. Questionnaires were used as a tool for collecting data from 213 bookkeepers in the northeast in 132 days. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results showed that accounting practice responsibility was significantly related to job performance in terms of job intention, job planning and achieving in job goals significantly.

Keywords : Accounting Practice Responsibility, Job Performance, Bookkeepers

1. บทนำ

ในสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจต่างๆมีแนวโน้มในการขยายตัวเป็นธุรกิจขนาดใหญ่การดำเนินงานด้านต่างๆมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยเฉพาะงานด้านบัญชีที่ผู้ทำบัญชีจะมีหน้าที่จัดบันทึกข้อมูลรายการค้าต่างๆ ของกิจการที่เกิดขึ้นตามลำดับเหตุการณ์ แล้วนำไปจัดทำเป็นรายงานทางการเงินเพื่อเสนอต่อผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ทำบัญชีไม่ว่าจะอยู่ในหน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชน หรือธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรหรือไม่มุ่งหวังกำไร จะต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี และต้องมั่นใจว่างานที่ทำ ถูกต้อง ยุติธรรมและซื่อสัตย์ เพราะผลงานของผู้ทำบัญชีได้ถูกนำเสนอต่อบุคคลหลายฝ่ายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ดังนั้น ข้อมูลทางการเงินบัญชีที่นำเสนอต่อบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กรจึงต้องมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ซึ่งแสดงออกถึงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินบัญชีของผู้ทำบัญชี

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินบัญชี (Accounting Practice Responsibility) เป็นภาระหรือพันธะผูกพันในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานทางการเงินบัญชี ด้วยความมุ่งมั่น ใฝ่ใจ ในการเก็บรวบรวม บันทึก จำแนก และทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงินของผู้ทำบัญชีเพื่อจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการ (สุกัญญา ปรีชา, 2553 : 2) ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเป็นลักษณะพื้นฐานที่บุคคลทั่วไปควรมี โดยเฉพาะผู้ทำบัญชีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินบัญชีจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ทำบัญชีควรมีเพื่อให้ข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งสิ่งที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินบัญชี ประกอบด้วย ความตั้งใจในการปฏิบัติงาน (Job Intention) การวางแผนการปฏิบัติงาน (Job Planning) ความละเอียดรอบคอบ (Circumspection) และความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย (Achieving in Job Goals) (สุเทพ เบญจวิไลกุล, 2550 : 24) องค์ประกอบเหล่านี้จะทำให้ข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีที่ออกมามีคุณภาพ

ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) เป็นผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายที่แสดงถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานที่วางไว้ โดยวัดจากมาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านปริมาณงาน (Work Quantity) คุณภาพงาน (Work Quality) และระยะเวลาการปฏิบัติงาน (Time) (อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัตถุภกร, 2549 : 119) ซึ่งผลการปฏิบัติงานถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนดโดยที่ผลการปฏิบัติงานจะถูกนำมาใช้ตรวจสอบว่าความสามารถของบุคคลแต่ละคนในองค์กรสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนตามที่องค์กรคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนางานของบุคลากรให้เหมาะสมใน

อนาคต (วีระ อรรถนฤมิต, 2552 : 302) ดังนั้น ผู้ทำบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่น มีการวางแผนงานมีความละเอียดรอบคอบ และทำอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานที่วางไว้

ผู้ทำบัญชี (Bookkeeper) เป็นผู้รับผิดชอบในการทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชี ไม่ว่าจะได้กระทำในฐานะเป็นลูกจ้างของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีหรือไม่ก็ตามที่มีคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชีตามประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องกำหนดคุณสมบัติและเงื่อนไขของการเป็นผู้ทำบัญชี พ.ศ.2557 โดยเป็นผู้มีหน้าที่บันทึกข้อมูลทางการเงินของกิจการ เพื่อจัดทำรายงานทางการเงินหรืองบการเงิน ผู้ทำบัญชีต้องจัดทำบัญชีให้เป็นไปตามความจริง ตามมาตรฐานการบัญชีโดยมีเอกสารหลักฐานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนรายการให้ถูกต้องครบถ้วน ดังนั้น ผู้ทำบัญชีจึงจำเป็นต้องมีความรู้ ประสบการณ์ และความรับผิดชอบในการจัดทำบัญชีและนำเสนองบการเงินที่มีความถูกต้อง ทันเวลา ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ตลอดจนปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและพระราชบัญญัติการบัญชี ซึ่งได้กำหนดหน้าที่ของผู้ทำบัญชี (สุมนา เศรษฐนันท์, 2545 : 12-13) ซึ่งจะเห็นได้ว่าบุคคลที่เป็นผู้ทำบัญชีต้องมีคุณสมบัติตามพระราชบัญญัติการบัญชีแล้วเรื่องของความรู้และประสบการณ์ ตลอดจนความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินเป็นสิ่งที่จะต้องทำให้งบการเงินของหน่วยงานมีความถูกต้อง

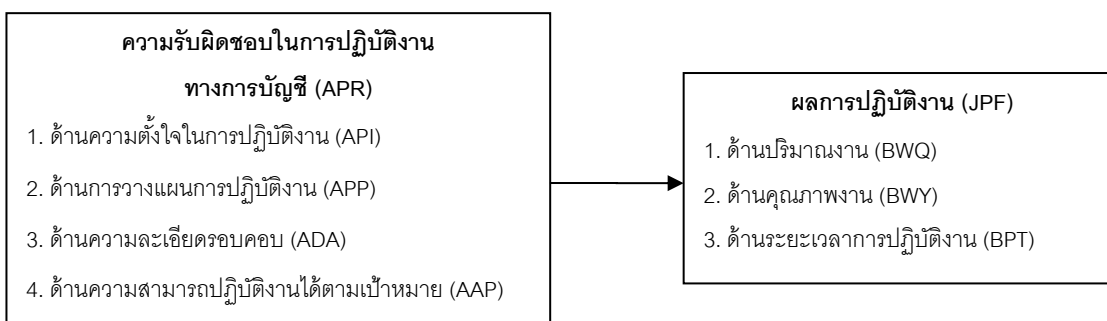
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยผู้ทำบัญชีสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานทางการเงินให้มีคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประเมินการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินของผู้ทำบัญชีได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการเงินและผลการปฏิบัติงาน



2.1 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี (Accounting Practice Responsibility)

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี หมายถึง ภาระหรือพันธะผูกพันในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานทางการบัญชี ด้วยความมุ่งมั่น ใส่ใจ ในการเก็บรวบรวม บันทึก จำแนกและทำสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในรูปตัวเงินเพื่อจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการ มีองค์ประกอบ 4 ด้าน (สุเทพ เบญจวิไลกุล, 2550 : 24) ดังต่อไปนี้

2.1.1 ด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงาน (Job Intention) หมายถึง ความมุ่งมั่น ชยัน ใส่ใจ และทุ่มเทรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีด้วยความเพียรพยายาม อุตุน เพื่อให้การจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ลักษณะของบุคคลที่มีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ตั้งใจและรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน เอาใจใส่ต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ตั้งใจและรับผิดชอบในการทำงานให้สำเร็จ ปรับปรุงและพัฒนาการทำงานด้วยตนเอง เป็นต้น

2.1.2 ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน (Job Planning) หมายถึง กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบาย วิธีปฏิบัติ และระยะเวลาที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานทางการบัญชีไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานทางการบัญชีให้บรรลุผล

2.1.3 ด้านความละเอียดรอบคอบ (Circumspection) หมายถึง ความระมัดระวังพิจารณาอย่างถี่ถ้วนในการปฏิบัติงานทางการบัญชี เพื่อให้รายการทางการเงินที่ผู้ทำบัญชีจัดทำขึ้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือผู้ที่มีความรอบคอบนั้นจะต้องสามารถที่จะพิจารณาสิ่งต่างๆ ได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนสามารถคาดการณ์หรือผลที่เกิดขึ้นก่อนและหลังเสมอ มีสติ ไม่ประมาทในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่จะทำให้เกิดผลเสีย

2.1.4 ด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย (Achieving in Job Goals) หมายถึง ทักษะความรู้ ความสามารถของผู้ทำบัญชีที่สามารถปฏิบัติงานทางการบัญชีในการจัดบันทึกรายการค้าการจัดหมวดหมู่การจำแนกรายการทางบัญชี ตลอดจนการจัดทำรายงานทางการเงินให้เป็นไปตามแผนงาน และเป้าหมายที่องค์กรวางไว้

2.2 ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance)

ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานที่วางไว้ ผลการปฏิบัติงานเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญที่องค์กรต้องการให้ทุกคนในองค์กรของตนปฏิบัติงานให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย เพื่อที่องค์กรจะได้นำผลการปฏิบัติงานมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ โดยส่วนประกอบที่จะต้องบันทึกลงในเอกสารมาตรฐานการปฏิบัติงานที่สะท้อนให้เห็นผลการปฏิบัติงานของบุคคลมีดังนี้ (อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัจฉกร, 2549 : 115 - 120)

2.2.1 ด้านปริมาณงาน (Work Quantity) หมายถึง จำนวนงานที่ผู้ทำบัญชีสามารถทำได้การวัดปริมาณงานที่ทำเสร็จเป็นการวัดผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยอาจมองการปฏิบัติงานที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน เป็นงานที่ต้องใช้วิชาชีพหรือเป็นงานที่จำเป็นต้องใช้ความรู้ และความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณงานที่ออกมาแตกต่างกัน

2.2.2 ด้านคุณภาพงาน (Work Quality) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีที่สำเร็จได้มาตรฐาน ความถูกต้องแม่นยำ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยซึ่งอาจพิจารณาได้จากการปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้นๆโดยขึ้นอยู่กับงานที่รับผิดชอบว่างานนั้นต้องใช้ความสามารถความคิดริเริ่มการวินิจฉัยไตร่ตรอง การตัดสินใจ ตลอดจนความยุ่งยาก ซับซ้อนในการปฏิบัติงาน

2.2.3 ด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน (Time) หมายถึง ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่สามารถปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ได้รับมอบหมายได้ก่อนเวลาหรือภายในเวลาที่กำหนดซึ่งระยะเวลาในการปฏิบัติงานแต่ละชิ้นและแต่ละงานจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของความยากง่ายของงานที่ปฏิบัติ หากเป็นงานด้านบัญชีระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานถือว่ามีความสำคัญมาก เพราะข้อมูลทางการบัญชีต้องเป็นข้อมูลที่ทันต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจ

ดังนั้น ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานเนื่องจากความรับผิดชอบเป็นลักษณะพื้นฐานที่บุคคลทั่วไปควรมีเพราะบุคคลต้องทำงานร่วมกันในองค์กร จำเป็นต้องปรับลักษณะนิสัย เจตคติของบุคคลเพื่อช่วยเป็นเครื่องผลักดันให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จร่วมทั้งผู้ทำบัญชีที่มีหน้าที่ในการทำบัญชีขององค์กรย่อมต้องมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี และปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ปฏิบัติงานอย่างระมัดระวังรอบคอบเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานที่ออกมามีความถูกต้องและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฆมร ศิลปดอนบม (2537 : 46) กล่าวว่า ผู้ที่มีความรับผิดชอบต้องเป็นผู้ที่มีความพยายามและตั้งใจในการปฏิบัติหน้าที่ของตนด้วยความสนใจพากเพียร ละเอียดรอบคอบเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิลุบล คงไมตรี (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า นักบัญชีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความรับผิดชอบทางการบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีจะสะท้อนออกมาในผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี

ผลการปฏิบัติงาน ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้ปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนด โดยที่ผลการปฏิบัติงานจะถูกนำมาใช้ตรวจสอบว่าความสามารถของบุคคลแต่ละคนในองค์กรสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนตามที่องค์กรคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลงานที่ปรากฏจะเป็นตัวสะท้อนถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของบุคคล ดังนั้น ผลการปฏิบัติงานจึงเป็นผลอันเกิดจากการทำงานของผู้ทำบัญชีที่สามารถวัดได้จากปริมาณงานและคุณภาพของงานที่ออกมาว่าเป็นไปตามความคาดหวังหรือเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ และเสร็จทันตามระยะเวลาที่ต้องการพร้อมความถูกต้องไม่มีความผิดพลาดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวัฒนา วงเกียรติรัตน์ (2547 : 10-11) กล่าวว่า ผลการปฏิบัติงาน คือ ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานของบุคคลที่ปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบ เช่น ปริมาณงานที่ทำได้ ความเข้าใจในงาน ความเข้าใจคำสั่ง ความถูกต้องของงานที่ทำ ความตื่นตัว ความคิดริเริ่ม การประสานงาน และความร่วมมือต่างๆ โดยก่อให้เกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อหน่วยงานที่สังกัดมากหรือน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน จึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5,891 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 400 คนโดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 40-43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 229 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 213 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 54.76 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aaker, Kumer, and Day (2001 : 1) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงานประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความมุ่งมั่น ชยัน ใฝ่ใจ และทุ่มเทรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้วยความเพียรพยายาม อุตุน เพื่อให้งานจัดทำรายงานทางการเงินของกิจการสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ 2) ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับกระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย นโยบายวิธีปฏิบัติ และระยะเวลาที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานทางการบัญชีไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติงานทางการบัญชีให้บรรลุผล 3) ด้านความละเอียดรอบคอบ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความระมัดระวังรอบคอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี เพื่อให้รายการทางการเงินที่ผู้ทำบัญชีจัดทำขึ้นมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ และ 4) ด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับทักษะ ความรู้ ความสามารถของผู้ทำบัญชีที่สามารถปฏิบัติงานทางการบัญชีในการจัดบันทึกรายการค้า การจัดหมวดหมู่ การจำแนกรายการทางบัญชี ตลอดจนการจัดทำรายงานทางการเงินให้เป็นไปตามแผนงานและเป้าหมายที่องค์กรวางไว้

ผลการปฏิบัติงาน สามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านปริมาณงาน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับจำนวนงานที่ผู้ทำบัญชีสามารถทำได้ และการวัดผลการดำเนินงานโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ 2) ด้านคุณภาพงาน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีที่สำเร็จได้มาตรฐาน ความถูกต้องแม่นยำ ความครบถ้วนสมบูรณ์ และมีความเป็นระเบียบและ 3) ระยะเวลาการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่สามารถปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ได้รับมอบหมายได้ก่อนเวลา หรือภายในเวลาที่กำหนดซึ่งระยะเวลาในการปฏิบัติงานแต่ละชิ้นและแต่ละงานจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของ ความยากง่ายของงานที่ปฏิบัติ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.455-0.818 และผลการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.561-0.863 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978 : 245) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละด้านตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.803 – 0.866 และผลการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่

ระหว่าง 0.893 – 0.933 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994 : 256) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ เกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม ของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Job Performance} = \beta_0 + \beta_1 \text{API} + \beta_2 \text{APP} + \beta_3 \text{ADA} + \beta_4 \text{AAP} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีและผลการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	JPF	API	APP	ADA	AAP	VIF
$\bar{X}$	4.16	4.35	4.04	4.38	4.37	
S.D.	0.52	0.46	0.55	0.49	0.50	
JPF		0.743*	0.798*	0.684*	0.800*	
API			0.706*	0.693*	0.722*	2.574
APP				0.717*	0.722*	2.686
ADA					0.749*	2.806
AAP						3.003

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.684 – 0.800 และตัวแปรอิสระความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีแต่ละด้านมีความสัมพันธ์ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี มีค่าตั้งแต่ 2.574 - 3.003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นผลการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชี
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ทางการบัญชี	ผลการปฏิบัติงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.047	0.181	0.259	0.796
ด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงาน (API)	0.230	0.061	3.746	0.000*
ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (APP)	0.370	0.053	7.040	0.000*
ด้านความละเอียดรอบคอบ (ADA)	-0.038	0.061	-0.626	0.532
ด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตาม เป้าหมาย(AAP)	0.409	0.062	6.624	0.000*
F = 161.660 p = 0.000AdjR ² =0.752				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานโดยรวมด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงานและด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน เนื่องจาก ความตั้งใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานทุกอย่างซึ่งหากบุคคลปฏิบัติด้วยความตั้งใจ ทุ่มเท รับผิดชอบในการปฏิบัติงานผลการปฏิบัติงานที่ออกมาจะมีประสิทธิภาพ ผู้ทำบัญชีก็เช่นกันหากปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ทุ่มเท รับผิดชอบในการปฏิบัติงานด้วยความเพียรพยายาม และตระหนักอยู่เสมอว่างานในหน้าที่ เป็นสิ่งที่ต้องรับผิดชอบผลการปฏิบัติงานที่ออกมาจะมีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นงเยาว์ บ้านพูล (2551 : 7) กล่าวว่า การทำงานด้วยความเต็มใจและทุ่มเทเพื่อองค์กรหรือวิชาชีพของตน เป็นองค์ประกอบสำคัญ ที่จะยึดเหนี่ยวให้ผู้ปฏิบัติงานคงอยู่กับองค์กรหรือวิชาชีพของตน อีกทั้งช่วยสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้มีความทุ่มเท ด้านร่างกาย และแรงใจที่จะปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ซึ่งจะนำไปสู่ผลงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงาน และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน เนื่องจากการวางแผนเป็นกระบวนการซึ่งบุคคลหรือองค์กรตัดสินใจไว้ล่วงหน้า เกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่จะกระทำในอนาคต ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆที่องค์กรกำหนดไว้เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีเป้าหมาย ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาจะมีคุณภาพช่วยให้ใช้เวลาและทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่จำกัดได้อย่างประหยัดและเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้น หากในการปฏิบัติงานผู้ทำบัญชีมีการวางแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าและมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ผลการปฏิบัติงานที่ออกมาจะเป็นไปตามที่องค์กรวางไว้ซึ่งส่งผลให้งานบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อังคณา เบญจศิริ (2555 : 80) พบว่า การปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ดี ด้านการ วางแผนการบริหารงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจาก ในการทำงานด้านบัญชีกระบวนการแรกของการทำงานบัญชีให้เป็นที่น่าเชื่อถือจะต้องมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบขั้นตอน เพื่อให้การจัดทำบัญชีเป็นไปตามลำดับขั้นตอนที่ถูกต้อง ซึ่งการวางแผนการบริหารงานในการทำงานของนักบัญชีนั้นหากมีการวางแผนที่ดีย่อมส่งผลให้รายงานทางบัญชีมีความถูกต้อง ครบถ้วน และมีความน่าเชื่อถือและ 3) ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผล

การปฏิบัติงานโดยรวม ด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงาน และด้านระยะเวลาการปฏิบัติงาน เนื่องจากความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายของแต่ละบุคคลมีไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ และความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลผู้ทำบัญชีก็เช่นกันไม่ว่าจะปฏิบัติงานอยู่ในตำแหน่งหน้าที่ใด จะอยู่ในองค์กรที่มุ่งหวังกำไรหรือองค์กรที่ไม่มุ่งกำไรก็ตามหากมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานย่อมสามารถที่จะปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 19)กล่าวว่า การปฏิบัติงานใดๆ ให้ประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย สิ่งที่สำคัญคือบุคคลที่รับผิดชอบงานนั้นๆ จะต้องมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดีเพื่อให้งานที่ออกมาบรรลุเป้าหมายความสำเร็จตามที่ตั้งไว้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผู้ทำบัญชีควรให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ด้านการวางแผนการปฏิบัติงาน ด้านความละเอียดรอบคอบ และด้านความสามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมาย นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาองค์ประกอบด้านอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความเที่ยงตรงในการทำงาน ความทันต่อเวลา เป็นต้น เนื่องจากผู้ทำบัญชีที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ดังนั้น หากมีการใช้ตัวชี้วัดด้านอื่นๆ เพื่อทำวิจัยในอนาคตอาจเป็นประโยชน์ในการพัฒนาการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีให้มีคุณภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้น และนอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่มีความละเอียดถูกต้องมากขึ้น เพื่อให้ผลการวิจัยที่ออกมาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงวัตถุประสงค์และเป้าหมายมากที่สุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำบัญชีสามารถนำไปปรับปรุงการปฏิบัติงานทางการบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า เพื่อช่วยลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการปฏิบัติงาน ใช้เป็นแนวทางในการนำไปพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยให้เกิดความชำนาญในการปฏิบัติงาน ที่จะนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีความถูกต้องทันเวลา ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ และองค์กรต่างๆ สามารถใช้เป็นแนวทางในการประเมินการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี หรือใช้เป็นแนวทางในการกำหนดหน้าที่การปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีที่มีประสบการณ์ในการทำงาน และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้มีความเหมาะสม เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานทางการบัญชี ควรใส่ใจ ทุ่มเท รับผิดชอบงานในหน้าที่ที่ตนเองปฏิบัติด้วยความระมัดระวัง ปฏิบัติงานทางการบัญชีให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไปและปฏิบัติตามอยู่ในจรรยาบรรณวิชาชีพทางการบัญชี เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่ออกมามีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีเกิดความมั่นใจในการนำข้อมูลไปใช้เพื่อการตัดสินใจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). *ผู้ทำบัญชี*. ค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2558, จาก
http://www.dbd.go.th/ewt_news.php.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2546). *องค์การและการบริหาร*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นงเยาว์ บ้านพูล. (2551). *การเปรียบเทียบความจงรักภักดีต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลจิตลักษณะและบุคลิกภาพต่างกัน : กรณีศึกษาพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิลบล คงไมตรี. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ภมร ศิลปดอนบม. (2537). *ผลการใช้แม่แบบลักษณะในการพัฒนาเจตคติเชิงจริยธรรมด้านความรับผิดชอบของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.
- วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์. (2547). *การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตรการประเมินผลและติดตามผลเชิงสัมฤทธิ์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระ อรรถบุญมงคล. (2552). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา.
- สุกัลยา ปรีชา. (2553). *หลักการบัญชี*. กรุงเทพฯ : ทริปเพิ้ลเอ็ดดูเคชั่น.
- สุเทพ เบญจวิไลกุล. (2550). *การพัฒนาเครื่องมือประเมินความมีวินัยและความรับผิดชอบสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 4*. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุนา เศรษฐนันท์. (2545). *การจัดทำบัญชีและงบการเงิน (ตามพระราชบัญญัติการบัญชี พ.ศ. 2543)*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัชฌุกร. (2549). *การประเมินผลการทำงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- อังคณา เบญจศิลป์. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานทางบัญชีที่ดีกับประสิทธิภาพการทำงาน*. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley & 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.

Factors Affecting Customer Satisfaction in Digital Technology for Express Services in Thailand

Suwimol Pratomsiripaisan* and Chulaporn Kobjaiklang²

Abstract

Nowadays, people are more and more shifting their consumption to the Web. In logistics and freight services, shipping and tracking of shipments, which were earlier done by phone or fax, are now executed in the Web with specific shipping applications. The object of this thesis is to find out the factors affecting customer satisfactions in digital technology for Express Services in Thailand. The main goal of this research was to discover factors from a user's perception of an e-commerce application and their effect in digital technology to meet the customers' needs. The main objectives of these studies were 1. to find out which factors form a user's perception of an e-commerce application, 2. to find out how the perception can be influenced by an e-commerce application. 3. to learn and understand the needs of the customer who used the express services in Thailand.

Analyzing different technology acceptance theories and factors by the connection between technology acceptance factors and usability definition searched, but eventually only loose connections were discovered. The moderating factors that either strengthen or weaken the importance of the determining factors were gender, age, experience of use. The research methodology using quantitative research for collecting the data by questionnaires to 400 respondents who are the customer using Express Services in Thailand. To the lack of finding and time limitation, this research was only studied with the limited respondents.

The research concluded that the demographic aspect, from 400 of respondents and the researcher found that the majority of the respondents is female for 73.3%, ages range of 31-40 years old for 90.5%, then mostly education level at 89.8% by bachelor's graduate and most respondents average income per month (in THB) are 15,000 – 35,000 THB at 89.3%. Customer perceptions aspect from 400 of the respondents divided into 4 categories; intention to use, usage behavior and benefits to use. The researcher found that courier services that the respondents use most is Express Services for 92.3%, the respondents using this services at least once a month for 90.5%, the last time to use Express Services is a week ago for 83.8%, the purpose of using courier services is for business for 92.3%, the reason to choosing online Express Services because Brand or Reputation for 71.3% and online express services that the respondents are using is Kerry Express Services for 77.3%. Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand so rejected H3 because of the significant level below 0.05 levels. From this

research result found that most of the respondents in Bangkok aren't satisfied with the online express services by providing their personal information and debit/credit card number so the result would be rejected.

Keywords: Express Services, E-commerce, Digital Technology, Performance, Mobile Application, and Software, Customer Satisfaction.

* Master student, Master of Business Management, Major Marketing, Stamford International University

² Lecturer, Stamford International University

1. Introduction

The consumers increasingly purchase goods and services online; the demand for express delivery services grows. Furthermore, the growth of online retail sales has influenced the logistics industry for the past ten years and the trend is expected to continue at least on a similar level during the next few years. In an e-commerce context, the set-up is completely different as consumers purchase goods online and the e-commerce provider is handling the order fulfillment. The increased popularity of e-commerce is already visible on the streets due to the growing number of delivery vehicles in residential areas. As home deliveries become more and more common, the amount of failed delivery attempts rises. Express delivery companies require consignee's signature in order to deliver the shipment, and often the consumers are not at home when the delivery attempt occurs. A failed delivery attempt leads to increased delivery costs, as the shipment needs to be re-delivered or even returned to the shipper. (Weltevreden 2008, 639.)

DHL Express, Kerry Express and FedEx Express are the leading express delivery companies in the world. The changes that are currently re-shaping the whole express delivery industry have been fully recognized by the company. In order to achieve a competitive advantage and even to maintain the existing position as a market leader, the company will need to adjust the last mile of its existing parcel delivery service concept. This thesis is one of the steps that each Express Services in Thailand has decided to take in a process to develop the faster process to meet the needs of customer by using the digital technology such as online website, mobile application to make the faster process with the fastest output for meet the needs of customer by serving the fastened services with the worldwide shipping. Factors affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand. The demand of express delivery services for consumers has grown rapidly due to the increased popularity of e-commerce. For example, in J.P. Morgan's (2011, 12) annual guide, Goldman Sachs has predicted that global e-commerce sales will reach \$963 billion by 2013, growing at an annual rate of 19.4 %. Express' services have originally been developed for business customers and it is, therefore, justifiable to assume that not all of the service features are suitable for consumers. The final outcome of the thesis will contain suggestion of desirable actions, which the author has identified during the research process. The actions will be chosen based on the company's need to serve the consumers better and thus to meet the expectations of business customers that operate in the e-commerce field.

The purpose of this thesis is to study the factors affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand. A further objective is to identify the factors that really affecting in digital technology to meet the customer needs, The result can be used as information to implement royalty plan to carry on the good customers in long term. Express Services indicates its willingness to serve both business customers and consumers. That in turn has a direct impact on the development targets and their priority of them. Additionally, e-commerce being one of the fastest growing industries, it is important to show an interest towards the field and start searching for

competitive advantages. And the main research question is: “factors affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand” is being used as a topic of thesis.

The results of this study will provide important insight for the customers who using express services in Thailand. The received information will help them to set targets and focus on the customer needs. The result will also give them the factors and the solutions what exactly the customers needed and which part of the system they have to improve to make their employees work faster and easier because the easiest works will make them feels happy and also they will provide the excellent services to their customers so that this concept will be beneficial for both of the parties.

2. Background of the research

Factors affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand. The demand of express delivery services for consumers has grown rapidly due to the increased popularity of e-commerce. For example, in J.P. Morgan's (2011, 12) annual guide, Goldman Sachs has predicted that global e-commerce sales will reach \$963 billion by 2013, growing at an annual rate of 19.4 %. Express' services have originally been developed for business customers and it is, therefore, justifiable to assume that not all of the service features are suitable for consumers. The final outcome of the thesis will contain suggestion of desirable actions, which the author has identified during the research process. The actions will be chosen based on the company's need to serve the consumers better and thus to meet the expectations of business customers that operate in the e-commerce field.

The results of this study will provide important insight for the customers who using Express Services in Thailand. The received information will help them to set targets and focus on the needs of the customer. And from this thesis result will give them the factors and the solutions what exactly the customers needed and which part of the system they have to improve for make their employees work faster and easier because the easiest works will make them feels happy and also they will provide the excellent services to their customers so that this concept will be beneficial for both of the parties.

3. The purpose of the thesis and main research questions

The purpose of this thesis is the factors affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand. A further objective is to identify the factors that really affecting in digital technology to meet the needs of the customer, for this factors will be come out with the good result and good knowledge for take caring the royal customer to be further customer for carry on the royalty customer in the long term.

Express Services indicates its willingness to serve both business customers and consumers. That in turn has a direct impact on the development targets and the priority of them. Additionally, e-commerce being one of the fastest growing industries, it is important to show an interest towards the field and start searching for competitive advantages. And the main research question is: “factors

affecting customer satisfactions in digital technology for express services in Thailand” is being used as a topic of thesis.

The questions for the theoretical parts of the study include the following:

1. Which factors affect the customer perceptions of an e-commerce application?
2. Which factors in digital technology to improve the customer loyalty in the short-term and long-term?

4. Objectives

For this thesis research, the main objectives of research are:

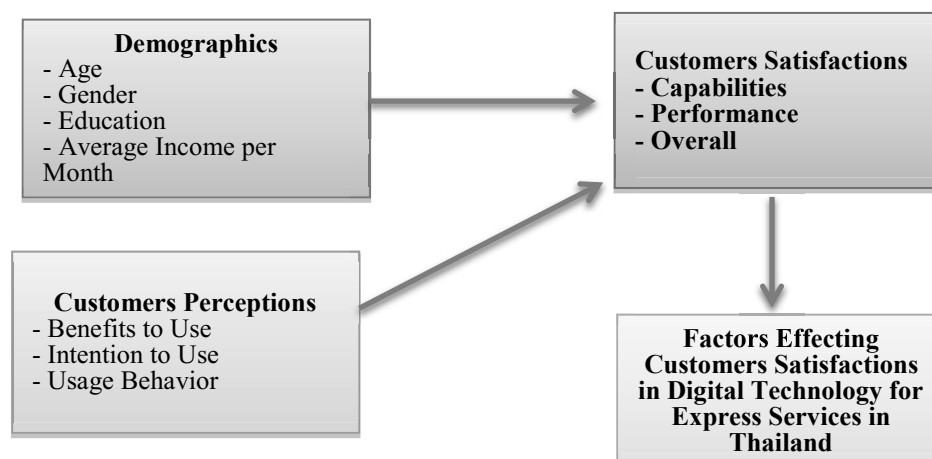
1. To find out the factors form a user’s perception of an e-commerce application.
2. To find out how the perception can be influenced by an e-commerce application
3. To learn and understand the needs of the customer who using Express Services in Thailand.

5. Structure of the Study

The structure of the thesis consists of an introduction to the thesis, presentation of the case company and logistics, theoretical framework, research methodology, collection and analysis of the research data, research results, and conclusions. The theoretical framework includes concepts that are related to logistic services, introductions of service concepts, service process, and business process, and descriptions of user involvement, user research, user experience, co-creation and value co-creation.

The structure of the study begins with introducing and defining e-commerce business, also applied in logistics and freight sectors, explaining how e-commerce applications are used in logistics environment and lastly introducing Express Services and their online website as well as mobile applications, which is the case application researched in this study.

Theoretical Framework: For Customers Who Using Express Services in Thailand



Source: Researcher

5. Logistic services

This includes a description of Express Services in Thailand that are related to logistic services, including business-to-consumer and business-to-business delivery services, which will be explained thereafter.

5.1 DHL Express in Thailand Through global express deliveries, mail deliveries and freight forwarding, by air, sea, road or rail, as well as through the provision of warehousing, packaging, repairs and storage solutions, DHL brings closer its customers and provides valuable services worldwide. DHL's network covers more than 220 countries and territories worldwide, making it a truly global company able to provide a very wide range of logistic solutions. Deutsche Post DHL Group, a company based in Germany, which is the largest global provider of logistics and postal services, controls DHL. Its business units include DHL Express, DHL Parcel, and DHL e-commerce, DHL Global Forwarding, DHL Freight and DHL Supply Chain.

5.2 DHL Online Website (e-commerce) DHL e-commerce provides a wide range of e-commerce and shipping services. As such, DHL e-commerce connects e-commerce companies with their own customers. DHL e-commerce provides solutions that assist companies in operating and developing e-commerce activities, both domestic and international. DHL e-commerce provides fulfillment services that enable e-commerce companies to focus on the development of their activities. DHL e-commerce is a specialist of domestic and international logistic services for e-commerce activities. Their multichannel services include last mile delivery in a number of markets in the Americas and the Asia Pacific region.

5.3 DHL Mobile Application DHL's mobile application, named DHL ACTIVETRACING, enables its users to track any freight shipment status from any Internet connection. The tools available from a mobile device are as follows:

5.3.1 Scanning shipments' bar code: this function implies that it is no longer necessary to type tracking and tracing numbers into the system, as the cell phone's camera reads the corresponding bar code.

5.3.2 List of favorites: this list facilitates the organizing of shipment information; it includes an option to create aliases for easier tracking.

5.3.3 Links: it is possible to email links to third parties regarding the shipment status. (DHL official website: <http://www.dhl.com/en.html>)

5.4 FedEx Thailand FedEx Corp. (NYSE: FDX) is offering covers a wide range of transportation, business and e-commerce solutions. FedEx Corp. generates yearly revenues of \$45 billion, through the provision of integrated services, thanks to an extensive network of partners operating under the FedEx brand. FedEx regularly tops employers rankings, with a team of 300 000 collaborators and a crucial attention to maintaining the highest safety, ethical and professional standards, while satisfying the requirements of its customers and needs of the community. FedEx Express' objective is to provide swift

and efficient delivery services, not only to any U.S. address, but also to more than 220 countries worldwide. FedEx operates an extensive transportation network—both air and ground based—in order to control delivery speed, which is particularly important for time-sensitive shipments. Delivery times are guaranteed and can be as fast as one or two business days, depending on the location.

5.5 FedEx® Mobile for web-enabled smart phones Shipment status can be tracked on any device with Internet access. Other online functionalities available on m.fedex.com include locating FedEx stations, drop-boxes, FedEx Authorized Ship Center® or FedEx World Service Center®.

5.6 Tracking details are constantly updated and accessible from any Smartphone. Information provided includes transit times, delivery times as well as any issue during shipment.

5.7 Obtaining Rates can be obtained at any time. They are constantly updated.

5.8 Finding Locations is also possible to locate any FedEx station, drop-box, FedEx Authorized Ship Center® or FedEx World Service Center®.

5.9 Scheduling a pickup is a straightforward process that involves entering address and shipment information.

5.10 FedEx® Tracking is one of the main online features of the FedEx website. It can be customized to meet the needs of regular users .(FedEx official website:
<http://www.fedex.com/us/index.html>)

5.11 Kerry Express Thailand. Kerry Express is the main parcel delivery firm in Thailand. It was created in 2006, and currently operates more than 200 offices across the country. Next day delivery solutions is currently available to 99.9% of the population, and 97% of parcels are successfully delivered the first time. Kerry Express handles a large volume of deliveries, to office, warehouse, shop and home locations. Its main customers include e-commerce firms, home shopping channels, international express firms, telecommunication and technology firms, financial institutions and local retailers. In 2013, Kerry Express introduced a new C2C services, consisting in over-the-counter deliveries, and opened a network of Parcel Shops in various neighborhoods and Service Points on Bangkok's sky train stations. We also operate Parcel Lockers in offices and condominiums. These service locations help thousands of individuals and SMEs in Bangkok sending parcels at ease to their families, friends, customers and business partners across the nation. Kerry Express is also Thailand's biggest cash-on-delivery (COD) operator, and the only company, which accepts credit card and debit card payment over the doorstep. Outside Thailand, Kerry Express has its presence in Hong Kong, Taiwan, Vietnam, Cambodia and Malaysia.(Kerry Express official website:
<http://www.kerryexpress.com/#kexpress>)

5.12 B2B (Business to Business)

Kerry Express is serving thousands of corporate customers who deliver parcels to offices and business locations.

These corporate customers are banks, financial institutes; legal firms, international couriers, chain stores, modern trade companies, direct sales companies, telecom companies, trading firms, general offices and etc. We understand that no two companies are the same. Therefore in the B2B sector, we dedicate our Customer Relationship Management (CRM) Team to work closely with every customer to maintain the highest level of services. Businesses dislike compromising on quality and speed. Kerry Express provides regular performance reports to customers in this sector to ensure that they enjoy the visibility to our service quality. Thailand's B2C sector are experiencing an unbelievably robust growth. E-Commerce and home-shopping companies need a strong partner to deliver their products to individual shoppers at their offices or homes all over the country. Moreover; we know that user's experience (UX) is important. Therefore, Kerry Express is investing heavily on people; technology and equipment to further improve the experience and convenience of the shoppers in tracking and receiving parcels from us. Kerry Express also is the country's biggest payment-on-delivery operator. We help B2C customers to collect cash, credit card or debit card payment at the doorstep from the shoppers. (Kerry Express official website: <http://www.kerryexpress.com/#kexpress>)

5.13 C2C (Customer to Customer)

Parcel Shops having a goal to change Thai people's parcel sending habit, Kerry Express stepped into the individual parcel service in 2013 by opening its first Parcel Shop in Asoke Tower, Bangkok. Since then Kerry Express is rapidly expanding the Parcel Shop network to cover more communities in Bangkok.

In Kerry Express Parcel Shop, shipping a parcel is fast, easy, reliable and cheap. And it can be stylish too! Want to save more time? Download our app "Kerry Express", enter the information in the app, and go to our Shop and pay. It's that easy! **"Anywhere in Thailand, next-day delivery, service guaranteed"**. Send your parcel to our Parcel Shops before 4 p.m., and your parcel will be delivered within the next day to any destination in Thailand. (Kerry Express official website: <http://www.kerryexpress.com/#kexpress>)

BTS Service Points for the convenience to BTS passengers, Kerry Express Service Points are available at eight BTS stations for customers to drop off their parcels. To enjoy our next-day delivery service, the parcel has to be sent to our BTS Service Points before 2pm. In addition, we also provide same-day station-to-station service.

Parcel Lockers customers can now send or pick up parcels 24/7 throughout the year. Kerry Express has set up parcel lockers in over 30 business or residential locations in Bangkok, and the network is still expanding.

5.14 Thailand Post Office



Source: Thailand Post Office official website: Online

Thailand Post Office was established in 1883 as "Department of Mail" by King Rama V. Its first post office was in a large building by the Chao Phraya River, on the north side of Ong-Ang Canal. In 1898, by merging with the Telegraph Department, its name was changed to "Department of Mail and Telegraph". The department was abolished in 1977 and the country's mailing and telegraphing was assumed by the new government, "Communications Authority of Thailand" (CAT). In 2003, the government separated the communications authority into two companies, "Thailand Post" and "CAT Telecom". Each post office offers a comprehensive service, which includes an Express Mail Service (EMS) and parcel post. Several other services are also provided including pay at post (pay your bills), postal orders and money transfers. Charges for these services are only a few Baht.

The **EMS service** is like a recorded delivery system since the recipient has to sign for an EMS delivery. EMS can also be tracked on the Internet and by phone using Thailand Post's trace" service. This applies to both local and international mail. Thailand uses a zip or postal code system appended to the recipients address to help direct mail and you can find a list displayed in the post office although the place names will probably be in Thai with Arabic numbers for the code. The postman who usually arrives on a motorcycle and leaves your mail in a box by your gate delivers Thailand Post. If the postman wants you to sign for a packet then he will attract your attention by sounding his horn.

5.14.1 Thailand Post Tracking (Website)

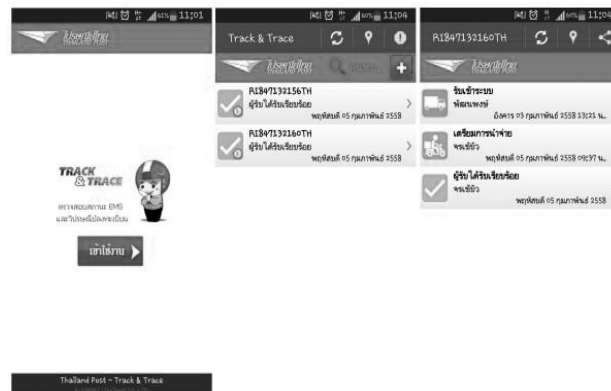
Track Thailand post Packages Online get Origin/destinations tracking information in one place by Tracking Number, support Registered, Parcel, EMS; tracking more provide Thailand Post Tracking API, shipment batch tracking management and an option to receive automated notification.



Source: Thailand Post Office official website: Online

5.14.2 Thailand Post Tracking (Mobile)

Thailand Post Track & Trace' is the official application for Thailand Post's Track & Trace Service, products including Express Mail Service (EMS), Registered Mail and Logis Post. Quick track your item, or create your tracking list. Any update will be notified, easy to understand report and more.



Source: Thailand Post Office official website: Online

6. Related Research

To learn and understand the needs of the customer who using express services. During the era of modern age everybody has seen that business is rapidly growing day by day and concerning with business there are always two parties called buyers and sellers. Buyers are concerned with quality, and sellers are always concerned with money. Today's world is dependent on business end engagements in at least three major activities. On this regards, many scholars have argued over this matter and said that the first activity is production, which involves making a product or providing a service. The second is manufacturing, where firms create products finally, and customers' purchase to satisfy needs, whereas service firms use the skills of employees to offer activities and assistance to satisfy customer needs. (Burrow & Everard 2004.) In the same sense Hernon (2001) argues that satisfaction and service quality provide a conceptual framework that should prove useful in understanding, thinking, and talking about service quality and customer satisfaction, what they are, how they are shaped, and how a subject can evolve to both internal, controllable forces and external, uncontrollable factors. Customer satisfaction helps customers to communicate their needs straight to the sellers. Customer satisfaction is very important because it helps to learn about the business's strengths and weaknesses. Business holders can just know their strengths and weaknesses and make the progression. Not only this, also customer satisfaction also helps to appropriate resources for eventual strike or satisfaction. Furthermore, it supports to show calmness about making better quality of products and services to both the employees and the customers. It does not help to learn about

strengths and weaknesses but helps it also to persuade competitive strengths and weaknesses. Similarly, it helps to benefit more vision into the sources of frustration and areas desiring progression. At last, customer satisfaction helps to accommodate a system for informing management of problems or situations requiring actual promotion. (ICR, 2001)

While talking about business, it is not easy to establish this thinking but everything needs to be set up everything from top to bottom and management also exists there. Nature of business depends upon the size that was established, either in the form of big-scale or small-scale. No business has been established without thinking about the profit, and customers are the pillars of the business. So every business's stakeholders always think about the satisfaction of the customers by trying to meet the needs of the customer, which are the main responsibilities of the business investor. As the task of the research is concerned with the importance of customer satisfaction, some points have already explained this in the above section, and some points are going to be explained here. Actually, customer satisfaction helps to increase the profit for business investors so every such investor thinks that to earn profit is not as easy. If the business is successful, and able to satisfy the customers then customers will be happy, they buy more goods and the company will be able to sell more goods and it helps to increase the profit. Similarly, it helps to increase the sales, to reduce the production costs, and to enhance marketing and advertising if the customers are fully satisfied with the goods and services provided by the business company, they refer it to their friends and relatives telling them that they are satisfied, and this helps to promote marketing and advertising of the business. Similarly, it helps to improve the goodwill.

Kerry Express, The company is confident that the customers' trust and satisfaction. The company is confident that the customers' trust and satisfaction will rise even further as the box volumes will be significantly increasing after the opening of four more Kerry Express locations in May and June, and more to be opened before year end to improve service offerings to the customers nationwide. "As a logistics service provider, trust from our customers is crucial, and the growth has shown that Kerry Express has held its clients' trust due to the improving service offerings, and service performance as well as its competitive advantages by providing a full range of services such as nationwide door-to-door delivery, forward stock services, return shipment, money back guarantee, DMS Web based distribution software with on-line KPI reports, etc. In addition, being a division of Kerry Distribution (Thailand) Limited under Kerry Logistics Network, has empowered Kerry Express to run the business in Thailand; since Kerry Logistics Network is widely perceived as the only tailor-made logistics solution provider in Thailand with an Asian focus, a strong network, and a seamless supply-chain management and assets," Mr. Bob Turner, General Manager of Kerry Express Thailand said.

To continue the growth and service offerings, and respond to the increasing demands of customers, Kerry Express recently opened its 22nd location in Prachuabkirikhan, which also serving Petchaburi, and implemented guaranteed morning delivery services. The company has also relocated

its distribution centre (DC) in Udonthani to a larger location to handle the growing volume in the northeast. “We are also going forward with the expansion of business in the upcountry areas to support the rising demands of the customers. The company will open new operating locations in Buriram, Surin and Payao provinces in May to enable more destination postal codes to have next morning delivery” Turner said. As Kerry Express has rapidly expanded, the company has increasing demand for skilled personnel, and gives significance to capacity building through human resources development. “Kerry Express has been investing in the development of its staffs through diversified trainings because we are aware that service excellence comes from competent employees. In order to boost the quality of our services and to leverage customers’ satisfactions, we focus on developing our business from the root of every production – that is our people. In addition, we have established a platform for career advancement by making it our policy to promote people from within Kerry Logistics to give them the motivation to deliver only the best services to our customers. Therefore, working with us will be both challenging and rewarding at the same time,” Turner added.

Kerry Express provides domestic express services, which customers can choose the delivery options they need to fit their requirements: First Delivery, Next Day AM / PM, 2 days, 3 days, and LTL service. To boost delivery effectiveness and customer satisfaction, Kerry Express also utilizes advanced technologies to support delivery services, especially in customer relations, including Track and Trace, On-Line KPI reporting that is second to none in the industry, Bar-coded consignment notes and, automated measuring equipment. Customers who need to deliver their invoices are supported by the provision of bar-coded labels, which simplify the entire process and reduces customers overall costs. Turner concluded, “Every effort we have done to better serve our customers is in line with our worldwide reputation and our customers’ perception that we always listen and provide solutions to suit their needs and the ever-evolving demands that are placed on businesses.”

Customer expectations are rising faster than steroid use in Major League Baseball (MLB) – and companies are responding even slower than the MLB. Wait much longer to meet customers’ new expectations and your company may see its reputation tarnished, too. We can thank (or blame) technology for most of these new customer expectations. The amount of information that’s available at the speed of light and in the palm of people’s hands makes nearly everyone expect more. Here are customers’ latest expectations and the companies that are meeting them:

Expectation No. 1: More personalization. It’s kind of ironic that in the far-reaching, all-encompassing online world we have come to embrace, in which so many businesses and personal interactions can be anonymous, customers want very personalized experiences. They expect a company will put the information and products they want where they expect to find them. Nearly half of consumers will dump their online cart if they can’t find a quick answer to their questions. That means, a customer service rep better be available to chat at any given second customers navigate your website. Or the toll-free number must be prominently displayed on all web pages so customers don’t have to

work to find it. And yes, most customers still want a personal one-on-one experience. Take, for example, a small-industry specific study: Wells Fargo found customers who still prefer to do business with a teller make 60% of banking transactions. That's despite the fact that account holders have services available to them online and via mobile devices.

Expectation No. 2: More option. Customers want self-service, voice, digital and social means to interact with a company and its people — and they still expect each to deliver a personalized experience. The phone is still the most preferred tool, which makes sense when you consider that talking to a knowledgeable, kind person who is helpful is about as personal as you can get. Still, in the past three years, the use of other channels has risen:

- Web self-service-18%
- Online communities- 39%
- Chat - 43%.

While offering as many channels to communicate, as customers demand is important, it's probably more vital that communication is seamless and agile.

Expectation No. 3: Constant contact. The majority of customers don't find advertising, promotions and “just touching base” as a nuisance. They expect some follow-up efforts to fill in their customer experience. It's a request that can benefit business as well. Keeping in touch can deflect incoming contacts, which can reduce costs and boost customer satisfaction and revenues.

The key is to give them the right amount of information at the right time through the channel they prefer. So before businesses increase (or start) outbound communication, they want to involve customers. That boils down to finding out:

- What customers want to hear from you
- When they want to hear from you, and
- The channel(s) they want you to use.

For instance, utility customers tend to want emergency notifications texted to their cellular devices, B2B customers often prefer periodic emails notifying them of scheduled maintenance or contract renewals, and retail and tech customers are more likely to keep a keen eye on social media for the latest news.

Expectation No. 4: Listen closely, respond quickly. Companies need to respond to feedback, act on it and let customers know what's been done to make their experience better based on the data. If not, customers will cease to give feedback.

Expectation No. 5: Give front-liners more control. Customers' tolerance for jumping through hoops has diminished dramatically over the years. Customers now believe they should have what they want the minute they request it. That's why customers expect front-line service and sales pros to be knowledgeable enough to handle anything — and have the authority to do what needs to be done to satisfy customers.

7. Methods and Materials

The research of factors affecting customer satisfaction in digital technology for express services in Thailand is a quantitative research using the survey research which is close-end-questionnaire distributed to the customers who use Express Services in Thailand to collect data with a query by questionnaires which the researchers have established guidelines to perform the research.

The procedure for collecting data are as follows: First, the researcher study collects information from various sources such as books, journals, government publications, government or international organizations annual reports, and Internet as secondary data.

Second, the conducting questionnaires from the Customers in Bangkok area, Thailand such as Silom and Asoke Road were in order to analyze the data and hypotheses testing with conclusion and suggestion. The analysis of data collected from the survey is conducted to examine the data. Research advisors and specialists inspect the monitoring tool used to collect data from questionnaires in order to make sure of the reliability and validity of content.

8. Data Collection

This research was conducted to collect data from 400 sample respondents of the customers who use Express Services in Thailand with the age over 25 years old, and lived permanently in Thailand. Data collection conducted by using non-probability sampling technique in type of purposive sampling by collecting all the data at Silom and Asoke Road by giving the questionnaires to the customers.

The completion of the respondents and separate query that is not completely out of the query into coding. Computer processing by analyzing descriptive and inferential analysis can record all the data. Seivewright (2012) stated that researcher studied how to create questionnaires in the details of the purpose of research, mainly in the following questions to get the answer to achieving research. By studying the factors affecting in digital technology to meet the needs of customer who use Express Services in Thailand which is organized by questions such as steps in order to facilitate the respondents which focus on the closed tool used to gather primary data was a questionnaires divided into two sections.

Part 1

Personal characteristics is general information on respondents includes gender, age, education level, occupation, average income per month, and IT experience.

Part 2

Collect the information about the factors affecting in digital technology to meet the needs of customer who use Express Services in Thailand. For estimate using rating scale, which consists of five level factors, would be affecting the selection decision. This research study would be defined by

the criteria in the scoring method (Rating Scales). Which is influenced by the choices of the respondents replied 5 ratings, 5, 4, 3, 2, and 1.

Primary Data

The researcher uses survey questionnaire for collecting all the data from 400 respondents from the customer who using Express Services in Thailand. The procedures for collecting data are as follows:

1. Collecting information from various sources such as books, journals, government publications, government or international organizations annual reports, and Internet.
2. Conducting questionnaires at Silom Road and Asoke Road.
3. Analyzing the data and testing hypotheses.
4. Concluding and making recommendations.

Secondary Data

The term "secondary data" refers to data that were collected for other studies. For the first researcher they are primary data, but for the second researcher, they are secondary data.

Samples Size

The sample size for the customers who using Express Services in Thailand by calculated based on Yamane's formula (Yamane, 1967).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Where, n = the sample size

N = the size of population

e = the error of 5 percentage points.

By using Yamane's formula of sample size with an error 5% and with a confidence coefficient of 95% (Yamane, 1967), the calculation from a population of 400 respondents came up with 400 respondents from the customers who using Express Services in Thailand.

Data Analysis

The research study analyzes data variables using SPSS program version 21 to compute for the results. The outputs of the program have been presented in chapter four (Research Analysis and Results) and the result of respondents will be presented as follows:

Descriptive Statistics: Data Analysis in Part 1 is about the details of the data on the personal characteristics which are for general information to describe the demographic variables as gender, age, education level, occupation, average income per month, and IT experience so the results should be analysis as Nominal Scale, Ordinal Scale Frequency and Percentage. Data Analysis in Part 2, which are creating Likert Scale, listing in order the most comments on important level to minimum. Scale

question is the appropriate response with strongly disagree =5, Disagree = 4, Neutral = 3, Agree = 2, Strongly Agree = 1 and with Excellent =5, Above Average = 4, Average = 3, Below Average = 2, Poor = 1 so by using the quantitative statistical averaging (Mean) and the standard deviation (SD).

Hypothesis (Inferential Statistics):

(Part 2)

Hypothesis 1: “Demographics affecting in customer satisfactions”. A test with the demographics affecting in customer satisfaction will be using One-way ANOVA method. Quantitative analysis by t-test and F-test at 95% confidence level or 0.05, test differences dependent between groups by LSD method (Least Significant Difference), one-way ANOVA. Data were analyzed using SPSS for windows.

Hypothesis 2: “Customer perceptions affecting in customer satisfactions”. A test with the customer perceptions affecting in customer satisfaction will be using regression analysis method. Regression analysis is a statistical process for estimating the relationships among variables. It includes many techniques for modeling and analyzing several variables, when the focus is on the relationship between a dependent variable and one or more independent variables.

Hypothesis 3: “Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand”. A test with the customer perceptions affecting in customer satisfaction will be using regression analysis method. Regression analysis is a statistical process for estimating the relationships among variables. It includes many techniques for modeling and analyzing several variables, when the focus is on the relationship between a dependent variable and one or more independent variables.

Scale	Range	Interpretation
5	4.50-5.00	Strongly disagree of digital technology to improve performance and to meet the needs of customer
4	3.50-4.49	Disagree of digital technology to improve performance and to meet the needs of customer
3	2.50-3.49	Neutral agree or disagree of digital technology to improve performance and to meet the needs of customer
2	1.50-2.49	Agree of digital technology to improve performance and to meet the needs of customer
1	1.00-1.49	Strongly agree of digital technology to improve performance and to meet the needs of customer

Source: The Five-point Likert Scale: Online

The test validity

Harrison (1983) claimed that the test's validity is the extent to which the test measures what it is intended to measure. Hence, the Index of the Item – Objective Congruence (IOC) was used to evaluate the congruence between the test items and the objectives. The criteria are as follows:

“+1” means the question is congruent with the objectives

“0” means the question is uncertain to be congruent with the objectives

“-1” means the question is not congruent with the objectives

The questions that obtain the IOC between 0.5 – 1.0 were deemed acceptable.

Here is an index of the Item-Objective Congruence (IOC) was calculated in order to evaluate the congruence between the questions and the objectives. The test items obtained the IOC between 0.5 – 1.0 is acceptable; while the test items containing the IOC lower than 0.5 must be revised.

The index of IOC (Item Objective Congruence) was used as follows:

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

Where IOC is index of item-objective congruence

$\sum R$ is sum of scores checked by at least three specialists

N is number of specialists

The test reliability

A reliability analysis of the variables is to test the questionnaires with a pre-test with a sample of 30 samples from the customers who using express services in Thailand and reliability analysis of variables is to test the questionnaire to 400 samples (Marsden, 2010 :). These results answer the question of ordinal and interval scales were analyzed to determine the analysis of the internal consistency method with a Cornbrash's Alpha Coefficient for measuring the internal consistency of the answers sequential data. The Cornbrash's Alpha Coefficient set to a value greater than 0.6 is acceptable. The analysis is as follows:

Cronbach's alpha is a measure of internal consistency that is, how closely related sets of items are as a group. It is considered to be a measure of scale reliability. A "high" value for alpha does not imply that the measure is one-dimensional. If, in addition to measuring internal consistency, you wish to provide evidence that the scale in question is one-dimensional, additional analyses can be performed. Exploratory factor analysis is one method of checking dimensionality. Technically speaking, Cronbach's alpha is not a statistical test - it is a coefficient of reliability (or consistency). Below, for conceptual purposes, we show the formula for the standardized Cronbach's alpha:

$$\alpha = \frac{N \cdot c - \bar{v}^2}{\bar{v} + (N-1) \cdot c}$$

Here “N” is equal to the number of items; “c-bar” is the average inter-item covariance among the items and “v-bar” equals the average variance.

One can see from this formula that if you increase the number of items, you increase Cronbach's alpha. Additionally, if the average inter-item correlation is low, alpha will be low. As the average inter-item correlation increases, Cronbach's alpha increases as well (holding the number of items constant).

For customers (30 samples)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.992	30

For 30 samples of employees, Cronbach are present the validity by Cronbach's Alpha at 0.992, which is greater than the standard definition at 0.70: therefore this set of questionnaire is validity.

From above table, it can be seen that all the items were of a reliable range. This means that the questionnaires were credible and reliable.

Reliability and Validity

The two concepts reliability and validity are very important to take into consideration when carrying out a qualitative research since they help to determine the objectivity of the research. Reliability and validity could be seen as two different measurement instruments that illustrate the level of trustworthiness and credibility of a research. Bryman and Bell (2007) explain that reliability and validity are separated into internal and external concepts.

Internal reliability refers to whether there is more than one researcher within the study group thus the observers can agree as regards to what they see and hear. External reliability means to what extent a research can be completed again with results comparable to the original study. It might be difficult to achieve high external reliability since the scene and the setting is likely to change from the time of the original research to the time of a second one. However, a strategy mentioned by Bryman and Bell (2007) is to adapt a similar role as taken on by the original researcher in order to be able to replicate the initial research. Subsequently, to achieve high reliability in this thesis, this chapter describes in detail the process of gathering data as well as how the respondents are performed. This detailed description increases the ability for other researcher to replicate this study under same conditions with comparable results.

Internal validity refers to what degree the researchers are able to agree and come to same conclusions i.e. if there is a good match between their observations and theoretical thoughts that they expand throughout the research (Bryman and Bell, 2007). Internal validity is usually perceived as strength within quantitative research since the researchers tend to observe the social setting over a long period of time, which generally results in excellent correspondence between observations and concepts (Bryman and Bell, 2007). External validity, on the other hand, can be seen as a problem within quantitative research, since it refers to the extent that findings can be applicable in other social settings and quantitative researchers generally make use of small samples and case studies (Bryman and Bell, 2007).

Results

This is the concluding chapter of the research, which will bring the purpose of writing this research into context. This chapter also target at providing recommendations of the study, Therefore, the researcher will perform recommendations to the study, as well as other that researcher has conducted a detailed analysis of three parts and found the result as described by the following:

Part 1:The demographic aspect, from 400 of respondents and the researcher found that the majority of the respondents is female at 73.3%, ages range of 31-40 years old at 90.5%, then mostly education level at 89.8% by bachelor's degree and most respondents average income per month (in THB) are 15,000 – 35,000 THB at 89.3%.

Part 2:Customer perceptions aspect from 400 of the respondents divided into 4 categories; intention to use, usage behavior and benefits to use. The researcher found that courier services that the respondents use most is Express Services at 92.3%, the respondents using this services at least once a month at 90.5%, the last time to use Express Services is a week ago at 83.8%, the purpose of using courier services is for business at 92.3%, the reason to choosing online Express Services because Brand or Reputation at 71.3% and online express services that the respondents are using is Kerry Express Services at 77.3%.

Part 3:Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand so rejected H3 because of the significant level below 0.05 level. The result found that most of the respondents in Bangkok aren't satisfied with the online express services by providing their personal information and debit/credit card number so the result would be rejected. Nowadays, credit cards offer the customers convenience. They don't have to carry cash or a checkbook, and they can choose to pay off the purchase over time or all at once. As a business, credit cards give you the satisfaction of almost instant payment. But this convenience comes at a price. Credit card companies charge a percentage of sales — usually 3 to 5 percent — for the privilege of accepting their cards. For this reason, some small businesses choose not to accept credit cards. If your customers are primarily other businesses, you may also choose not to accept credit cards, because

commercial customers usually do not pay in this manner. If you do accept credit cards, verify the identity and signature of the cardholder. If you accept a fraudulent card, you could be left with an unpaid bill. The study had three main hypotheses, which are H1, H2 and H3. These were the most relevant hypotheses that directly related to the topic of the study. However, after conducting the study, a number of other hypotheses were discovered. This was as the result of the comments and suggestions given by the respondents during the survey.

Discussion

The study had three main hypotheses, which are H1, H2 and H3. These were the most relevant hypotheses that directly related to the topic of the study. However, after conducting the study, a number of other hypotheses were discovered. This was as the result of the comments and suggestions given by the respondents during the survey.

Table 5.1 Hypothesis Testing

Hypothesis	Hypothesis Statement	Test Result
H1	“Demographics affecting in customer satisfactions”.	Accepted H1
H2	“Customer perceptions affecting in customer satisfactions”.	Accepted H2
H3	“Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand”.	Rejected H3

Hypothesis 1: Demographics affecting in customer satisfactions

The researcher found that age, gender, education and average income per month are affecting in customer satisfaction. Resulted also shows that most of the respondents are 31-40 years old, most of them are female with Bachelor's graduate and the average incomes per month are THB 15,000 – 35,000.

Hypothesis 2: Customer perceptions affecting in customer satisfactions

The researcher found that customer perceptions are affecting in customer satisfactions by divided into 3 categories below;

Benefits to use: the respondent are strongly agree with an easy to use an log in online, online express services are great function that orders can be modified or erased later on and also online express services also provided 24 hours customer services care for the customer.

Intention to use: the respondent are most using an express services at least once a month and the last time of using an express services are a week ago.

Usage behavior: The respondents are using an express service for their business purpose and the reasons for choosing an express service because of brand or reputation. An express service that they are most using is Kerry Express Services.

Hypothesis 3: Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand

The researcher found that customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand and for the customer satisfactions are divided into 3 categories below;

Capabilities: the respondents are giving the excellent scales for problems solving, tracking and tracking, flexibility for special requests and available range of services.

Performance: the respondents are giving the excellent scales for billing timeliness, pick-up timeliness, delivery timeliness and speed of timeliness.

Overall: the respondents are giving the excellent scales for 77.8% (n=311) respondents. According to the research topic, “Customer satisfaction affecting in the digital technology for express services in Thailand”, 400 respondents are strongly agree with the digital technology of express services in Thailand by giving more than 70.0% for convenience, price, saves time and products/services comparison accordingly but most of the respondents in Bangkok area, (Asoke area and Silom area), they are worried about giving credit/debit card number and don't like providing personal information so from this results, hypothesis 3 would be rejected.

Conclusion

This is the concluding chapter of the research, which will bring the purpose of writing this research into context. This chapter also target at providing recommendations to the study, Therefore, the researcher will be making recommendations to the study, as well as other that researcher has conducted a detailed analysis of three parts and found the result as described by the following:

Part 1:

The demographic aspect, from 400 of respondents and the researcher found that the majority of the respondents is female for 73.3%, ages range of 31-40 years old for 90.5%, then mostly education level at 89.8% by bachelor's graduate and most respondents average income per month (in THB) are 15,000 – 35,000 THB at 89.3%.

Part 2:

Customer perceptions aspect from 400 of the respondents divided into 4 categories; intention to use, usage behavior and benefits to use. The researcher found that courier services that the respondents use most is Express Services for 92.3%, the respondents using this services at least once a month for 90.5%, the last time to use Express Services is a week ago for 83.8%, the purpose of using courier services is for business for 92.3%, the reason to choosing online Express Services because Brand or Reputation for 71.3% and online express services that the respondents are using is Kerry Express Services for 77.3%.

Part 3:

Hypothesis 3; Customer satisfaction affecting in the digital technology to meet the needs of customer who using express services in Thailand so rejected H3 because of the significant level below 0.05 level. From this research result found that most of the respondents in Bangkok aren't satisfied with the online express services by providing their personal information and debit/credit card number so the result would be rejected.

Nowadays, credit cards offer the customers convenience. They don't have to carry cash or a checkbook, and they can choose to pay off the purchase over time or all at once. As a business, credit cards give you the satisfaction of almost instant payment. But this convenience comes at a price. Credit card companies charge a percentage of sales - usually 3 to 5 percent - for the privilege of accepting their cards. For this reason, some small businesses choose not to accept credit cards. If your customers are primarily other businesses, you may also choose not to accept credit cards, because commercial customers usually do not pay in this manner. If you do accept credit cards, verify the identity and signature of the cardholder. If you accept a fraudulent card, you could be left with an unpaid bill.

Recommendations of the Study

The main objectives of research are below:

1. To find out how the perception can be influenced by an e-commerce application.

According to the research result social media users who receive great service have a significantly better reach than others, telling an average of 42 people about their positive experience, compared to just nine people for those not using social media, according to the 2012 American Express *Global Customer Service Barometer*. In addition, people who have used social media for customer service at least once in the past year are willing to spend substantially more (21%) with companies they believe provide great service. They are far more vocal about service experiences, both good and bad.

Use complaints strategically. Listening to complaints helps clarify what disconnects customers from your company. It can provide important information about the failures or gaps in the service system. Compile, analyze and feed the information back to employees who can help correct the

problems, and use complaints as an inexpensive and continuous source of insight into consumer expectations.

2. To find out the factors form a user's perception of an e-commerce application. According to the research result **customers** have a specific set of expectations for you when the relationship begins. Those expectations are based on consumer perceptions of you, your company and your industry. Expectations are formed through personal past experience, as well as the experience of others who interact with the customer.

3. To learn and understand the needs of the customer who using express services in Thailand. According to the research result customer satisfaction surveys require more resources, but can be done without a large budget. Make sure you are only gathering relevant and important information that is actionable, and stay focused on what is really important to your company. You're asking your customers to give up their time on your behalf. Keep the survey as short and focused as possible. Surveying customers about their satisfaction with a transaction immediately is a simple and focused way to get great insight into customer expectations. This approach also provides great insight into how well your employees are representing your brand and their impact on the brand experience. Effectively delivering more than consumers expect is very difficult to do on a daily basis. But the benefits of getting it right are huge.

Limitations of the Study

There are several limitations to this study, some of them are: (1) the sample is focused just on customers in Bangkok, Thailand and (2) the customers are from Asoke areas and Silom areas and because of the limited time so the researcher can do the research analysis only for the group of people by using random sampling and the results won't be suitable for all the online express services organizations/companies. (3) DHL, FedEx and Kerry Express Services should provide an online payment for the customer who using online express services because if you do business online, accepting an online payment method such as PayPal makes it easier for people to purchase your product. Customers who don't have credit cards can use these services, and other customers don't have to leave the keyboard to look up a credit card number. These services charge you a fee for each transaction, however. (4) Thailand Post Office should provide the online website to the customers for log in, sending the post and parcel and also provide an online customer services care for making the customers satisfied and convenience about the products and services.

Future Researches

This research generally focused on customer who using express services in Thailand within the selection area in Bangkok but in the future research would focus more on two major group of customer and also focus on both side of the employees that provided the products and services as well as the

customers who buying the products and services because it will help us to know what they needs and want so that it will be the good factors to improve or solve the products and services problems in the future.

This study could be further improved if the sample was not just from the customers in selected area in Bangkok. In addition, also measuring productivity by giving two groups of the respondents from customers and employees so it's common task and analyzing which group performed better, the one that worked from home or the one that worked at the office, this way we would be able to see more clearly if what they claim to be their perception matches reality.

References

- Aaker, D. A. (2001), *Strategic market management*. Courier-Westford : USA : John Wiley & Sons.
- Ahmed, P.K., & Rafiq, M. (2003). Internal market issues and challenges, *European Journal of Marketing*, 37(9), 1177-1186.
- Al-Ghaith, W. A., Sanzogni, L., & Sandhu, K. (2010). *Factors influencing the adoption and usage of online services in Saudi Arabia. The Electronic Journal of Information.*
- Bennett, R., & Thiele, S. R. (2004), Customer satisfaction should not be the only goal. *Journal of Services Marketing*, 18(7), 514-523.
- Bergman, B., & Klefsjö, B. (2010). *Quality from customer needs to customer satisfaction*, Studentlitteratur AB, Lund, Sweden.
- Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1991). *Marketing to existing customers, in marketing service: competing through quality*, The Free Press, New York.
- Deutsche Post DHL official website, DHL employee: http://www.dp-hl.com/en/responsibility/employees/engaging_in_dialog_with_our_employees.html, Access date: 2016, 04, 20.
- Deutsche Post DHL official website, DHL health management: http://www.dp-dhl.com/en/responsibility/employees/health_management.html, Access date: 2016, 04, 28.
- DHL official website: <http://www.dhl.com/en.html>, Access date: 2016, 04, 25.
- DHL Supply Chain GOGREEN 2011: [http://www.dhl.com/en/logistics/freight transportation/go_green.html](http://www.dhl.com/en/logistics/freight_transportation/go_green.html), Access date: 2016, 04, 26.
- Doyle, P., & Wong, V. (1998), Marketing and competitive performance: an empirical study, *European Journal of Marketing*, 32(516), 514-535.
- FedEx official website: <http://www.fedex.com/us/index.html>, Access date: 2016, 05, 03.
- FedEx official website, sustainability goals: <http://www.fedex.com/us/smallbusiness/updates/june2010/fedex-sustainability.html>, Access date: 2016, 05, 03.
- Gerhardt, P. L. (2002), A paper presented in partial fulfillment of the requirements of OM 814 marketing strategy and practice. *Journal of Service Marketing*, 20(8), 150-160.

- Grönroos, C. (2000), *Service management and marketing: A customer relationship management approach*, Wiley, Chichester.
- Heding, T., Knudtzen, C. F., & Bjerre, M. (2008), *Brand Management - Research, Theory and Practice*. u.o.: Routledge.
- Hyder, A. S., & Abraha, D. (2003), *Strategic alliances in Eastern and Central Europe*, Pergamon, An Imprint of Elsevier Science. United States of America.
- Johnson-George, C., & Swap, W. C. (1982). Measurement of specific interpersonal trust: Construction and validation of a scale to assess trust in a specific other. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43(6), 1306.
- Jordan, G. J., & Fortin, M-J. (2002), Scale and topology in the ecological economics sustainability paradigm. *Econogical Economics*, 41(2), 361-366.
- Kerry Express official website: <http://www.kerryexpress.com/#kexpress>, Access date: 2016, 05, 03.
- Kerry Express official website, e-commerce: <http://www.kerryexpress.com/#ecommerce>, Access date 2016, 05, 03.
- Koh, S. C. L. T. (2005). Using e-commerce to gain a competitive advantage in 3PL enterprises in China, *International Journal of Logistics Systems and Management*, 1(2), 187-210.
- Kolter, P., Armstrong, G., Wong, P.V., Saunders, P.J., & Wood, M. B. (2010), *Principles of marketing pack* (5th ed.). Financial Times/ Prentice Hall. London.
- Lieb, R. C. (2005), The 3PL industry: where it's been, where it's going, *Supply chain management review*, 9(6), 20-27.
- Nadin, S. J., & Williams, C. C. (2012). Psychological contract violation beyond an employees' perspective: The perspective of employers. *Employee relations*, 34(2), 112-120.
- Storbacka, K., & Lehtinen, J.R. (2001) *Customer relationship management: Creating competitive advantage through win-win relationship strategies*. Singapore : McGraw-Hill.
- AlGhamdi, R., Drew, S., & AlFaraj, O. (2011). Issues influencing Saudi customers' decisions to purchase from online retailers in the KSA : A qualitative analysis. *European Journal of Scientific Research*. 55(4), 580-593.
- Thailand Post Office official website: <http://www.thailandpost.com/index.php?page=intro&language=en>, Access date: 2016, 06, 18.

**ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่
กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**
**Relationships between Modern Electronic Commerce Strategy and
Performance of Electronics Commerce Businesses in Thailand**

จิรประภา นิมารัมย์ มณีรัตน์ วงษ์ชิม² และรัตนาวดี สอนธิประสาธ³
Chiraprapha Nimaram* Manirath Wongsim² and Rattanawadee Sonthiprasat³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 147 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ และด้านกลยุทธ์การโฆษณา มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงาน ออกแบบให้ทันสมัย และง่ายต่อการนำไปปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัดสินใจสั่งซื้อสินค้า รวมถึงกระตุ้นความต้องการซื้อ ซึ่งจะทำให้กลยุทธ์ที่สร้างขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ผลการดำเนินงาน และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This study aimed to investigate the relationship between modern electronic commerce strategy and performance of electronic commerce businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 147 electronic commercial business managers in Thailand. The statistics used for data analyzing were multiple correlation analysis, simple regression analysis and multiple regression analysis. The findings revealed that modern electronic commerce strategy in aspect of the customer service strategy, the purchasing management strategy and the advertising strategy had positive relationships with and effects on the organizational performance. Therefore, the manager of the electronic commerce ought to concentrate on executing the strategy to be used in commercial operations, intended to be snappy and simple to work. Additionally, association ought to worry about offer customers an alluring item to invigorate request this strategy made an intense trigger purchasing choices of customers increased.

Keywords : Modern Electronic Commerce Strategy, Performance and Electronics Commerce Businesses

1. บทนำ

ปัจจุบันในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นยุคของการแพร่หลายทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ สืบเนื่องมาจากมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตและสังคมของมนุษย์เป็นอย่างมากซึ่งทำให้ลักษณะรูปแบบในการประกอบธุรกิจมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วโดยอาศัยเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นฐานในการสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การทำธุรกิจโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นที่ได้รับความนิยมทั่วโลกซึ่งส่งผลให้มีการขยายตัวของธุรกิจอย่างรวดเร็ว โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อลดต้นทุนค่าใช้จ่ายเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการลูกค้า และสร้างให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตลอดจนผู้บริหารเริ่มให้ความสนใจที่จะนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้กับธุรกิจของตนเองเป็นอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557 : 6) นอกจากนี้ การทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังได้เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มโอกาสให้แก่องค์กร เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานโดยอาศัยเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการค้า การตลาด และการบริการ ไปสู่กลุ่มลูกค้าทั้งเก่าและใหม่ ซึ่งพบว่าผู้บริหารส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจกับธุรกิจ คือ การส่งออกสินค้าหรือการนำเข้าสินค้า ธุรกิจกับผู้บริโภค คือ ขายสินค้าทั่วไปผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ธุรกิจกับรัฐบาล คือ การจัดซื้อระหว่างรัฐบาลกับภาคเอกชน ผู้บริโภคกับผู้บริโภค คือ การขายของเก่าให้กับบุคคลอื่น ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต รัฐบาลกับประชาชน อาทิ การคำนวณและเสียภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และรัฐบาลกับรัฐบาล คือ การจ่ายเงินบำนาญ/บำนาญ ซึ่งรูปแบบเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และยังสะท้อนถึงมูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และมีสภาพการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน

กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ (Modern Electronic Commerce Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจให้มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการในการใช้งาน ซึ่งกลยุทธ์มีทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ที่นำมาประยุกต์ใช้ในภายหลัง โดยสามารถใช้

ทรัพยากรทั้งหมดที่มีอยู่ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (จุฑามาส ไพบูลย์ศักดิ์, 2552 : 23-39) ซึ่งผู้บริหารมักมีความกังวลกับการวางแผนในการดำเนินงาน ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตนั้นไม่ได้แตกต่างจากการทำธุรกิจแบบทั่วไป เพียงรู้จักการวางแผนด้านนโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะนำมาปรับใช้ในเว็บไซต์ของตนเองเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าชมเว็บไซต์ และเข้าซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง (Necmi and Martin, 2004 : 290 ; โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556 : 222-226) สำหรับกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่เป็นกระบวนการในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการด้วยวิธีการใหม่ที่แตกต่างด้วยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่จะสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ง่ายขึ้นซึ่งมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การขยายฐานลูกค้า (Customer Base Expansion Strategy) ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า (Customer Service Strategy) ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ (Purchasing Management Strategy) และด้านกลยุทธ์การโฆษณา (Advertising Strategy) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านนี้ ล้วนมีบทบาทในการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ถูกกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นผลทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งยังส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีและมีผลกำไรที่มากขึ้น

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลการดำเนินธุรกิจขององค์กรว่าประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด โดยผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ หรือเครื่องมือในการติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานมีบทบาทในการสนับสนุนระบบบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่ จะส่งผลทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การวัดผลการดำเนินงานนี้มีอยู่ด้วยกันหลายวิธี แต่วิธีที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นมาตรฐานและนำไปใช้อย่างแพร่หลายคือ เครื่องมือวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) (Kaplan and Norton, 2000 : 37-45) ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติเพื่อช่วยให้พนักงานได้รู้จักแนวทางที่จะบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรจะรับรู้ถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนของการบริหารงานที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี การดำเนินงานแบบดุลยภาพจะช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการองค์กรได้ชัดเจน โดยพิจารณาจากการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ ประกอบด้วย 4 ด้าน (นิรมิต เทียมทัน, 2555 : 51-55) ดังนี้ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ซึ่งธุรกิจได้นำแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพไปใช้อย่างแพร่หลายทำให้องค์กรสามารถเชื่อมโยงระบบ การประเมินผลเข้าสู่การกำหนดแผนกลยุทธ์องค์กรได้อย่างครบถ้วนยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความสมดุลกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรมีความคล่องตัวในการตรวจสอบ และติดตามผลการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Business) ธุรกิจที่มีการทำธุรกรรมผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในทุกช่องทาง เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือแม้แต่อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556 : 16) ธุรกิจที่ประกอบกิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่คือ ธุรกิจประเภทดอทคอม ซึ่งธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นเพื่อใช้งานบนอินเทอร์เน็ตโดยตรงธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ไร้ขีดจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ โดยสร้างเป็นเว็บไซต์ที่น่าสนใจและง่ายต่อการใช้งาน สะดวกในการเข้าถึง เพื่อการดึงดูดผู้ใช้เว็บไซต์ให้เข้ามารวมตัว โดยอาจสร้างกระดานข่าวในการประกาศข่าว การใช้ระบบพูดคุยออนไลน์ การให้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งในปัจจุบันนอกจากจะมีรูปแบบการทำธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตแล้วยังมีรูปแบบ

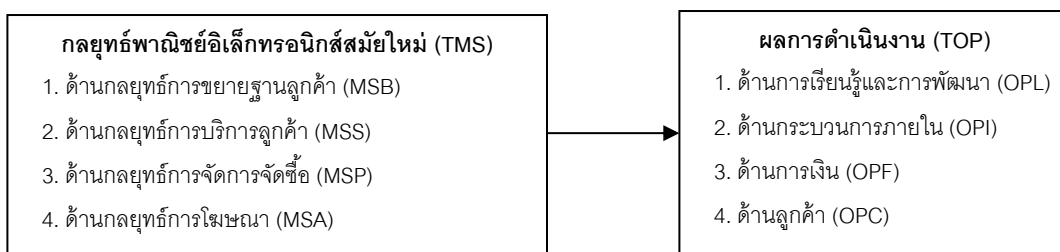
การทำธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น คือ การทำธุรกรรมผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Commerce หรือ M-Commerce) เช่น การดาวน์โหลดเกม การสั่งซื้อสินค้าและบริการ การทำธุรกรรมทางธนาคาร เป็นต้น ซึ่งมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2558 (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ไอซีที), 2558 : เว็บไซต์) พบว่า ในปี 2558 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีมูลค่ากว่า 2.03 ล้านล้านบาท โดยแบ่งออกเป็น มูลค่าขายที่ธุรกิจขายให้กับธุรกิจ (B2B) 1.23 ล้านล้านบาท มูลค่าขายที่ธุรกิจขายให้กับผู้บริโภค (B2C) 0.41 ล้านล้านบาท และมูลค่าขายที่ธุรกิจขายให้กับภาครัฐ (B2G) 0.39 ล้านล้านบาท พร้อมคาดการณ์ปี 2558 เติบโตต่อเนื่อง ร้อยละ 3.65 มูลค่าสูงถึง 2.1 ล้านล้านบาท

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบว่า กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา และปรับปรุงการบริหารจัดการในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความโดดเด่น และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงาน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ที่สนใจ นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ โมเดลของกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่และผลการดำเนินงาน



2.1 กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ (Modern Electronic Commerce Strategy)

กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ (Modern Electronic Commerce Strategy) หมายถึง การกำหนดวิถีทางหรือแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจนของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว การสร้างและพัฒนาวิถีทางในการปฏิบัติตลอดจนการระดม และจัดสรรการใช้ทรัพยากรขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการโฆษณา และส่งเสริมการขาย เช่น Line Facebook Instagram และ Twitter เป็นต้น เข้ามาใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน และยังเป็นผลทำให้องค์กร

มีความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มผลกำไรมากขึ้น (Necmi and Martin, 2004 : 290 ; โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2556 : 222-226) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านกลยุทธ์การขยายฐานลูกค้า (Customer Base Expansion Strategy) หมายถึง ความสามารถในการสร้างตลาดใหม่หรือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และยังคงรักษาสถานะตลาดลูกค้าเดิมไว้ได้ ด้วยการสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ เพื่อให้องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้น

2.1.2 ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า (Customer Service Strategy) หมายถึง ความสามารถในการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การให้คำปรึกษาแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและสามารถสอบถามหรือเสนอแนะเกี่ยวกับสินค้าและบริการได้ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

2.1.3 ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ (Purchasing Management Strategy) หมายถึง ความสามารถในการจัดซื้อ จัดหา วัตถุดิบในการผลิต การจำหน่าย การจัดเก็บสินค้า การขนส่งหรือการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น

2.1.4 ด้านกลยุทธ์การโฆษณา (Advertising Strategy) หมายถึง ความสามารถในการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้า และบริการให้เป็นที่รู้จัก เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความสนใจและต้องการซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้น เป็นต้น

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน (Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานขององค์กรซึ่งสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยมีการนำทรัพยากรที่มีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นผลผลิตที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ เป็นการผสมผสานระหว่างการวัดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานในอดีตและปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอนาคต (นิรมิต เทียมทัน, 2555 : 113-145) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง ความสามารถในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้หรือองค์ความรู้ของกิจการ ได้แก่ การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษานักงานที่มีคุณภาพ เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ และการมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี

2.2.2 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง การดำเนินงานเพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถหิยยื่นข้อเสนอต่าง ๆ ทางด้านคุณค่าที่จะดึงดูด และรักษาลูกค้าไว้ ได้แก่ การดำเนินงานที่รวดเร็ว กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ กระบวนการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลาหรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ

2.2.3 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง การดำเนินงาน และการบริหารของกิจการ ในด้านการเงินที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การเติบโตของรายรับ การลดต้นทุน และการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ โดยจะเน้นที่ผลกำไร การเจริญเติบโตของบริษัท และผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น

2.2.4 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่รวดเร็ว หรือชื่อเสียงที่ดีของกิจการ การคำนึงถึงคุณค่า และความแตกต่างหลากหลายของลูกค้า ความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน เนื่องจากหากธุรกิจมีการใช้กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย และเหมาะสม จะส่งผลให้มีผลการดำเนินงานที่ดีและมีผลกำไรที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรยุทธ ภูกิจนิน (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์อินเทอร์เน็ต

กับงานที่มุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์อินเทอร์เน็ตโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบริการลูกค้า ด้านความสะดวกรวดเร็วในการจัดส่ง ด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือ ด้านการสร้างพันธมิตรกับลูกค้า และด้านการทำโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเป็นอัจฉริยะในการแบ่งแยกด้านความเป็นอัจฉริยะในการเผยแพร่ ด้านการออกแบบการตอบสนอง และด้านการปฏิบัติในการตอบสนองกลยุทธ์อินเทอร์เน็ต และงานที่มุ่งเน้นการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้นผู้บริหารพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดได้เป็นอย่างดี ตลอดจนสามารถทำให้เกิดผลการดำเนินงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีอาคารสถานที่ สร้างระบบบริหารสมัยใหม่ และสนับสนุนให้บุคลากรมีการอบรม สัมมนาให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมใจ จอมหงส์ (2554 : บทคัดย่อ) ได้การศึกษาลักษณะของประสิทธิภาพการบริหารการตลาดอินเทอร์เน็ตที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย พบว่า ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการบริหารการตลาดอินเทอร์เน็ตโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายหรือกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการบริหารการตลาดอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านรักษาความเป็นส่วนตัวแตกต่างกัน ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปแบบของธุรกิจ ประเภทของการประกอบธุรกิจ จำนวนพนักงาน และทุนทะเบียนในปัจจุบัน แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงินไม่แตกต่างกัน

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีผลต่อผลการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 3,265 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กรกฎาคม 2558 : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 350 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 43) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 350 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 147 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 42 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านกลยุทธ์การขายฐานลูกค้า จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการสร้างตลาดใหม่หรือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ เพิ่มขึ้น และยังคงรักษาดูแลลูกค้าเดิมไว้ได้เพื่อให้องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้น 2) ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการเพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การให้คำปรึกษาแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 3) กลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดซื้อ จัดหา วัตถุดิบในการผลิต การจำหน่าย การจัดเก็บสินค้า การขนส่งหรือการส่งมอบสินค้า และบริการให้กับองค์กร และ 4) ด้านกลยุทธ์การโฆษณา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สื่อรูปแบบต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้า และบริการให้เป็นที่รู้จัก

ผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้หรือองค์ความรู้ของกิจการ การเพิ่มทักษะของพนักงาน การรักษานักงานที่มีคุณภาพ และการมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี 2) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินงานเพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถหยิบยื่นข้อเสนอต่าง ๆ ทางด้านคุณค่าที่จะดึงดูด และรักษาลูกค้าไว้ 3) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินงาน และการบริหารของกิจการในด้านการเงินที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น และ 4) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation Correlation ซึ่งกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.430 - 0.735 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.598 - 0.868 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552 : 90) ได้เสนอค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.751- 0.827 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.861 - 0.929 ซึ่งสอดคล้องกับ พิสนุ พองศรี (2552 : 90) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Performance} = \beta_0 + \beta_1 \text{MSB} + \beta_2 \text{MSS} + \beta_3 \text{MSP} + \beta_4 \text{MSA}$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TOP	MSB	MSS	MSP	MSA	VIFs
$\bar{X}$	4.23	4.45	4.47	4.22	3.98	-
S.D.	0.43	0.36	0.47	0.63	0.70	-
TOP	1.000	0.379*	0.309*	0.672*	0.473*	-
MSB		1.000	0.488*	0.312*	0.354*	1.465
MSS			1.000	0.159	0.240*	1.324
MSP				1.000	0.487*	1.351
MSA					1.000	1.404

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ มีค่าตั้งแต่ 1.324 - 1.465 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับผลการดำเนินงานโดยรวม ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.196	0.342	3.500	0.001*
ด้านกลยุทธ์การขายฐานลูกค้า (MSB)	0.105	0.086	1.220	0.224
ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า (MSS)	0.135	0.062	2.174	0.031*
ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ (MSP)	0.385	0.047	8.175	0.000*
ด้านกลยุทธ์การโฆษณา (MSA)	0.085	0.043	1.983	0.049*
F = 37.794 p = 0.000 Adj R ² = 0.502				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ด้านกลยุทธ์การบริหารลูกค้า ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ และด้านกลยุทธ์การโฆษณา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจาก ในปัจจุบันการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นความสำเร็จ โดยเฉพาะการปรับปรุงทีมงานให้มีความรู้ความสามารถ เพื่อให้บริการลูกค้าทั้งก่อนและหลังการขาย นอกจากนี้ในการขายสินค้าและบริการออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการจัดซื้อ ที่เป็นปัจจัยทั้งจากภายในประเทศหรือต่างประเทศ ย่อมส่งผลให้ราคาของสินค้าหรือวัตถุดิบ ซึ่งผู้ประกอบการต้องคอยเฝ้าติดตาม เพื่อลดต้นทุนด้านการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อไม่ให้เกิดกระทบกับราคาของสินค้าและบริการมากเกินไป รวมถึงการโฆษณาข้อมูลข่าวสารของสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่นำเสนอครอบคลุมทุกด้านเพื่อการค้นหาที่ง่าย และรูปแบบของการนำเสนอต้องมีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Richmond and Alice (1996 : 186) พบว่า สินค้าที่มีการโฆษณาในลักษณะของภาพเคลื่อนไหว ได้รับความสนใจจากผู้ใช้บริการมากกว่าสินค้าที่มีการโฆษณาเฉพาะภาพนิ่ง ดังนั้น ธุรกิจต้องให้ความสำคัญในการฝึกอบรมพนักงานในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์ให้เกิดความน่าสนใจ และฝึกฝนให้พนักงานมีความชำนาญในการใช้เทคโนโลยี รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เช่น การเอาใจใส่ดูแลลูกค้าหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ เพราะลูกค้าทุกคนจะมีความรู้สึกที่ดีกับสินค้ารวมถึงธุรกิจ ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการในระยะยาวต่อไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิสาข์ ธนวิภาคย์ (2548 : บทคัดย่อ) พบว่า องค์กรได้พยายามสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ทันสมัย มีนวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภค โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกันโดยตลอด จึงสามารถสื่อสารได้อย่างเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การสื่อสารการตลาดทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความมั่นใจในคุณภาพสินค้าและบริการ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคต่อตราสินค้ากับความตั้งใจซื้อสินค้าในอนาคตด้วยเช่นเดียวกัน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงาน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจในรูปแบบอื่น ๆ โดยมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้มีข้อมูลที่หลากหลายแตกต่างกันไป และทำให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น

5.1.2 ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคของกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยซึ่งจะทำให้องค์กรทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของปัญหาและอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.1.3 นอกจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth - Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น และตรงประเด็นสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

5.1.4 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบกับธุรกิจกลุ่มอื่นหรือใกล้เคียงที่มีการดำเนินงานในประเทศไทย

5.1.5 ควรมีการศึกษาถึงข้อจำกัดของแต่ละองค์กรในการนำกรอบแนวคิดหรือคำถามบางอย่างมาใช้ เพื่อให้ผลการวิจัยเกิดประสิทธิผลและประโยชน์ภาพสูงสุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ เพื่อให้แน่ใจว่าจะมีวัตถุดิบพอเพียงในการใช้ทุกเวลา ลดความเสี่ยงเกี่ยวกับภาวะวัตถุดิบขาดมือ และมีการสร้างสรรค์กระบวนการและเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการจัดซื้อ โดยนำระบบโลจิสติกส์เข้ามาเพื่อช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน

5.2.2 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า โดยการออกแบบเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการใช้บริการ การนำเสนอข้อมูลคำตอบและคำถามจากลูกค้าไปใช้อย่างเป็นประโยชน์ การทำคำสั่งซื้อออนไลน์ที่มีความมั่นคงปลอดภัยต่อผู้เข้ามาใช้บริการและมีข้อมูลการรับประกันสินค้าระบุไว้อย่างชัดเจนบนเว็บไซต์

5.2.3 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์การโฆษณา เพราะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีผู้เข้าใช้งานเป็นจำนวนมาก สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นเส้นทางหลักในการกระจายข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ขององค์กรให้ลูกค้าได้รับทราบ

5.2.4 นอกจากการให้ความสำคัญกับการขยายฐานลูกค้า ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ควรให้ความสำคัญกับการรักษาลูกค้าเดิมไว้ เพราะ การรักษาลูกค้าเดิมนั้นจะเป็นการประหยัดต้นทุนได้มากขึ้น ในขณะที่ได้รายได้เพิ่มขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า กลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ด้านกลยุทธ์การบริการลูกค้า ด้านกลยุทธ์การจัดการจัดซื้อ และด้านกลยุทธ์การโฆษณา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำกลยุทธ์ที่พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงาน ออกแบบให้ทันสมัย และง่ายต่อการนำไปปฏิบัติงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจตัวสินค้า รวมถึงกระตุ้นความต้องการซื้อ ซึ่งจะทำให้กลยุทธ์ที่สร้างขึ้นนั้นมีประสิทธิภาพก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). *การจดทะเบียนธุรกิจเดือนมิถุนายน 2558 และครึ่งปีแรก*.

ค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=12361.

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). *ETDA เผยผลสำรวจมูลค่าอีคอมเมิร์ซไทยปี 58*

คาดพุ่งแตะ 2.11 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7 %. ค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558,

จาก <https://www.blognone.com/node/75181>.

จรรยาพร ภูกิจนิน. (2556). *ผลกระทบของกลยุทธ์อินเทอร์เน็ตและการดำเนินงานที่มุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

จุฑามาส ไพบูลย์ศักดิ์. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- นิรมิต เทียมทัน. (2555). *Balanced scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ : ศาสตร์และศิลป์สำหรับองค์กรสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิสนุ พงศ์ศรี. (2552). *วิจัยทางการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : พรอพเพอร์ตี้พริ้น.
- วิสาข์ ธนวิภาคย์. (2548). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานในการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า*. เอบ/สัน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมใจ จอมหงษ์. (2554). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารการตลาดอินเทอร์เน็ตที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. ค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.ditp.go.th/main.php?filename=intro>.
- อนุชา คุณมี. (2551). *ผลกระทบของกลยุทธ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เอื้ออารีย์ พุทธิษา. (2556). *ผลกระทบของความเป็นเลิศทางการบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตรธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โอภาส เข้มมสิริวงศ์. (2556). *พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (มุมมองด้านผู้บริหาร) : e-Commerce (A Managerial Perspective)*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Aaker, D. A., Kumer, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2000). *The strategy focused organization: how balanced scorecard companies thrive in the new business environment*. Harvard Business School Press, Boston, MA : 96.
- Necmi, K., & Martin, L. (2004). Electronic commerce strategy, operations, performance in small and medium-size enterprises. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(3), 290.
- Richmond, A. (1996). Enticing online shoppers to buy - A human behavior study. *Computer Network & ISDN System*, 28(7-11), 1469.

ผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
ของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย
Effects of Organizational Flexibility on Operational Effectiveness
of Information Technology and Communication Businesses in Thailand

ขรินทร์ทิพย์ ทิวาพัฒน์* และนริศรา สัจจพงษ์²
Kharintip Tivapat* and Narissra Sujchaphong²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จำนวน 126 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความยืดหยุ่นองค์กร ด้านการปฏิบัติการ และด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการสร้างความยืดหยุ่นองค์กรด้านการปฏิบัติการ ให้สามารถปรับตัวได้อย่างต่อเนื่องมีการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการเตรียมความพร้อมปรับตัวสำหรับการพัฒนาทักษะความสามารถในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งเป็นการตอบสนองต่อการแข่งขันและช่วยเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจให้เหนือกว่าธุรกิจอื่น ที่จะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จและมีความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : ความยืดหยุ่นองค์กร ประสิทธิผลการดำเนินงาน และธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

* นิสิตรดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This study aimed to investigate the effect of organizational flexibility on operational effectiveness of information technology and communication businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 126 information technology and communication executives in Thailand. The statistics used for data analyzing were multiple correlation analysis, simple regression analysis and multiple regression analysis. The findings revealed that organizational flexibility in aspects of the operational flexibility and the technological flexibility had positive relationship with and effect on the operational effectiveness. Therefore, the information technology and communication executives should focus on the flexibility of the organization in the aspects of operational flexibility in order to constantly adapt themselves to the environment. The executives must track information inside and outside the organization. Moreover, they must prepare for adapting organization and developing the operation skills in order to meet changing circumstances. These will therefore response to the competition and increase the competitive capacity, which will contribute to the business success and sustainable growth.

Keywords : Organizational Flexibility, Operational Effectiveness and Information Technology and Communication Businesses

1. บทนำ

ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรงและรวดเร็วทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและเทคโนโลยี อันส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบและนับวันจะทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้นทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เกิดขึ้นให้ได้ ซึ่งหากองค์กรใดไม่สามารถปรับเปลี่ยนตนเองทั้งในด้านวิธีคิดและการปฏิบัติงานย่อมจะไม่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของสภาพแวดล้อมที่มีความไม่หยุดนิ่งตลอดเวลาได้ ทำายที่สุดองค์กรนั้นจะไม่สามารถอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้ ดังนั้น องค์กรต้องสร้างความยืดหยุ่นให้กับองค์กรเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทุกเมื่อหากเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจซึ่งมีหน้าที่ในการวางแผนกำหนดนโยบายและการหาแนวทางในการสร้างความยืดหยุ่นองค์กรจึงควรเตรียมหาวิธีและแนวทางที่พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2552 : เว็บไซต์)

ความยืดหยุ่นองค์กร (Organizational Flexibility) เป็นความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่มีอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้หากองค์กรใดไม่สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์แวดล้อมได้ อาจนำไปสู่การที่คู่แข่งจะสามารถมองเห็นถึงจุดอ่อนขององค์กรและคู่แข่งยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าได้ เพราะฉะนั้นองค์กรจึงต้องรู้ว่าเมื่อใดควรปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ เพื่อรับมือกับสภาพเศรษฐกิจหรือการเปลี่ยนแปลงการบริโภคของลูกค้าที่อาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยได้เสนอว่า องค์กรในปัจจุบันควรมีความสามารถที่สะท้อนถึงความยืดหยุ่นขององค์กรใน 4 ด้าน คือ ด้านการปฏิบัติการ (Operational Flexibility)

ด้านการเงิน (Financial Flexibility) ด้านโครงสร้างองค์กร (Structural Flexibility) และด้านเทคโนโลยี (Technological Flexibility) (Rudd, Greenley, and Beatson, 2008 : 2-9) ซึ่งภายใต้การดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่นองค์กร ทั้ง 4 ด้าน ทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งจะส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรและทำให้เกิดความมั่นใจได้ว่าธุรกิจจะดำเนินงานต่อไปอย่างเกิดประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดี

ประสิทธิผลการดำเนินงาน (Operational Effectiveness) คือผลสำเร็จอันเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานตามโครงการ หรือแผนงานเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ หรือคาดหวังไว้ในการวัดประสิทธิผลการดำเนินงานถือเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการนำผลลัพธ์ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาใช้ในการปรับวิธีการดำเนินงานตามแผนงานให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ทั้งนี้องค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงาน ประกอบด้วยด้านการเจริญเติบโตขององค์กร (Operational Growth) ด้านการได้มาซึ่งทรัพยากรทางการจัดการ (Managerial Resource Acquisition) ด้านนวัตกรรม (Innovation) ด้านความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ด้านผลิตภาพ (Productivity) และด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) (วงเดือน เจริญหอม, 2555 : 19 อ้างถึงใน Arnold and Feldman, 1986 : 6) ต้องให้ความสำคัญและการสนับสนุนให้องค์กรสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจะต้องสร้างความยืดหยุ่นองค์กรให้พร้อมสำหรับการปรับตัวเพื่อให้เกิดประสิทธิผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

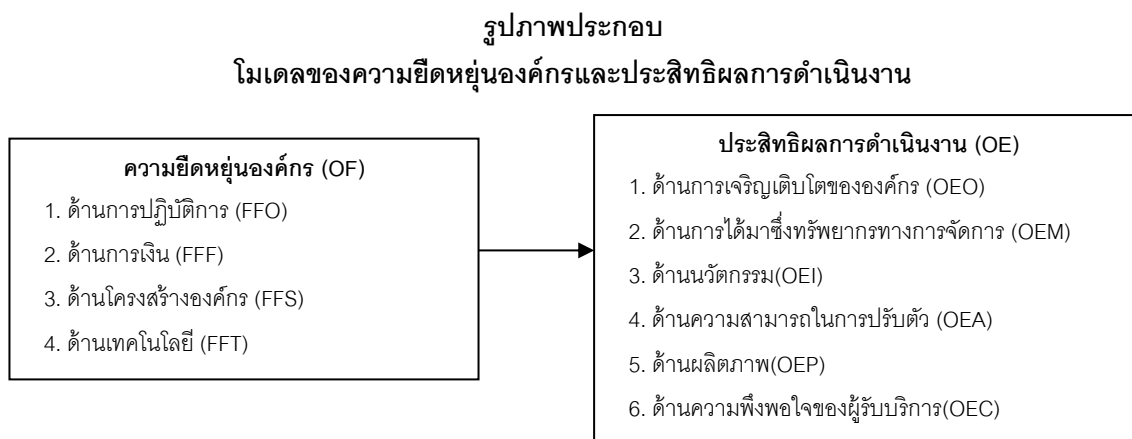
ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information Technology and Communication Businesses) เป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมทางการค้าและบริการเกี่ยวกับเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม คอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และระบบเครือข่ายสารสนเทศ โดยธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความสำคัญกับเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) กลุ่มการผลิตฮาร์ดแวร์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์เสริมต่อพ่วงคอมพิวเตอร์
- 2) กลุ่มการผลิตซอฟต์แวร์ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์ ที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการพัฒนาระบบ และ 3) กลุ่มบริการ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมบริการโทรคมนาคม การบำรุงรักษาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และบริการอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจึงเป็นกลุ่มธุรกิจหนึ่งที่เป็นตัวขับเคลื่อนและผลักดันให้ระบบเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2552 : เว็บไซต์) ทั้งนี้อัตราการเติบโตของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 11.2 มูลค่ารวมทั้งสิ้น 678,648 ล้านบาท ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงและมีมูลค่าต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก (สมาคมธุรกิจคอมพิวเตอร์ไทย, 2557 : เว็บไซต์) และด้วยธรรมชาติของธุรกิจที่ต้องมีความไวต่อการเปลี่ยนแปลง ของเทคโนโลยีการสื่อสารและคอมพิวเตอร์ที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทำให้ความสามารถในด้านความยืดหยุ่นขององค์กรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความยืดหยุ่นองค์กรมีผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางเสริมสร้างความยืดหยุ่นขององค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและประสิทธิผลขององค์กร รวมถึงเพิ่มศักยภาพการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความยืดหยุ่นองค์กร ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังรูปภาพต่อไปนี้



2.1 ความยืดหยุ่นองค์กร (Organizational Flexibility)

ความยืดหยุ่นองค์กร (Organizational Flexibility) หมายถึง การปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด (Rudd, Greenley, and Beatson, 2008) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการปฏิบัติการ (Operational Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวในการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมถึงการยอมรับและพร้อมที่จะปรับตัวด้วยการพัฒนาทักษะหรือความสามารถในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวให้ทำงานร่วมกับคนอื่นได้ การได้รับความร่วมมือการยอมรับและความช่วยเหลือต่างๆ ในการทำงาน

2.1.2 ด้านการเงิน (Financial Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการจัดหาหรือการเข้าถึงและใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสม การแสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นเงินลงทุนในทรัพย์สินต่างๆ ที่จำเป็นต่อธุรกิจ มีเงินทุนที่เพียงพอและจัดสรรทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสมเพื่อขยายกิจการหรือเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ

2.1.3 ด้านโครงสร้างองค์กร (Structural Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการปรับเปลี่ยนสายการบังคับบัญชาและการประสานงานภายในองค์กรให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาและคงไว้ซึ่งการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การให้ความสำคัญกับปฏิกริยาของบุคลากรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงมีการเตรียมความพร้อมในการปรับโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อเน้นเฉพาะกิจกรรมหลักและมอบหมายให้หน่วยงานอื่นดำเนินกิจกรรมอื่นๆ

2.1.4 ด้านเทคโนโลยี (Technological Flexibility) หมายถึง ความสามารถในการจัดหาและการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี วิธีการใช้เทคโนโลยี และการนำแนวคิดใหม่ๆ มาใช้หรือประยุกต์ใช้อย่างมีระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการติดตามการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเพื่อให้ตอบสนองต่อการแข่งขัน

2.2 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Effectiveness)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Operational Effectiveness) หมายถึง ผลสำเร็จขององค์กรที่ได้มาจากการปฏิบัติงานตามโครงการ หรือแผนงานเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ หรือคาดหวังไว้ (วงเดือน เจริญหอม, 2555 : 19 อ้างถึงใน Arnold and Feldman, 1986 : 6) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเจริญเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) หมายถึง การมีความสามารถขององค์กรในการขยายตลาดใหม่หรืออย่างน้อยรักษาลูกค้าหลักๆ ของกิจการไว้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความโดดเด่นและการคิดริเริ่มนำสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้เมื่อต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.2.2 ด้านการได้มาซึ่งทรัพยากรทางการจัดการ (Managerial Resource Acquisition) หมายถึง การมีปัจจัยนำเข้าที่ใช้สำหรับการบริหารจัดการ การจัดหาทรัพยากรทางการเงินเพียงพอ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยสามารถทำให้เกิดสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

2.2.3 ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การคิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีขึ้น มีการนำเสนอบริการและคิดค้นกระบวนการปฏิบัติงานใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

2.2.4 ด้านความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) หมายถึง การมีความสามารถในการปรับกระบวนการดำเนินงานได้ภายใต้เงื่อนไขต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปในส่วนของคู่แข่ง พันธกิจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีผลการดำเนินงานที่ดีแม้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง สามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อได้ตอบคู่แข่ง

2.2.5 ด้านผลิตภาพ (Productivity) หมายถึง การมีการจัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในระดับสูงโดยใช้ต้นทุนต่ำ รวมทั้งการจัดหาแรงงาน ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานและการผลิต การสร้างแรงจูงใจกับพนักงานเพื่อให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

2.2.6 ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Customer Satisfaction) หมายถึง การมีการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการอย่างครบครัน การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนกับลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงมีสถานที่เพื่อสร้างบรรยากาศภายในองค์กรที่ดีและการสร้างความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

ความยืดหยุ่นองค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เนื่องจากองค์กรจะต้องสร้างความยืดหยุ่นองค์กรให้มีความสามารถในการปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดมศักดิ์ พิมพ์พาศรี (2552) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงทรัพยากรและด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์แตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มียอดขายต่อปีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงกระบวนการ และด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า

1) ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการองค์กร ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเครือข่ายของระบบสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทาง การแข่งขัน ด้านความเร็วใน

การตอบสนองของลูกค้า ด้านวงจรการพัฒนาสินค้า ด้านการปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านความเร็วในการขนส่งและจัดจำหน่าย 2) ความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงทรัพยากรและด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความเร็วในการตอบสนองของลูกค้า ด้านวงจรการพัฒนาสินค้า ด้านการปรับปรุงสินค้าและบริการและด้านความเร็วในการขนส่งและจัดจำหน่าย และ 3) ศักยภาพทางด้านการสร้างความไว้วางใจด้านชื่อเสียง ด้านภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และด้านสัญญาล่วงหน้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความเร็วในการตอบสนองของลูกค้า ด้านวงจรการพัฒนาสินค้า ด้านการปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านความเร็วในการขนส่งและจัดจำหน่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภากร นิลฉาย (2549) พบว่า ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงทรัพยากร ด้านความยืดหยุ่นเชิงกระบวนการ ด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์ และผลการดำเนินงานโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนที่มีประเภทกลุ่มอุตสาหกรรมแตกต่างกัน จำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความเห็นเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่นเชิงทรัพยากร ด้านความยืดหยุ่นเชิงกระบวนการ และด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ตามสถานการณ์แตกต่างกัน และระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ด้านความยืดหยุ่นเชิงทรัพยากร และด้านความยืดหยุ่นเชิงกระบวนการแตกต่างกัน โดยสรุปความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความยืดหยุ่นองค์กรมีผลต่อประสิทธิผลผลการดำเนินงาน จึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : ความยืดหยุ่นองค์กรมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลผลการดำเนินงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จำนวน 17,110 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2558 : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 126 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องครบถ้วน คิดเป็นร้อยละ 31.5 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความยืดหยุ่นองค์กรเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการปฏิบัติการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปรับตัวในการทำงานอย่างต่อเนื่อง มีความสามารถในการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมถึงการยอมรับและพร้อมที่จะปรับตัวด้วยการพัฒนาทักษะหรือความสามารถในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง 2) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ

โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดหาหรือการเข้าถึงและใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสม การแสวงหาแหล่งเงินทุนเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 3) ด้านโครงสร้างองค์กร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสายการบังคับบัญชาและการประสานงานภายในองค์กรให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงเพื่อรักษาและคงไว้ซึ่งการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและการให้ความสำคัญกับปฏิภณของบุคลากรที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงมีการเตรียมความพร้อมในการปรับโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจ และ 4) ด้านเทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดหาและการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี วิธีการใช้เทคโนโลยี และการนำแนวคิดใหม่ๆ มาใช้หรือประยุกต์ใช้อย่างมีระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ประสิทธิผลการดำเนินงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเจริญเติบโตขององค์กร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการขยายตลาดใหม่หรืออย่างน้อยรักษาลูกค้าหลักๆ ของกิจการไว้ได้อย่างต่อเนื่อง สร้างความโดดเด่นและการคิดริเริ่มนำสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถอยู่รอดได้เมื่อต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา 2) ด้านการได้มาซึ่งทรัพยากรทางการเงินเพียงพอ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีเทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัยสามารถทำให้เกิดสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ 3) ด้านนวัตกรรม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การคิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้ดีขึ้น มีการนำเสนอบริการและคิดค้นกระบวนการปฏิบัติงานใหม่ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน 4) ด้านความสามารถในการปรับตัว จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปรับขบวนการดำเนินงานได้ภายใต้เงื่อนไขต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปในส่วนของคู่แข่ง พลังงาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีผลการดำเนินงานที่ดีแม้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง สามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อโต้ตอบคู่แข่ง 5) ด้านผลิตภาพ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในระดับสูงโดยใช้ต้นทุนต่ำ รวมทั้งการจัดหาแรงงาน ที่นำมาใช้ในการดำเนินงานและการผลิต การสร้างแรงจูงใจกับพนักงานเพื่อให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และ 6) ด้านความพึงพอใจของผู้รับบริการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้ให้บริการอย่างครบครัน การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนกับลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงมีสถานที่เพื่อสร้างบรรยากาศภายในองค์กรที่ดีและการสร้างความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อองค์กร

3.3 คุณภาพของเครื่องมือที่วัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation Correlation ซึ่งความยืดหยุ่นองค์กร มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.449 - 0.803 ประสิทธิผลการดำเนินงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.525 - 0.854 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally and Bernstein (1978 : 245) ได้เสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความยืดหยุ่นองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.789 - 0.923 ประสิทธิผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.851 - 0.945 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally and Bernstein (1978 : 245) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นตามทฤษฎี

ของ Cronbach ซึ่งแนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรกับประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Operational Effectiveness} = \beta_0 + \beta_1 \text{FFO} + \beta_2 \text{FFF} + \beta_3 \text{FFS} + \beta_4 \text{FFT} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความยืดหยุ่นองค์กรกับประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

ตัวแปร	OE	FFO	FFF	FFS	FFT	VIFs
$\bar{X}$	4.00	4.22	4.06	4.06	4.54	-
S.D.	0.46	0.53	0.55	0.56	0.46	-
OE	1.000	0.724*	0.496*	0.630*	0.622*	-
FFO		1.000	0.707*	0.728*	0.595*	2.961
FFF			1.000	0.624*	0.404*	2.179
FFS				1.000	0.602*	2.558
FFT					1.000	1.735

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความยืดหยุ่นองค์กร มีค่าตั้งแต่ 1.753 - 2.961 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวม
ของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

ความยืดหยุ่นองค์กร	ประสิทธิผลการดำเนินงาน โดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความ คลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	0.570	0.275	2.071	0.040*
ด้านการปฏิบัติการ (FFO)	0.412	0.084	4.930	0.000*
ด้านการเงิน (FFF)	-0.042	0.069	-0.600	0.549
ด้านโครงสร้างองค์กร (FFS)	0.095	0.074	1.282	0.202
ด้านเทคโนโลยี (FFT)	0.324	0.074	4.370	0.000*
F = 30.680 p = 0.000 Adj R ² = 0.599				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความยืดหยุ่นองค์กร ด้านการปฏิบัติการ และด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลการดำเนินงานโดยรวม เนื่องจากการดำเนินธุรกิจจะต้องมีความยืดหยุ่นองค์กรในการปรับตัวในการทำงานอย่างต่อเนื่องการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กรรวมถึงการยอมรับและพร้อมที่จะปรับตัวด้วยการพัฒนาทักษะหรือความสามารถในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และในปัจจุบันเทคโนโลยีมีบทบาทมากขึ้นองค์กรจึงต้องมีความสามารถในการจัดหาและการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี วิธีการใช้เทคโนโลยี และการนำแนวคิดใหม่ๆ มาใช้หรือประยุกต์ใช้อย่างมีระบบเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการติดตามการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีเพื่อให้ตอบสนองต่อการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดประสิทธิผลการดำเนินงานในการขยายตลาดใหม่ มีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการคิดค้นสินค้าหรือบริการใหม่ๆ การแสวงหาทรัพยากรทางการเงินที่เพียงพอมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เทคโนโลยี เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ความทันสมัย และการจัดหาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพในระดับสูงโดยใช้ต้นทุนต่ำรวมทั้งการจัดหาแรงงาน ทุน และความสามารถในปรับตัวของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Rudd et al (2008) พบว่า ความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ในการปฏิบัติการองค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานต่างๆ ทั้งในการผลิตสินค้าการบริหารจัดการ และเปลี่ยนแปลงการทำงานของพนักงานในองค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อจะนำมาวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้ใช้งานได้อย่างเกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีการสร้างทางเลือกให้มีความหลากหลายเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการวิวัฒนาการของผลิตภัณฑ์หรือบริการและแนวทางการปฏิบัติงานในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งทำให้ธุรกิจมีความเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและคาดเดาไม่ได้ และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยอุดมศักดิ์ พิมพ์พาศรี (2552) พบว่า ศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการให้ข้อมูลที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้องรวดเร็วครบถ้วนส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในการใช้บริการซึ่งเทคโนโลยีนั้นมีบทบาทคือช่วยในการปฏิบัติงานทำให้บริษัทสามารถให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องโดยที่ลูกค้าไม่ต้องถามหาพนักงานคนเดิมตลอดเวลาไม่ต้องเสียเวลาเล่าเรื่องย้อนหลังให้พนักงานฟังไม่ต้องโอนสายกลับไปกลับมา เพื่อหาคนตอบคำถามในเรื่องราวต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะนำไปสู่

การปรับปรุงสินค้าและบริการตลอดจนการพัฒนาสินค้า และการขนส่งสินค้าที่ครบวงจรมากขึ้น โดยเน้นความ สะดวกสบายที่สุดสำหรับผู้บริโภคเป็นสำคัญ ส่งผลให้สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ได้อย่างรวดเร็วขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการวิจัยถึงผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กร ที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ของธุรกิจในกลุ่มอื่นๆ ที่มีการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

5.1.2 ควรมีการศึกษาวินัยผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่องานประสิทธิผลการดำเนินงาน เช่น โครงสร้างองค์กร เพื่อวัดถึงผลที่เกิดจากการวางแผนการสร้างความยืดหยุ่นองค์กร ด้านอื่นๆ เพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพให้กับองค์กรต่อไป

5.1.3 ควรศึกษาผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานกับกลุ่ม ตัวอย่างอื่นหรือหน่วยงานต่างๆ เช่น ธุรกิจ SMEs ธุรกิจอุตสาหกรรม หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น เพื่อศึกษาผลการวิจัย ว่าหน่วยงานต่างๆ ซึ่งดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานเป็นอย่างไร

5.1.4 ควรมีการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีผลกระทบต่อการสร้างความยืดหยุ่นองค์กรของธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

5.1.5 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผล การดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย เพื่อจะทำให้ธุรกิจทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็ง ของปัญหา และอุปสรรค เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับด้านการปฏิบัติการ โดยการให้ความสำคัญกับการปรับตัว ในการทำงานอย่างต่อเนื่องของพนักงาน มีการเตรียมความพร้อมในการปรับตัวด้วยการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งเสริมให้พนักงานติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร และการฝึกให้พนักงานมีการปรับตัวเพื่อให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

5.2.2 ผู้บริหาร ควรสนับสนุนเกี่ยวกับด้านโครงสร้างองค์กร โดยการส่งเสริมให้มีการติดต่อประสานงาน ภายในองค์กรทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงการปรับเปลี่ยนสายการบังคับบัญชาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ในองค์กร และการเตรียมความพร้อมในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรหากเกิดปัญหาขึ้นกับองค์กร

5.2.3 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี โดยการจัดหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการ ดำเนินงานภายในองค์กร มีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีและวิธีการใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ตอบสนองต่อการแข่งขัน และส่งเสริมให้พนักงานนำแนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน

5.2.4 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการเงิน เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิผล การดำเนินงานในอนาคต โดยการใช้ทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสมเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง ขององค์กรที่อาจเกิดขึ้นได้การหาเงินทุนที่เพียงพอเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายได้และการจัดสรร ทรัพยากรทางการเงินไว้อย่างเหมาะสมหากเกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจต่างๆ

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาผลกระทบของความยืดหยุ่นองค์กรที่มีต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า ความยืดหยุ่นองค์กร ด้านการปฏิบัติการ และด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารควรให้ความสำคัญกับความสามารถปรับตัวได้อย่างต่อเนื่อง มีการติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร และมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมปรับตัวสำหรับการพัฒนาทักษะความสามารถในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง อีกทั้งเป็นการตอบสนองต่อการแข่งขันและช่วยเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจให้เหนือกว่าธุรกิจอื่นซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จและมีความเจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2552). *แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2556*. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.mict.go.th/view/1>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2557). *จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ ICT*. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.dbd.go.th/main.php?filename=intro_moc3in1
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ประภากร นิลผาย. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วงเดือน เชิงหอม. (2555). *การศึกษาปัจจัยที่กำหนดความต้องการชำระภาษีของผู้มีหน้าที่เสียภาษีในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลสำนักบก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สมาคมธุรกิจคอมพิวเตอร์ไทย. (2557) *ICT_market share*. ค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.atci.or.th/ict_market1.php
- อุดมศักดิ์ พิมพ์พาศรี. (2552). *ผลกระทบของศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์และศักยภาพทางด้านการสร้างความไว้วางใจที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumer, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.
- Arnold, H. J., & Feldman, D.C. (1986). *Organizational behavior*. New York : McGraw-Hill,
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1978). *Psychometric theory* (2th ed.). New York : McGraw-Hill.
- Rudd, J. M., Greenley, G. E., Beatson, A. T., & Lings, I. N. (2008). Strategic planning flexibility and firm performance : the moderating role of environmental dynamism. *Journal of Business Research*. 61, :99-108.

ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน
ของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์
ในประเทศไทย

Effects of Information Technology Skills on Job Performance of Information
Technology Executive of Computer Manufacturing and Assembly
Businesses in Thailand

วรินทร์ นนทะชัย^{*} ขจิต ณาพสินธุ์² และรัตนาวดี สอนธิประสาธ³

Warinrat Nonthachai^{*} Khajit Na Kalasin² and Rattanawadee Sonthiprasat³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย จำนวน 154 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลวิจัย พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านการใช้สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของตนเองและบุคลากรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต และสามารถนำทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีเพื่อกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

คำสำคัญ : ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการปฏิบัติงาน และธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์
ในประเทศไทย

^{*} นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{*} Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This study aimed to investigate the effects of information technology skills on job performance of information technology executive of computer manufacturing and assembly businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 154 information technologies executive. The statistics used for data analyzing were multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that the information technology skills in aspect of the using internet and the using information had positive relationships with and effects on the job performance. Therefore, executives should focus on information technology skills by developing themselves and staffs to be ready for the change of technology in the future. Also, information technology skills implementation planning a policy about information technology will contribute to effective performance and benefit to organization.

Keywords : Information Technology Skills, Job Performance and Computer Manufacturing and Assembly Businesses in Thailand

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้มีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการระบบงานต่างๆ ช่วยในการกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ การวางแผนการดำเนินงาน การตรวจสอบ การวิเคราะห์ปัญหา และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องการความรวดเร็วในการดำเนินงาน เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีการพัฒนาให้สามารถตอบสนองการทำงานในองค์กรธุรกิจมากขึ้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเหล่านี้มาช่วยให้การดำเนินงานด้านต่างๆ จะเพิ่มศักยภาพและความสามารถของธุรกิจให้เหนือคู่แข่ง เช่น การวางแผน การติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจ และการจัดการ เป็นต้น (พรพิชิต โพธิ์ศรี, 2559 : 1-3) นอกจากนี้ เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กรปัจจุบันในการช่วยเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพในการทำงาน และสามารถนำมาจัดการระบบสารสนเทศให้เป็นระเบียบสร้างความสะดวกรวดเร็วขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่จะก้าวทันเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันได้นั้นองค์กรธุรกิจต้องเตรียมตัวให้พร้อมในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การทำความเข้าใจบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อองค์กร การพิจารณาความต้องการด้านสารสนเทศขององค์กร และยังประกอบไปด้วย การเตรียมบุคลากรทุกระดับผู้บริหารตลอดจนผู้ปฏิบัติงานให้ตระหนักถึงความสำคัญ และความจำเป็นที่จะต้องใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงาน (พรณี สัมเชื้อ, 2553 : 1) ดังนั้น ความพร้อมของบุคลากรที่จะรองรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้จึงจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งบุคลากรที่มีทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถทำให้การพัฒนากระบวนการต่างๆ ในองค์กรเกิดประสิทธิภาพได้

ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Skills) เป็นความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคคลในด้านการออกแบบระบบ การติดตั้งระบบ การเลือกใช้อุปกรณ์ บำรุงรักษาและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยลักษณะงานในองค์กรธุรกิจมีความหลากหลายในปัจจุบันล้วนแต่เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดตามความต้องการขององค์กรได้ ซึ่งด้านทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศที่บุคลากรในองค์กรควรมีเพื่อ

ใช้ในการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Using Mobile Phone) ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ (Using Computer) ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (Using Package Software) ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต (Using Internet) และด้านการใช้สารสนเทศ (Using Information) เป็นต้น (Wosu, 2008 : 86-90) ดังนั้น ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศจึงเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นในการปฏิบัติงานแต่หากองค์กรไม่มีบุคลากรที่มีคุณภาพในการปฏิบัติงานนั้นย่อมทำให้การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการทำงานไม่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรซึ่งการทราบถึงผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กรจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก เพื่อจะได้จัดสรรบุคลากรให้เข้ากับลักษณะงานทำให้ได้ผลงานมีคุณภาพและเป็นประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance) เป็นศักยภาพในการทำงานของบุคลากรแต่ละบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานนั้นจะทำให้องค์กรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงทิศทางในการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรได้ ซึ่งเป็นกระบวนการในการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรแต่ละคน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงานนั้น ซึ่งแต่ละองค์กรบุคลากรจะมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานเป็นอย่างมากและจะช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรก้าวไปถึงเป้าหมายที่วางไว้ (นิศาชล โทแก้ว, 2556) อีกทั้งยังเป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติงานในอนาคต และช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรมีผลการดำเนินงานที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการปฏิบัติงานนั้นมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านงานเสร็จทันตามกำหนด (Timely Finishing Job) ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ด้านงานได้ตามเป้าหมาย (Goal Achievement) และด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ (Presenting and Creativity) เป็นต้น (ยุดา รักไทย และ วิรุฒ มาพะศิริานนท์, 2545 : 147) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หากมีการประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์นั้น

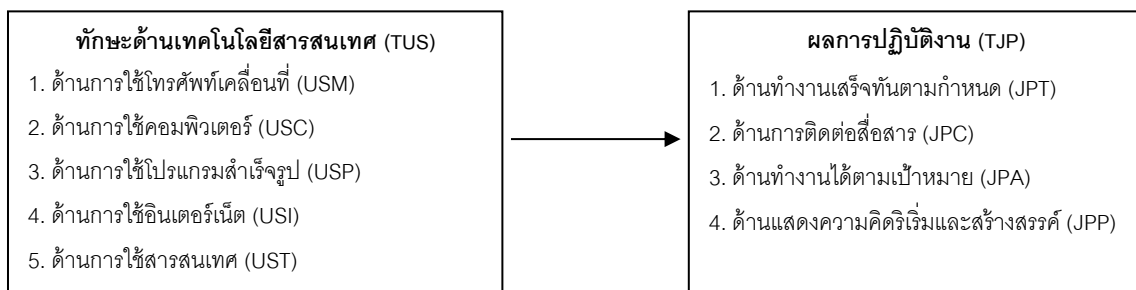
ธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ (Computer Manufacturing and Assembly Business) เป็นธุรกิจที่ทำการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล และเครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย รวมทั้งการประกอบคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่อพ่วง และอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2558 : เว็บไซต์) ซึ่งธุรกิจเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศไทย ทั้งนี้ อัตราการเติบโตของธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 11.4 มูลค่ารวมทั้งสิ้น 51,954 ล้านบาท (สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย, 2558 : เว็บไซต์) ส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่เป็นตัวผลักดันให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ คือ เทคโนโลยีสารสนเทศและการมีบุคลากรที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงาน และปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ จำเป็นต้องมีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพราะเป็นผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลรับผิดชอบทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศในองค์กร เช่น มาตรฐาน กฎเกณฑ์ โครงสร้าง งบประมาณ และกระบวนการให้ความรู้แก่บุคลากร เป็นต้น ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาทั้งความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งทั้งภายใน และภายนอกเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ (จันธิดา ผ่านสอน, 2553: 3-4) โดยสร้างความเชื่อถือให้กับหน่วยงานเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นผู้วางแผนทั้งในระดับแผนกลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการ รวมถึงงบประมาณด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนาธุรกิจให้ดำเนินงานได้มีประสิทธิภาพด้วยเหตุนี้ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหาร จึงส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งสิ้นในธุรกิจนั้นๆ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของธุรกิจกอล์ฟและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจกอล์ฟและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้บริหาร ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้เข้าใจและเห็นความสำคัญของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการวางแผนและพัฒนาทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบกับผลการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ โมเดลของการประยุกต์ใช้เครือข่ายทางสังคมและคุณภาพชีวิต



2.1 ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Skills)

2.1.1 ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Using Mobile Phone) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลแบบมัลติมีเดีย การเชื่อมต่อสัญญาณ อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังอินเทอร์เน็ต การใช้สัญญาณบลูทูธเครือข่ายไร้สาย เพื่อรับ-ส่งข้อมูล เพื่อเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมทั้งสามารถใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นเครื่องมือช่วยในการติดต่อสื่อสารและการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2 ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ (Using Computer) หมายถึง ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์อย่างถูกวิธี การใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์บันทึกข้อมูลต่างๆ การใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงประเภทต่างๆ และการดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์

2.1.3 ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (Using Package Program) หมายถึง ความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ในการปฏิบัติงาน เช่น ด้านโปรแกรมสำนักงาน ด้านโปรแกรมอรรถประโยชน์ ด้านโปรแกรมกราฟิก และด้านโปรแกรมมัลติมีเดีย เป็นต้น

2.1.4 ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต (Using Internet) หมายถึง ความสามารถในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมค้นดูเว็บ การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้โปรแกรมสนทนา การเชื่อมโยงเปลี่ยนแปลงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตกับข้อมูลที่มีอยู่ในคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

2.1.5 ด้านการใช้สารสนเทศ (Using Information) หมายถึง ความสามารถในการใช้สารสนเทศเพื่อวางแผนและตัดสินใจ คิดออกแบบ สร้างสรรค์ ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลงานจากสารสนเทศที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย

2.2. ผลการปฏิบัติงาน (Job Performance)

2.2.1 ด้านทำงานเสร็จทันตามกำหนด (Timely Finishing Job) หมายถึง การวางแผนการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้เสร็จทันก่อนกำหนดหรือภายในระยะเวลาที่ตั้งไว้และผลงานที่ปฏิบัติออกมานั้นมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของตนด้วยความรวดเร็ว แม่นยำ เพื่อให้สำเร็จด้วยดีเป็นที่ประทับใจแก่เพื่อนร่วมงาน

2.2.3 ด้านทำงานได้ตามเป้าหมาย (Achieving in Job Goals) หมายถึง การปรับตัวให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนนโยบายขององค์กร สามารถนำเอาทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการทำงานให้ได้ตามความต้องการขององค์กร และสามารถพัฒนาศักยภาพการทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

2.2.4 ด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ (Presenting and Creativity) หมายถึง มีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาความคิดแปลกใหม่ นำมาใช้ในการปฏิบัติงานของตนเองมีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จนเกิดเป็นทักษะในการทำงาน และมีแนวความคิดเชิงบวกเพื่อนำพัฒนางานให้กับองค์กร

สมมุติฐานการวิจัย : ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน

H₁: ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

H₂: ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

H₃: ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

H₄: ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

H₅: ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย จำนวน 409 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558 : เว็บไซต์) จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทธุรกิจ ได้แก่ การผลิตคอมพิวเตอร์และประกอบคอมพิวเตอร์ จำนวน 310 คน การผลิตอุปกรณ์จัดเก็บข้อมูล จำนวน 38 คน การผลิตจอคอมพิวเตอร์ จำนวน 18 คน และการผลิตอุปกรณ์ต่อ

พ่วงอื่นๆ จำนวน 43 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 409 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมดจำนวน 154 ชุด เป็นอัตราตอบกลับที่ตอบสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 37.65 ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ Aaker, Kumar, and Day (2001) รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 51 วัน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับหมายถึง ความรู้ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลแบบมัลติมีเดีย การเชื่อมต่อสัญญาณ อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังอินเทอร์เน็ต การใช้สัญญาณบลูทูธ เครือข่ายไร้สายเพื่อรับ-ส่งข้อมูล เพื่อเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์อย่างถูกต้อง การใช้อุปกรณ์ฮาร์ดแวร์ อุปกรณ์บันทึกข้อมูลต่างๆ การใช้อุปกรณ์ต่อพ่วงประเภทต่างๆ และการดูแลรักษาเครื่องคอมพิวเตอร์ 3) ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ ในการปฏิบัติงาน เช่น ด้านโปรแกรมสำนักงาน ด้านโปรแกรมรรถประโยชน์ ด้านโปรแกรมกราฟิก และด้านโปรแกรมมัลติมีเดีย เป็นต้น 4) ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ ความสามารถในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต การใช้โปรแกรมค้นดูเว็บ การใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ การใช้โปรแกรมสนทนา การเชื่อมโยงเปลี่ยนแปลงข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตกับข้อมูลที่มีอยู่ในคอมพิวเตอร์และเครือข่าย และ 5) ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการใช้สารสนเทศเพื่อวางแผนและตัดสินใจ คิดออกแบบ สร้างสรรค์ ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลงานจากสารสนเทศที่มีอยู่เพื่อปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย

ผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านทำงานเสร็จทันตามกำหนด จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวางแผน การทำงาน และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้เสร็จทันก่อนกำหนดหรือภายในระยะเวลาที่ตั้งไว้และผลงานที่ปฏิบัติออกมานั้นมีประสิทธิภาพ 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของตนด้วยความรวดเร็ว แม่นยำ เพื่อให้สำเร็จด้วยดีเป็นที่ประทับใจแก่เพื่อนร่วมงาน 3) ด้านทำงานได้ตามเป้าหมาย จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปรับตัวให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนนโยบายขององค์กร สามารถนำเอาทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการทำงานให้ได้ตามความต้องการขององค์กร และสามารถพัฒนาศักยภาพการทำงานให้ได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ 4) ด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาความคิดแปลกใหม่ นำมาใช้ในการปฏิบัติงานของตนมีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจนเกิดเป็นทักษะในการทำงาน และมีแนวความคิดเชิงบวกเพื่อนำพัฒนางานให้กับองค์กร

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.439 - 0.915 และผลการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.444 - 0.949 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าการทดสอบอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.846 - 0.956 และผลการปฏิบัติงานมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.828 - 0.961 ซึ่งสอดคล้องกับ

Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach แนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{Job Performance} = \beta_0 + \beta_1\text{USM} + \beta_2\text{USC} + \beta_3\text{USP} + \beta_4\text{USI} + \beta_5\text{UST} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย และทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย สามารถสรุปผลวิจัยได้ ดังนี้

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมและเป็นรายด้านของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (USM)	3.95	0.58	มาก*
2. ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ (USC)	3.97	0.53	มาก*
3. ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (USP)	3.83	0.53	มาก*
4. ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต (USI)	4.04	0.50	มาก*
5. ด้านการใช้สารสนเทศ (UST)	3.81	0.62	มาก*
โดยรวม	3.96	0.46	มาก*

* $\bar{X} = 3.81 - 4.04$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหาร มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวม ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต และด้านการใช้สารสนเทศ อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เทคโนโลยีสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และยังมีการปรับปรุงเครื่องใช้ที่เป็นประโยชน์กับงานอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น เพราะเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานให้เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ปัญหา การตรวจสอบ การกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์การวางแผนในการดำเนินงาน และเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนิสาร์ตน์ เชาว์ปรีชา (2556 : 2) พบว่า นักบริหารยุคใหม่ต้องเข้าใจถึงประโยชน์ของการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาส่งเสริมศักยภาพในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานของผู้บริหารจะส่งผลให้องค์กรสามารถ

ดำเนินงานโดยไม่เสียเปรียบคู่แข่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพนี สัมเชื้อ (2553 : 1-4) พบว่า ในปัจจุบันและอนาคตเทคโนโลยีสารสนเทศจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้แก่องค์กร โดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและบริการ สร้างความสัมพันธ์และการแข่งขัน องค์กรจึงจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหาร เพื่อสามารถนำเอาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานในองค์กร ดังนั้นเทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารเป็นอย่างมาก

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน โดยรวมและเป็นรายด้าน ของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

ผลการปฏิบัติงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านงานเสร็จทันตามกำหนด (JPT)	3.92	0.54	มาก*
2. ด้านการติดต่อสื่อสาร (JPC)	4.03	0.53	มาก*
3. ด้านงานได้ตามเป้าหมาย (JPA)	4.00	0.51	มาก*
4. ด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ (JPP)	3.94	0.54	มาก*
โดยรวม	3.97	0.46	มาก*

* $\bar{X} = 3.92 - 4.03$ หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหาร มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านงานเสร็จทันตามกำหนด ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านงานได้ตามเป้าหมาย และด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ผลการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าบุคลากรสามารถปฏิบัติหน้าที่ของตนตามที่องค์กรคาดหวังได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพียงใด เพื่อจะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาของบุคลากรให้เหมาะสมในอนาคตต่อไป ให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรได้ และเป็นกระบวนการในการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงาน และจะช่วยให้การบริหารจัดการองค์กรมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจนา แข็งขัน (2551 : บทคัดย่อ) พบว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะทิศทางขององค์กรจะแปรผันไปตามความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหาร หากองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความรอบรู้และมีความสามารถในการบริหารงานทำให้ ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพแล้วนั้น จะทำให้องค์กรนั้นมีการบริหารที่มีคุณภาพและประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรระบุไว้ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสา แจ่มใส (2555 : 2) พบว่า องค์ประกอบสำคัญในการบริหารองค์กรให้บุคลากรปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างเต็มความสามารถ โดยสามารถทำงานได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้นั้นผู้บริหารต้องให้ความสำคัญในการวัดประเมินผลงานของผลการปฏิบัติงานทั้งในด้านความประหยัด ความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลประกอบด้วยเพื่อสามารถกำหนดแนวทางในการบริหารงานในอนาคต

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับผลการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TJP	USM	USC	USP	USI	UST
$\bar{X}$	3.97	3.95	3.97	3.83	4.04	3.81
S.D.	0.46	0.58	0.53	0.53	0.50	0.62
TJP	-	0.411*	0.495*	0.499*	0.547*	0.525*
USM		-	0.679*	0.524*	0.546*	0.511*
USC			-	0.746*	0.730*	0.563*
USP				-	0.748*	0.716*
USI					-	0.660*
UST						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ(Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบด้วยค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการประยุกต์ใช้เครือข่ายทางสังคม มีค่าตั้งแต่ 0.411 – 0.525 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับผลการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

การประยุกต์ใช้เครือข่ายทางสังคม	คุณภาพชีวิตโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.709	0.263	6.494	0.000*
ด้านการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ (USM)	0.043	0.073	0.590	0.556
ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ (USC)	0.109	0.105	1.032	0.304
ด้านการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (USP)	0.004	0.106	0.036	0.971
ด้านการใช้อินเตอร์เน็ต (USI)	0.229	0.101	2.262	0.025*
ด้านการใช้สารสนเทศ (UST)	0.190	0.074	2.567	0.011*

F = 16.637 p = 0.000 Adj R² = 0.338

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้อินเตอร์เน็ต ด้านการใช้สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบ เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม และด้านแสดงความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ เนื่องจาก ข้อมูลและสารสนเทศในปัจจุบันมีมากขึ้นและจากหลายแหล่งที่มา จึงจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สารสนเทศ

นั้นให้อย่างละเอียด ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้บริหารที่ต้องใช้สารสนเทศ ดังนั้นความสามารถในการใช้สารสนเทศเพื่อการวางแผนและตัดสินใจในการทำงาน รวมทั้งการใช้สารสนเทศที่มีสร้างความคิดริเริ่มและสร้างสรรค์ในการคิดออกแบบชิ้นงาน การรวบรวมจัดเก็บ การวินิจฉัยความน่าเชื่อถือของข้อมูล และสามารถนำเสนอสารสนเทศที่มีคุณภาพ จะส่งผลให้งานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณี ลีกิจวัฒน์ (2551 : 38-40) พบว่าผู้บริหารมีความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนมีความสามารถในการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จะสามารถชี้แนะแนวทาง ตลอดจนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งหมายความว่าหากผู้บริหารมีความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนมีความสามารถในการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับมากก็จะทำให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากตามไปด้วย การคิดบริหารงานนั้นจำเป็นต้องมีความคิดริเริ่มที่แปลกใหม่เพื่อให้สามารถปรับแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องไปกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เชนนิจ ปรีเปรม (2554 : 88-91) พบว่า ผู้บริหารมีความสามารถในการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตด้วยโปรแกรมช่วยในการสืบค้น เช่น Google, Yahoo และ Sanook เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทันสมัย รวดเร็ว ตามความต้องการ จะทำให้การบริหารงานและตัดสินใจของผู้บริหารมีประสิทธิภาพ เพราะการบริหารอยู่บนสารสนเทศที่เป็นปัจจุบันเสมอ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานโดยใช้ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้งานวิจัยมีหลากหลายมากขึ้น

5.1.2 ควรศึกษาองค์ประกอบด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ และผลกระทบกับผลการปฏิบัติงาน เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้บริหารในแต่ละด้าน เพื่อให้องค์กรนำปัญหา และอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็นรวมทั้งศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลการปฏิบัติงานได้

5.1.4 ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารซึ่งจะทำให้องค์กรทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.1.5 ควรมีการเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth - interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการขององค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งจะช่วยให้การปฏิบัติงานมีความสะดวก และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

5.2.2 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้สารสนเทศ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้บริหารที่ต้องใช้สารสนเทศ เพื่อการวางแผนและตัดสินใจในการทำงานตลอดจนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2.3 ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับผลการปฏิบัติงาน ด้านทำงานเสร็จทันตามกำหนด ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านทำงานได้ตามเป้าหมาย และด้านแสดงความริเริ่มและสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพในการทำงานของพนักงาน ให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายขององค์กร

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจพลศึกษาและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทยจากผลการศึกษา พบว่าทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการใช้อินเทอร์เน็ต และด้านการใช้สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของตนเองและบุคลากรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคต และสามารถใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา การตัดสินใจ และการวางแผน กำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2558). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของประเทศไทย พ.ศ. 2552-2559. ค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://www.mict.go.th/view/1>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์. ม.ป.ป. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2558, จาก http://www.dbd.go.th/main.php?filename=intro_moc3in1
- เชมนิจ ปรีเปรม. (2554). สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับการบริหารระบบสารสนเทศของผู้บริหารสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันธิดา ผ่านสอน. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับประสิทธิผลในการบริหารของผู้อำนวยการสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิสา แจ่มใส. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างความเชี่ยวชาญทางการบัญชีกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญา บัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิศารัตน์ เชาวรีปรีชา. (2556). การพัฒนาการบริหารระบบสารสนเทศของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พรพิชิต โพธิ์ศรี. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- พรณี ลีกิจวัฒน์. (2551). *ทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศที่จำเป็นสำหรับบุคลากรตามความต้องการของสถานประกอบการในนิคมอุตสาหกรรม สังกัดการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. งานวิจัยสถาบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง,*
- พรณี สัมเชื้อ. (2553). *สมรรถภาพทางเทคโนโลยีสารสนเทศของครูในวิทยาลัยเทคนิคสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ยุดา รักไทย และวีรวิธ มาชะศิริวานนท์. (2554). *การบริหารผลการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ : เอ็กเปอร์เน็ท.*
- รจนา แข็งขัน. (2551). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการจัดการความรู้ที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย. (2558). *ICT_market share*, ม.ป.ป. ค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2558, จาก http://www.atci.or.th/ict_market1.php
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.
- Wosu, E. N. (2008). *Information systems/ technology skills needs for small versus large accounting firms in western pennsylvania*. Master of Business Administration University of New Orleans.

**ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
กับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย**
**Relationships between Information Technology Excellence Management and
Organizational Success of Auto Parts Manufacturing Businesses in Thailand**

ดวงหทัย ใจภักดี*, จรรยา สาวิถี², มณีรัตน์ วงษ์ชิม³

Duanghati Jaipakdee*, Charuay Savithi², Manirath Wongsim³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กร ของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 146 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จึงควรให้ความสำคัญกับการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในทุกด้านดังกล่าว เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำสำคัญ : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสำเร็จองค์กร และธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์
ในประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

The purpose of this research was to test the relationship between information technology excellence management and organizational success of auto parts manufacturing businesses in Thailand by using questionnaires to collect data from 146 information technology executive of auto parts manufacturing Businesses in Thailand. The statistics used for data analysis were analysis of multiple correlations and multiple regression analysis. Results showed that information technology excellence management technology strategy, operational plans, information system infrastructure and human resources development positively affected and correlated with organizational success. Therefore, information technology executive of auto parts manufacturing businesses in Thailand must undergo priority to the information technology excellence management for excellence in information technology.

Keywords : Information Technology Excellence Management , Organizational Success, Auto Parts Manufacturing businesses in Thailand

1. บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการผลิต มีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจ มีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้และการเข้าถึงข้อมูลเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร องค์กรที่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้จะมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและผลกำไรมากกว่าองค์กรที่ไม่มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้งาน การลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่วนใหญ่มีมูลค่าสูง ซึ่งการนำมาใช้ในองค์กรส่งผลกระทบแตกต่างกันออกไปตามประเภทของอุตสาหกรรม มีการนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายอุตสาหกรรมตลอดจนการทำให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนก็ต่างถูกกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานมากขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นทั้งภาครัฐและเอกชนผู้ประกอบการ หรือธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์จำเป็นต้องร่วมมือและรวมกลุ่มหาแนวทางในการปรับตัว เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย, 2556 : เว็บไซต์)

การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Excellence Management) ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ เนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กร ที่เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ทำให้การเข้าถึงข้อมูลมีความรวดเร็วการติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพ และช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานด้านต่างๆ โดยถ้าธุรกิจต่างๆ ไม่สามารถวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะทำให้ไม่สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับเอเชีย หรือในระดับโลกได้ รวมถึงอาจสูญเสียการเป็นผู้นำในอาเซียน ดังนั้น จะต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งองค์ประกอบการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศที่สำคัญ (พลพฐ ปิยวรรณ และสุภาพร เชิงเยี่ยม, 2552 : 11) ได้แก่ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ (Technology Strategy) ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน (Operational Plans) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Information System Infrastructure) ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resources Development) (ไพบุลย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เชนันนันทน์, 2551 : 237-238) โดยที่การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีความโดดเด่น รวมทั้งสามารถดำรงคุณภาพไว้ได้อย่างยั่งยืน

ความสำเร็จองค์กร (Organizational Success) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานของธุรกิจ บรรลุผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการที่จะบริหารองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้บริหารต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร และยังคงมีบทบาทในการสร้างบรรยากาศการทำงาน สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เพื่อความสำเร็จขององค์กรในอนาคตและจะต้องเกิดจากกระบวนการ ด้านการวางแผน สักการ ควบคุม และตัดสินใจ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยทุกบทบาทผู้บริหารต้องประยุกต์ใช้กระบวนการเหล่านี้ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยการใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหารมาวิเคราะห์และพยากรณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความเหมาะสมที่สุดภายใต้สภาวะการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น อันจะก่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กร โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในองค์กรขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหลายปัจจัย เช่น องค์กรและเป้าหมาย ผู้บริหาร ระดับสูง ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (วีระยุทธ จันทุม, 2557 : 24) ซึ่งการวัดความสำเร็จองค์กรสามารถประยุกต์ใช้การวัดประสิทธิผลองค์กร โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Goal Achievement) ด้านกำไร (Profit) ด้านความพร้อม (Readiness) ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) (วันชัย มีชาติ, 2550 : 320-359) ซึ่งหลักการวัดประสิทธิผลองค์กรนั้นพิจารณาความสำเร็จขององค์กรในหลายด้านประกอบกันจึงทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้สามารถพัฒนาปรับปรุง สภาพแวดล้อมภายในให้สอดคล้องกับกลยุทธ์องค์กรเลือกใช้มากขึ้น โดยทุกองค์กรควรคำนึงถึงโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์

ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ (Auto Parts Manufacturing Businesses) เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ของโลก โดยในปี 2557 มีปริมาณการผลิตรถยนต์ทั้งสิ้น 1.9 ล้านคัน มากเป็นอันดับที่ 12 ของโลก และเป็นอันดับที่ 1 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้มีความต้องการชิ้นส่วนยานยนต์ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก มีมูลค่าการส่งออกเฉพาะในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2558 คิดเป็นมูลค่ากว่า 5,515 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ คาดว่าจะขยายตัวกว่า 10% ภายใต้แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ปี 2555 - 2559 ซึ่งมีเนื้อหาครอบคลุมการพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อความเป็นเลิศทั้งในระดับอาเซียนและระดับโลก โดยมีการคาดการณ์กันว่าในปี 2558 ที่การเปิดเสรีอาเซียนเสร็จสมบูรณ์นั้น ประเทศไทยจะสามารถผลิตรถยนต์ป้อนตลาดได้ถึง 3 ล้านคัน ที่สำคัญการลงนามความร่วมมือภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community : AEC) จะนำมาซึ่งการลดอุปสรรคทางการค้าและกำแพงภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิก ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกและนำเข้าสินค้ายานยนต์ในอาเซียนโดยรวมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ คู่แข่งสำคัญของไทยในอาเซียน ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียและมาเลเซีย ซึ่งอินโดนีเซียมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนรถยนต์นั่งขนาดเล็กและรถอีโคคาร์เพื่อตอบสนองแนวโน้มยานยนต์ของโลก ขณะที่มาเลเซียก็มีนโยบายผลิตรถที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น รถไฮบริด หรือ รถใช้พลังงานไฟฟ้า การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economics Community : AEC) นั้น ถือเป็นแรงขับเคลื่อนที่ดีแก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการไทย เนื่องจากต้องพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้เชื้อเพลิง การใช้พลังงานทดแทนและพลังงาน

หมุนเวียน รวมทั้งแสวงหาแนวทางใหม่ๆ ในการใช้พลังงานทดแทน เช่น เอทานอล และไบโอดีเซล รวมถึงยานยนต์ที่ใช้มอเตอร์ในการขับเคลื่อน รวมถึงการพัฒนาลดน้ำหนักรถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ (สถาบันยานยนต์, 2558 : เว็บไซต์)

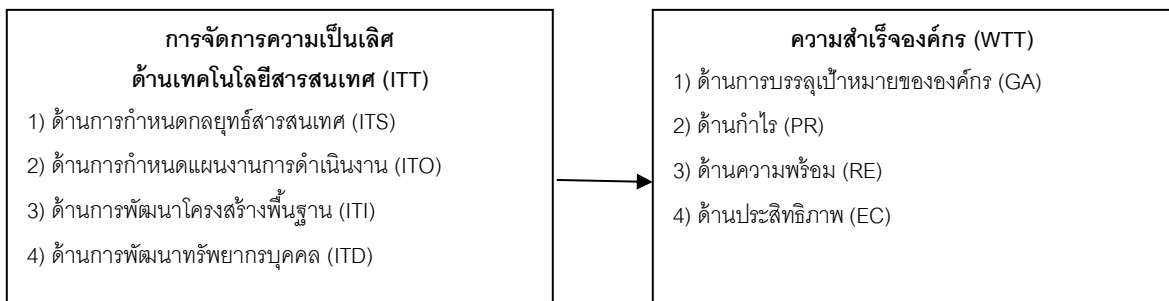
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็ขององค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์กับความสำเร็ขององค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาวางแผนและปรับปรุงเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้แก่กลุ่มธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์หรือกลุ่มอุตสาหกรรม ที่สนใจนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการผลิตของธุรกิจในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็ขององค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสำเร็องค์กร



2.1 การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Excellence Management) หมายถึง การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพให้ แก่องค์กรได้อย่างต่อเนื่อง (Laudon, 2007 : 21) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ (Information Technology Strategy) หมายถึง การกำหนดวิถิทางหรือข้อกำหนดการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุผลสำเร็ตามวัตถุประสงค์ โดยใช้กลยุทธ์ระบบสารสนเทศ และกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเครื่องมือสนับสนุนการดำเนินงาน

2.1.2 ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน (Operational Plans) หมายถึง การกำหนดโครงสร้างหน่วยงานสารสนเทศ กำหนดงานที่ทำ หน่วยงานที่รับผิดชอบ สายการบังคับบัญชา อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการปฏิบัติงานในองค์กร

2.1.3 ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Information System Infrastructure) หมายถึง การพัฒนาอุปกรณ์ ชุดคำสั่ง ระบบสื่อสารและจัดการข้อมูล ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดศักยภาพ และความยืดหยุ่นในการปรับตัวของงานสารสนเทศในองค์กร

2.1.4 ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resources Development) หมายถึง การพัฒนาบุคลากรในองค์กร ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และตื่นตัวในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ เพื่อให้การทำงานในหน่วยงาน มีความคล่องตัวขึ้น ทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร

2.2 ความสำเร็จองค์กร

ความสำเร็จองค์กร (Organizational Success) หมายถึง การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจ โดยอาศัยความรู้ความสามารถในการพัฒนาธุรกิจให้ก้าวหน้า (Ramazen and Serhat, 2009 : 92) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Goal Achievement) หมายถึง การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เมื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้แล้วทำให้ผลผลิตขององค์กรเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดและมีคุณภาพ

2.2.2 ด้านกำไร (Profit) หมายถึง ผลตอบแทนที่ผู้ดำเนินธุรกิจจะได้รับจากการดำเนินงานโดยเกิดจากผลต่างระหว่างรายได้ของธุรกิจและต้นทุนในการดำเนินงาน

2.2.3 ด้านความพร้อม (Availability) หมายถึง มีสภาพของอุปกรณ์ และระบบปฏิบัติการทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีทุกอย่างครบครัน สามารถที่จะใช้งานจากอุปกรณ์ และระบบปฏิบัติการได้โดยทันที และมีผู้บริหารจัดการหรือมีผู้ที่มีความสามารถต่อต้านการใช้งานจากอุปกรณ์ และระบบปฏิบัติการ เพื่อการปฏิบัติงานที่มีความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ และให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2.4 ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง เมื่อนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้แล้วสามารถใช้ทรัพยากรน้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้าหรือบริการอย่างเดียวกัน เพื่อลดอัตราการสูญเสีย ดังนั้น ในการวิจัยจึงมีสมมุติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร

H1 : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

H2 : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

H3 : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

H4 : การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จำนวน 1,578 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558 : เว็บไซต์) โดยกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยนี้ จำนวน 400 คน โดยการเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการ 1) ทำการจำแนกผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ตามสถานที่ตั้งของธุรกิจ 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ตามสัดส่วน 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามข้อ 2 โดยใช้วิธีจับสลาก ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามประเภทปลายปิด จำนวน 400 ชุด เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถามได้รับทั้งสิ้น 146 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 36.50 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดตัวอย่างเพียงพอในการนำไปใช้วิเคราะห์ข้อมูล รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 62 วัน นับตั้งแต่วันที่ 10 มีนาคม ถึง 10 พฤษภาคม 2559

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการวางแผนการจัดการเทคโนโลยีให้เป็นไปในทิศทางที่กำหนดและมีความสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร 2) ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความสำคัญในการสร้างช่องทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร การจัดระบบการทำงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสม 3) ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาระบบสารสนเทศ สมรรถนะ และความแม่นยำของระบบเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง 4) ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความสำเร็จองค์กร เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่

1) ด้านการบรรลุเป้าหมาย จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการควบคุมการดำเนินงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ได้วางไว้ 2) ด้านกำไร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับศักยภาพและความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านความพร้อม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการมีทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพและเพียงพอในการนำมาใช้ในการดำเนินงาน 4) ด้านประสิทธิภาพ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-Total Correlation ซึ่งการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.504 – 0.867 และความสำเร็จองค์กร มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.533 – 0.830 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.791 - 0.903 และความสำเร็จองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.783 - 0.877 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach แนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70 เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Organizational Success} = \beta_0 + \beta_1 \text{ITS} + \beta_2 \text{ITO} + \beta_3 \text{ITI} + \beta_4 \text{ITD} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย และทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรโดยรวมของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

ตัวแปร	WTT	ITS	ITO	ITI	ITD	VIFs
$\bar{X}$	4.09	4.17	4.17	4.19	4.12	-
S.D.	0.53	0.51	0.60	0.58	0.64	-
WTT	-	0.675*	0.683*	0.744*	0.777*	-
ITS		-	0.633*	0.686*	0.554*	2.038
ITO			-	0.760*	0.618*	2.610
ITI				-	0.662*	3.123
ITD					-	1.920

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าตั้งแต่ 1.920 – 3.123 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม ของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย

การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ความสำเร็จองค์กรโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.405	0.204	1.987	0.049*
ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ (ITS)	0.213	0.066	3.254	0.001*
ด้านการกำหนดแผนงานการดำเนินงาน (ITO)	0.091	0.063	1.433	0.154
ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (ITI)	0.209	0.071	2.948	0.004*
ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (ITD)	0.375	0.051	7.365	0.000*
F = 93.879 p = 0.000 Adj R ² = 0.719				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปสู่การอภิปรายผลที่สำคัญ ดังนี้

(1) **ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ** พบว่า ปัจจุบันนี้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์มีการแข่งขันกันสูงขึ้น เพราะมีสินค้าและบริการที่ออกมาวางจำหน่ายมีจำนวนที่สูงขึ้นจากเดิม รวมไปถึงการบริการของแต่ละองค์กรที่ต่างก็ทำการแข่งขันกันอย่างสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ทำให้ผู้ประกอบการและธุรกิจจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อทำให้ผลการดำเนินขององค์กรนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยเทคโนโลยีสารสนเทศก็เป็นอีกเครื่องมือในการสร้างขีดความสามารถขององค์กร ซึ่งองค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งก็มาจากการมีการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์ (2554 : 16) กล่าวว่า ผู้บริหารจะต้องสามารถประยุกต์เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์แก่ธุรกิจ และต้องตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรผู้บริหารต้องรับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้เกิดความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารที่จะประสบผลสำเร็จในอนาคต จึงควรต้องศึกษา และทำความเข้าใจในการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างแท้จริง

(2) **ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน** พบว่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นการจัดวางองค์ประกอบด้านเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลข้อมูล แล้วได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นสารสนเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramirez, Melville, and Lawer (2010 : 417 - 429) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การออกแบบกระบวนการใหม่ในการทำงานขององค์กร และมูลค่าทางธุรกิจ พบว่า การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ของบริษัทกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 228 บริษัท มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการออกแบบกระบวนการใหม่ในการทำงาน และผลการดำเนินงานของบริษัท การบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการออกแบบกระบวนการใหม่ในการทำงานทางธุรกิจ มีปฏิสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถในการผลิตของบริษัทและมูลค่าทางการตลาดด้วย อย่างไรก็ตามผลการศึกษาส่งทอนให้เห็นด้วยว่า

ปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นในระดับที่แตกต่างกันไปตามประเภทธุรกิจที่แตกต่างกันด้วย โดยสรุปผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนทางธุรกิจในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการออกแบบกระบวนการทำงานใหม่ขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมปัจจุบัน

(3) **ด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล** พบว่า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นกระบวนการในการพัฒนาคนให้มีความสามารถ ทักษะความชำนาญ ประสบการณ์ตลอดจนพัฒนาทัศนคติ ของผู้ปฏิบัติงานซึ่งจะทำให้ทรัพยากรบุคคลในองค์กรได้เพิ่มทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และนำไปปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุภาพร พิศาลบุตร (2545 : 21) กล่าวว่า ประโยชน์ที่จะได้รับจากการพัฒนาบุคลากรมีดังนี้ 1) การพัฒนาบุคคลช่วยให้ระบบวิธีการทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพราะเมื่อได้รับความรู้จากการฝึกอบรมก็จะสามารถนำเทคนิคและวิธีการใหม่ๆ ไปใช้ในการแก้ไขข้อบกพร่องปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ และมีการติดต่อประสานงานดีขึ้น 2) การพัฒนาบุคคลเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เกิดการประหยัด เมื่อได้รับการพัฒนาแล้ว ความผิดพลาดที่ก่อให้เกิดความสิ้นเปลืองเสียหายย่อมลดน้อยลง ทำให้ประหยัดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุที่ใช้ในการปฏิบัติงานได้ 3) การพัฒนาบุคคลช่วยลดเวลาในการเรียนงานให้น้อยลง เมื่อได้รับการพัฒนาแล้วจะสามารถปฏิบัติงานได้ดี และลดเวลามากกว่าที่จะต้องทำงาน และเรียนงานควบคู่กันไปในเวลาเดียวกัน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ธุรกิจทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรค เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข ต่อไป

5.1.2 ควรเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ผู้บริหารในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย เป็นต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับความแตกต่างหรือไม่ อย่างไร

5.1.3 ควรมีการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก การสัมภาษณ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นและได้รับข้อมูลที่หลากหลายประเภท สามารถนำมาวิเคราะห์งานวิจัยได้หลายลักษณะ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด

5.1.4 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ เช่น ศักยภาพในการดำเนินงาน และประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นต้น เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดแผนงานดำเนินงาน เพื่อเพิ่มความถูกต้อง ความแม่นยำ และความรวดเร็วทันต่อการนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5.2.2 ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมกับพนักงานในเรื่องกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจตรงกัน

5.2.3 ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญในการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสำเร็จองค์กร เพื่อจะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าต่อไป

5.2.4 ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยเฉพาะในด้านการเรียนรู้และพัฒนาของบุคลากรภายในองค์กร ซึ่งจะก่อให้เกิดผลการดำเนินงานและความสามารถทางการแข่งขันต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการความเป็นเลิศด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ จะต้องให้ความสำคัญกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การกำหนดกลยุทธ์สารสนเทศ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เพื่อให้องค์กรมีศักยภาพที่เหนือกว่าในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ รวมทั้งมีการเจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). *ฐานข้อมูลธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก <http://datawarehouse.dbd.go.th/bdw/menu/area.html>
- เจษฎา จันทไทย. (2557). *ผลกระทบของการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและการพัฒนางานที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโทรคมนาคมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ กจ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เชษฐธิตา กุศลไสยานนท์. (2550). *ผลกระทบของศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อ ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พลพฐ ปิยวรรณ และสุภาพร เชิงเอี่ยม. (2552). *ระบบสารสนเทศทางการบัญชี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : วิทยพัฒน์.
- ไพบุณย์ เกียรติโกมล และณัฐพันธ์ เขจรันนท์. (2551). *ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วันชัย มีชาติ. (2550). *การบริหารองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระยุทธ จันทุดม. (2557). *ผลกระทบของคุณภาพการปฏิบัติงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของสำนักงานบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ บข.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สถาบันยานยนต์. (2558). *แผนแม่บทอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ปี พ.ศ. 2555-2559*. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.thaiauto.or.th/2012/th/default.asp>

สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย. (2556). *ICT Market share*. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2559,

จาก <http://www.thaifranchisecenter.com/links/show.php?id=1232>

อุดมศักดิ์ พิมพ์พาศรี. (2552). ผลกระทบของศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์

และศักยภาพทางด้านการสร้างความไว้วางใจที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เอกพงษ์ สกุลคูม. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมการบริหารกับความสำเร็จขององค์กรธุรกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมประเภทการบริการก่อสร้างในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์

บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

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

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). USA : John Wiley & Son.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2007). *Essentials of management information systems: Organization and Technology in the Enterprise*. 4th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.

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

Ramazan, E., & Serhat, S. (2009). The problem of sustainability of organizational success in public educational institutions: A research on the education administrators in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. s.n.

Ramirez, R., Melville, N., & Lawler, E. (2010). Information technology infrastructure, organizational process redesign, and business value: An empirical analysis. *Science Direct*. 40(4), 417-429.

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

Relationships between Dynamic Database Management and Customer Relationship Management Success of Private Hospital Businesses in Thailand

อัจจิมา อินทรวีเชียร* จรววย สามี² และมนิรัตน์ วงษ์ชิม³

Auggima Aintarawichen* Charuay Savithi² and Manirath Wongsim³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 107 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า พบว่า การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการแปลงและแสดงผลข้อมูล ด้านการกระจายข้อมูล และด้านการควบคุมข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแปลงและการแสดงผลข้อมูลที่เหมาะสมกับการดำเนินงาน สามารถกระจายข้อมูลภายในธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและควบคุมความถูกต้องของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลภายในฐานข้อมูลมีความเข้าช้อย่น้อยที่สุด และมีความอิสระต่อกัน โดยกลยุทธ์การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตนี้ จะส่งผลให้ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำไปบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ : การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน
ในประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

The purpose of this research was to test the relationship between dynamic database management and customer relationship management success of Private hospital businesses in Thailand by using questionnaires to collected data from 107 information technology executive of private hospital businesses in Thailand. The statistics used for data analysis were analysis of multiple correlations, simple regression analysis, and multiple regression analysis. Results showed that dynamic database management, data interpretation and presentation, data distribution, and data control positively affected and correlated with customer relationship management success. Therefore, information technology executives of private hospital businesses in Thailand should emphasize data interpretation and presentation that support a quick distribution of information within the business as well as secure data and control the accuracy of information. As a result, it minimizes data redundancy and increase data interdependence. The dynamic database management will result in an efficient business management.

Keywords : Dynamic Database Management , Customer Relationship Management Success, Private Hospital Businesses in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้หน่วยงานต่างๆ สามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ซึ่งเทคโนโลยีนี้รวมไปถึงการจัดเก็บข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สามารถเรียกใช้ข้อมูลได้อย่างสะดวก และรวดเร็วทันต่อความต้องการ (ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ, 2558 : เว็บไซต์) และพบว่าปัจจุบันข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อความคิด ทักษะคิด ความเชื่อ พฤติกรรม และการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงไปตามข้อมูลข่าวสารเหล่านั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้รับการประมวลผล เรียกว่า สารสนเทศ การที่จะได้สารสนเทศมาใช้งานจึงจำเป็นต้องมีการเก็บรวบรวม จัดเก็บ และตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ซึ่งฐานข้อมูลเป็นแหล่งเก็บข้อมูลที่สำคัญ โดยต้องอาศัยระบบฐานข้อมูลในการจัดการข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ พร้อมใช้งานการจัดการฐานข้อมูลดังกล่าวล้วนเป็นสิ่งที่สำคัญ ต่อธุรกิจในปัจจุบันทั้งสิ้น (สมชาย จันทรศรีรังม, 2552 : เว็บไซต์) เห็นได้จากหน่วยงานต่างๆ ได้มีการจัดทาระบบฐานข้อมูล หรือพัฒนาโปรแกรมที่จะจัดการข้อมูลขึ้นมา ให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานแต่ละหน่วยงาน เพื่อบริหารจัดการข้อมูลให้เป็นระเบียบ โดยมีการออกแบบระบบ หรือซอฟต์แวร์ที่ใช้เป็นเครื่องมือของผู้ใช้เพื่อโต้ตอบโดยทำหน้าที่ในการป้อนข้อมูลเข้าสู่ระบบการเรียกดูและบำรุงรักษาฐานข้อมูลให้ปลอดภัยรวมถึงการให้ความสำคัญในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยใช้การเข้ารหัสข้อมูลที่สำคัญเพื่อป้องกันการโจรกรรมข้อมูล (โสภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2555 : 37) ดังนั้น ควรให้ความสำคัญในการจัดการฐานข้อมูล เพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการฐานข้อมูลให้มีประสิทธิภาพ เพื่อจะส่งผลให้องค์กรสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่คนในสังคมเพื่อนำไปใช้ได้มีประสิทธิภาพ

การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต (Dynamic Database Management) เป็นวิธีการบริหารแหล่งข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน ถูกเก็บรวมกันไว้ที่ศูนย์กลางอย่างเป็นระบบ โดยประยุกต์ใช้งานฐานข้อมูลผ่านระบบจัดการฐานข้อมูล โดยระบบจัดการฐานข้อมูลจะแปลงคำสั่งให้อยู่ในรูปแบบที่ฐานข้อมูลเข้าใจ นำคำสั่งซึ่งได้รับการแปลแล้วไปส่งให้ฐานข้อมูลทำงานในรูปแบบต่างๆ เช่น การเรียกใช้ข้อมูล การจัดเก็บ การลบข้อมูล การเพิ่ม รวมถึงควบคุมให้ระบบ

ฐานข้อมูลทำงานได้อย่างถูกต้องปลอดภัย เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยระบบเครือข่ายเพื่อความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบันจึงกล่าวได้ว่าฐานข้อมูลได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ หากองค์กรใดนำเทคโนโลยีฐานข้อมูลมาใช้ย่อมได้เปรียบคู่แข่งขึ้น นั่นหมายถึง ความสามารถในการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลมาใช้ประโยชน์ด้วยการเรียกดูข้อมูล แสดงข้อมูล รวมไปถึงการนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ (พงษ์ศักดิ์ ผกามาต, 2553 : 154) โดย การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน (ปราณี มณีรัตน์, 2552 : 229) ได้แก่ ด้านการรักษาข้อมูล (Data Preservation) ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล (Data Interpretation and Presentation) ด้านการกระจายข้อมูล (Data Distribution) และด้านการควบคุมข้อมูล (Data Control) ผลจากการที่ธุรกิจนำการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตมาใช้ จะทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงใจนำมาซึ่งความได้เปรียบทางด้านข้อมูลเหนือคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Success) เป็นความสามารถขององค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคล ที่เจาะจงและตรงใจซึ่งการตอบสนองลูกค้ามีพื้นฐานจากความสัมพันธ์ 2 สิ่ง คือ องค์กรและลูกค้า โดยช่องทางการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยมีการพยายามในการเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพของลูกค้า เพื่อที่จะได้นำมาวิเคราะห์ และเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการจนกระทั่งลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (วิภาพร วีรฤทธิชัย, 2549 : 16) ซึ่งความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์มีองค์ประกอบอยู่ 4 ด้าน (วิทยา ด้านธำรงกุล และพิภพ อุดร, 2549 : 46) ได้แก่ การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (Create Database Customer) การใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม (Appropriate Use of Technology) การกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ (Create Program Relationship) และการรักษาลูกค้า (Customer Retention) ดังนั้นธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อที่จะรักษาลูกค้าให้ได้ในระยะยาว องค์กรจึงจะประสบความสำเร็จในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน (Private Hospital Businesses) เป็นสถานพยาบาลของเอกชนที่มีเตียงรับผู้ป่วยไว้ค้างคืนเกินยี่สิบห้าเตียง ซึ่งได้รับอนุญาตให้ตั้งหรือดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยสถานพยาบาล โรงพยาบาลเอกชนเกิดขึ้นมาเพราะโรงพยาบาลของรัฐไม่สามารถให้บริการรักษาพยาบาลได้อย่างเพียงพอจากเดิมโรงพยาบาลเอกชนนั้นมีขนาดเล็ก แพทย์เป็นเจ้าของคนเดียวบริหารงานแบบครอบครัว แพทย์และบุคลากรด้านสุขภาพทำงานนอกเวลาและให้บริการรักษาพยาบาลเพียงบางส่วนและบางเวลาเท่านั้น ไม่มีระบบควบคุมคุณภาพ แต่ในปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนได้มีการพัฒนาจนกลายเป็นกิจการขนาดใหญ่เป็นบริษัทจำกัดมหาชน มีการบริหารงานแบบมืออาชีพ แพทย์และบุคลากรด้านสุขภาพสามารถทำงานได้เต็มเวลาสามารถให้บริการรักษาพยาบาลโรคเฉพาะทางได้ตลอด 24 ชั่วโมง อีกทั้งยังมีการฝึกอบรมและผลิตบุคลากรที่มีความสามารถและมีการวิจัยทางคลินิกให้มีคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานระดับนานาชาติ (สมาคมโรงพยาบาล, 2557 : เว็บไซต์) แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจที่อยู่ในสภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงและต่อเนื่องส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการแข่งขันกันในการขยายสาขาและปรับปรุง สถานประกอบการให้มีรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม และการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการซึ่งเป็น จุดขายของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน รวมทั้งยังมีการสร้างความแตกต่างในการให้บริการโดยการเปิดให้บริการใน รูปแบบศูนย์การแพทย์เฉพาะทางมากขึ้นไม่ว่าจะเป็น ศูนย์โรคหัวใจ ศูนย์โรคทางสมอง และศูนย์โรคมะเร็ง นอกจากนั้นยังมีการขยายกิจการ ในรูปแบบของคลินิกและหน่วยบริการทางการแพทย์ โดยเปิดให้บริการตาม สถาบันการศึกษา อาคารสำนักงาน และบริษัทต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการได้มากที่สุด (กัทร ตันติวิทยาหันท, 2556 : 3-6)

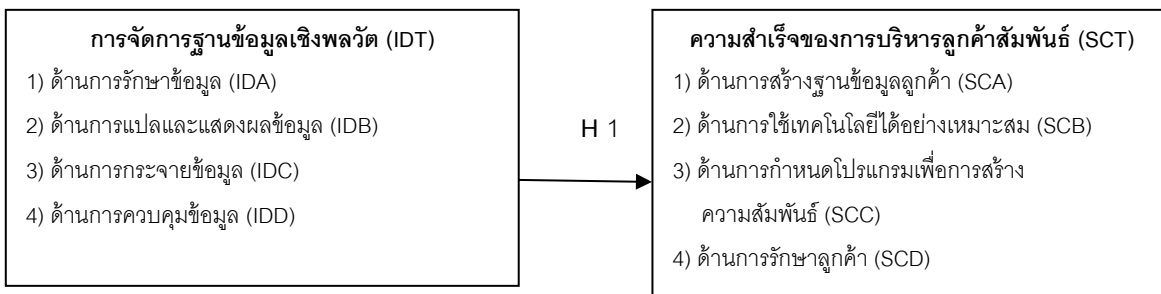
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์หรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุง การจัดการฐานข้อมูลให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารนำข้อมูลไปใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการบริหารงานและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงจุด อีกทั้งยังเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต และเป็นข้อมูลในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่คล้ายคลึงกัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยนี้การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต และความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์



2.1 การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต

การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต (Dynamic Database Management) หมายถึง วิธีการบริหารแหล่งข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กัน ถูกเก็บรวมกันไว้ที่ศูนย์กลางอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถใช้ข้อมูลร่วมกันได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรด้วยระบบเครือข่ายอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย

2.1.1 ด้านการรักษาข้อมูล (Data Preservation) หมายถึง การดูแลการทำงานของฐานข้อมูลเพื่อให้ทุกส่วนในระบบฐานข้อมูลทำงานได้ตามปกติ ติดตามประสิทธิภาพในการทำงานของระบบฐานข้อมูลให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตลอดเวลาการใช้งาน เตรียมงานเพื่อรับรองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้ รวมถึงการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของฐานข้อมูลให้อยู่ในระดับที่ผู้ใช้พึงพอใจ

2.1.2 ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล (Data Interpretation and Presentation) หมายถึง การจัดการฐานข้อมูลที่สามารถแปลงข้อมูลที่ได้รับเข้ามา เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างในการจัดเก็บข้อมูล การทำให้มีความเป็นอิสระของข้อมูล ระบบการจัดการฐานข้อมูลจะแปลงความต้องการเชิงตรรกะของผู้ใช้ ให้เป็นคำสั่งที่สามารถดึงข้อมูลทางกายภาพที่ต้องการ

2.1.3 ด้านการกระจายข้อมูล (Data Distribution) หมายถึง การส่งข้อมูลไปตามส่วนต่างๆ ภายในองค์กรผ่านระบบเครือข่ายโดยมีระบบฐานข้อมูลทำหน้าที่ติดต่อกับผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลประมวลผลได้อย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น และยังสามารถส่งเสริมให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.1.4 ด้านการควบคุมข้อมูล (Data Control) หมายถึง การควบคุมการใช้งานฐานข้อมูลให้เกิดความถูกต้องของข้อมูล ตั้งแต่ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ตรวจสอบระบบความปลอดภัย คุ้มครองไปจนถึงความสอดคล้องกันของข้อมูล รวมไปถึงการให้สิทธิ์ในการเข้าถึงฐานข้อมูล การถอนสิทธิ์โดยที่ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกิดขึ้นในพจนานุกรมข้อมูล จะถูกนำมาใช้ในการควบคุมความถูกต้องของข้อมูลด้วย และในเมื่อมีการควบคุมดูแลฐานข้อมูล ก็ย่อมต้องมีความเข้าใจในบทบาทของระบบฐานข้อมูล

2.2 ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management Success) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อองค์กร

2.2.1 ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า (Create Database Customer) หมายถึง สามารถสร้างฐานข้อมูลลูกค้า โดยรวบรวมองค์ประกอบ รายละเอียดของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์จัดแบ่ง และเลือกกลุ่มลูกค้าออกตามคุณค่า หรือความสามารถที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะสร้างกำไรบริษัทได้ในระยะยาว

2.2.2 ด้านการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม (Appropriate Use of Technology) หมายถึง สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์และแยกลูกค้า เพื่อสร้างจุดของการติดต่อกับลูกค้าและสามารถกระจายข้อมูลทุกช่องทาง และทุกหน่วยงานขององค์กร

2.2.3 ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ (Create Program Relationship Customer) หมายถึง สามารถกำหนดแผนงาน กิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด และอื่นๆ เพื่อสร้างการรักษา และการกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า

2.2.4 ด้านการรักษาลูกค้า (Customer Retention) หมายถึง สามารถประเมินผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจในองค์กร และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า

สมมุติฐานการวิจัย : การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

H₁: การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการรักษาข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

H₂: การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

H₃: การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการควบคุมข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

H₄: การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการกระจายข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 323 คน (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2557 : เว็บไซต์) จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 99 คน ภาคกลาง จำนวน 93 คน ภาคตะวันออก จำนวน 21 คน จำนวนคน ภาคตะวันตก จำนวน 17 คน ภาคใต้ จำนวน 31 คน ภาคเหนือ จำนวน 22 คน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 323 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด จำนวน 107 ชุด เป็นอัตราตอบกลับที่ตอบสนองมโนทัศน์เป็นร้อยละ 33.12 ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ Aaker, Kumar, and Day (2001) รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 62 วัน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านการรักษาข้อมูล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลการทำงานของฐานข้อมูลเพื่อให้ทุกส่วนในระบบฐานข้อมูลทำงานได้ตามปกติ ติดตามประสิทธิภาพในการทำงานของระบบฐานข้อมูลให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตลอดเวลาการใช้งาน 2) ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการฐานข้อมูลที่สามารถแปลงข้อมูลที่ได้รับเข้ามา เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างในการจัดเก็บข้อมูล 3) ด้านการกระจายข้อมูล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งข้อมูลไปตามส่วนต่างๆ ภายในองค์กรผ่านระบบเครือข่ายโดยมีระบบฐานข้อมูลทำหน้าที่ติดต่อกับผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลประมวผลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ 4) ด้านการควบคุมข้อมูล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการควบคุมการใช้งานฐานข้อมูล ให้เกิดความถูกต้องของข้อมูล ตั้งแต่ลดความซับซ้อนของข้อมูล ตรวจสอบระบบความปลอดภัยข้อมูลไปจนถึงความสอดคล้องกันของข้อมูล

ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ ความสามารถในการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า โดยรวบรวมองค์ประกอบ รายละเอียดของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์จัดแบ่ง และเลือกกลุ่มลูกค้าออกตามคุณค่า หรือความสามารถที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มจะสร้างกำไรบริษัทได้ในระยะยาว 2) ด้านการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อวิเคราะห์และแยกแยะลูกค้า เพื่อสร้างจุดของการติดต่อกับลูกค้าและสามารถกระจายข้อมูลทุกช่องทางและทุกหน่วยงานขององค์กร 3) ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ ความสามารถในการกำหนดแผนงาน กิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด และอื่นๆ เพื่อสร้างการรักษา และการกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า 4) ด้านการรักษาลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับ ความสามารถในการประเมินผลการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจในองค์กร และสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-Total Correlation ซึ่งการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.418 - 0.839 และความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีค่าอำนาจ

จำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.463 - 0.880 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนก เกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.765 - 0.836 และความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.813 - 0.896 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach แนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70 เป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต กับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Customer Relationship Management Success} = \beta_0 + \beta_1\text{IDA} + \beta_2\text{IDB} + \beta_3\text{IDC} + \beta_4\text{IDD} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย และทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต กับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม ของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตัวแปร	SCT	IDA	IDB	IDC	IDD	VIFs
$\bar{X}$	4.07	4.33	4.21	4.04	4.28	-
S.D.	0.61	0.58	0.60	0.65	0.66	-
SCT	4.07	0.538*	0.568*	0.508*	0.453*	-
IDA		4.33	0.688*	0.570*	0.477*	2.275
IDB			4.21	0.520*	0.500*	2.165
IDC				4.04	0.241*	1.571
IDD					4.28	1.412

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความยืดหยุ่น

องค์กร มีค่าตั้งแต่ 1.412 - 2.275 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2013 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวมของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต	ความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม		t	p - value
	สัมพัทธ์โดยรวม			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.636	0.397	1.600	0.113
ด้านการรักษาข้อมูล (IDA)	0.129	0.119	1.085	0.280
ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล (IDB)	0.249	0.112	2.213	0.029*
ด้านการกระจายข้อมูล (IDC)	0.245	0.088	2.787	0.006*
ด้านการควบคุมข้อมูล (IDD)	0.194	0.082	2.376	0.019*
F = 19.372 p = 0.000 Adj R ² = 0.409				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล ด้านการกระจายข้อมูล และด้านการควบคุมข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปสู่การอภิปรายผลที่สำคัญ ดังนี้

(1) **ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล** พบว่า การแปลผลและแสดงผล เป็นการนำข้อมูลที่ได้รับเข้ามาหรือที่มีอยู่มาประมวลผลจนได้เป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์กับธุรกิจซึ่งต้องผ่านกระบวนการประมวลผลโดยโปรแกรมฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ แสดงผลได้อย่างเหมาะสม เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อได้ข้อสรุปในการบริหารที่ดีที่สุดโดยการสร้างความได้เปรียบด้านสารสนเทศ จึงทำให้ข้อมูลทั้งภายในและภายนอกธุรกิจที่เก็บรวบรวมไว้ในฐานข้อมูลสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน เพิ่มทรัพย์ และวิโรจน์ ชัยมูล (2548 : 170) กล่าวว่า การนำการจัดการฐานข้อมูลมาช่วยงานในด้านต่างๆ นั้น ทำให้การทำงานมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการประมวลผลนั้น ไปช่วยในการตัดสินใจและใช้ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานในองค์กรที่ประกอบด้วยหลายๆ แผนก ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลร่วมกัน ซึ่งจำเป็นต้องมีทุนสำรองเพื่อสนับสนุนระบบการทำงานของเครือข่ายให้มีเสถียรภาพและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กรต่อไป

(2) **ด้านการกระจายข้อมูล** พบว่า ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจต้องอาศัยข้อมูลเป็นหลักในการดำเนินงาน ซึ่งการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ก็เป็นส่วนสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการที่จะช่วยจัดการข้อมูลในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง การมีการบริหารจัดการข้อมูลที่ดีสามารถสร้างความได้เปรียบที่เหนือกว่าคู่แข่งได้ ซึ่งการจัดการข้อมูลที่ดีนั้นนอกจากจะให้ความสำคัญอย่างมากกับความถูกต้องและความอิสระของข้อมูลแล้วยังมีปัจจัยด้านความความปลอดภัย ด้านการใช้ข้อมูลร่วมกัน และด้านความซ้ำซ้อนของข้อมูลที่เป็นส่วนสำคัญ โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้ที่มีสิทธิ์ใช้ข้อมูลเท่านั้นในการเข้าถึงข้อมูล เพื่อลดปัญหาข้อมูลภายในองค์กรเกิดการรั่วไหล รวมถึงคำนึงถึงการนำข้อมูล

มาใช้ร่วมกันภายในองค์กร ต้องมีความสะดวกและได้ข้อมูลตามสิทธิของผู้ใช้แต่ละคนอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทมส์ สุภาพกุล (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า จากปัญหาการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าที่ไม่เป็นระบบ ความซ้ำซ้อนของข้อมูล และข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน เนื่องจากระบบการจัดเก็บข้อมูลแบบเดิมเป็นการเก็บรายละเอียดของข้อมูลลูกค้าในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวของผู้ปฏิบัติงานหรือระบบไฟล์รวม ทำให้การค้นหาและจัดเก็บข้อมูลเป็นไปได้ยาก มีความล่าช้า เกิดข้อผิดพลาดง่าย เป็นผลให้การบริการลูกค้าไม่เป็นที่พึงพอใจมากนัก โดยตั้งวัตถุประสงค์ของการทำงานวิจัยนี้ เพื่อลดเวลาในการค้นหาข้อมูลของลูกค้าสำหรับผู้ปฏิบัติงานนอกสถานที่ของแผนกบริการทางเทคนิค ดังนั้นจึงนำแนวความคิดของการบริหารระบบสารสนเทศมาแก้ปัญหา เพื่อปรับปรุงระบบการจัดเก็บข้อมูล ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้หลักแนวความคิดของการบริหารสัมพันธ์ลูกค้าเป็นเป้าหมายการจัดทำงานวิจัย ด้วยแนวความคิดนี้ จึงนำโปรแกรมไมโครซอฟท์แอคเซส 2007 มาทำการออกแบบระบบการจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า และจากการทดลอง ใช้งาน สรุปผลได้ว่า สามารถลดเวลาการค้นหาข้อมูลของลูกค้า 68.49 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจากระบบเดิมใช้เวลา 38,478 วินาทีต่อคนต่อเดือนค้นหาข้อมูล หลังจากนั้นนำระบบจัดเก็บข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ใช้ในการค้นหาข้อมูลได้ภายในระยะเวลา 13,800 วินาทีต่อคนต่อเดือน หรือสามารถลดต้นทุนการทำงานได้เท่ากับ 455.411 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่มุ่งหวังไว้แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการทำงาน เพื่อการพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคงและสามารถแข่งขันทางธุรกิจได้

(3) **ด้านการควบคุมข้อมูล** พบว่า ธุรกิจที่มีการนำระบบฐานข้อมูลเข้ามาใช้ในการดำเนินงานนั้น ส่งผลให้ข้อมูลสารสนเทศที่จะมาใช้ในการตัดสินใจได้ถูกนำไปผ่านกระบวนการประมวลผลจนเป็นสารสนเทศที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งต้องมีการควบคุมระบบฐานข้อมูลให้การทำงานที่ถูกต้อง ปลอดภัย ลดการเกิดความซ้ำซ้อนของข้อมูลให้ได้มากที่สุด พร้อมทั้งจัดการระบบให้สามารถใช้งานร่วมกันระหว่างพนักงาน รวมถึงผู้บริหารได้อย่างเหมาะสม และเกิดความอิสระต่อกันระหว่างข้อมูลและโปรแกรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ (2553 : 150) กล่าวว่า การควบคุมดูแล ต้องมีความเข้าใจในบทบาทของระบบฐานข้อมูลต่อแนวทางการดำเนินงานองค์กรในระยะยาวและวางแผนการบริหารสำหรับระบบข่าวสารให้เป็นทรัพยากรส่วนหนึ่งขององค์กร นั่นคือองค์กรจะต้องกำหนดหน้าที่สำหรับการควบคุมดูแลข้อมูล (Data Administration) ให้มีอำนาจเพียงพอในการกำหนดความต้องการข่าวสารสำหรับทั้งองค์กรและสามารถเข้าสำรวจข้อมูลของผู้บริหารระดับสูงได้ โดยการควบคุมการใช้งานฐานข้อมูล ให้เกิดความถูกต้องของข้อมูล ตั้งแต่ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ตรวจสอบระบบความปลอดภัย กับข้อมูลไปจนถึงความไม่สอดคล้องกันของข้อมูล รวมไปถึงการให้สิทธิในการเข้าถึงฐานข้อมูล การถอนสิทธิความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เก็บไว้ในพจนานุกรมข้อมูล เพื่อการควบคุมความถูกต้องของข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการวิจัยถึงผลกระทบของการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ที่มีต่อความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของธุรกิจในกลุ่มอื่นๆ ที่มีการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย

5.1.2 ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เช่น ด้านการรักษาข้อมูล เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ขององค์กรซึ่งจะทำให้องค์กรทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.1.4 ควรมีการเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการขององค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับด้านการรักษาข้อมูล โดยมุ่งเน้นดูแลการทำงานของฐานข้อมูลเพื่อให้ทุกส่วนในระบบฐานข้อมูลทำงานได้ตามปกติ ติดตามประสิทธิภาพในการทำงานของระบบฐานข้อมูลให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตลอดเวลาการใช้งาน เพื่อรับรองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้ใช้

5.2.2 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับการควบคุมข้อมูล โดยส่งเสริมให้มีการควบคุมการใช้งานฐานข้อมูลให้เกิดความถูกต้องของข้อมูล ตั้งแต่ลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ตรวจสอบระบบความปลอดภัย คุ้มครองข้อมูลไปจนถึงความสอดคล้องกันของข้อมูล และรวมไปถึงการให้สิทธิ์ในการเข้าถึงฐานข้อมูล

5.2.3 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับการแปลและแสดงผลข้อมูล โดยการเตรียมความพร้อมฐานข้อมูลที่สามารถแปลงข้อมูลที่ได้รับเข้ามา เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างในการจัดเก็บข้อมูล การทำให้มีความเป็นอิสระของข้อมูล ระบบการจัดการฐานข้อมูลจะแปลงความต้องการเชิงตรรกะของผู้ใช้ ให้เป็นคำสั่งที่สามารถดึงข้อมูลทางกายภาพที่ต้องการ

5.2.4 ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญกับการกระจายข้อมูล โดยการส่งเสริมให้การส่งข้อมูลไปตามส่วนต่างๆ ภายในองค์กรผ่านระบบเครือข่ายโดยมีระบบฐานข้อมูลทำหน้าที่ติดต่อกับผู้ใช้งาน เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงข้อมูลประมวลผลได้อย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น และยังสามารถส่งเสริมให้การติดต่อสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความจำเป็นของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัต ด้านการแปลและแสดงผลข้อมูล ด้านการกระจายข้อมูล และด้านการควบคุมข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความจำเป็นของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจะต้องให้ความสำคัญกับการแปลและการแสดงผลข้อมูลที่เหมาะสมกับการดำเนินงาน สามารถกระจายข้อมูลภายในธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและควบคุมความถูกต้องของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลภายในฐานข้อมูลมีความซ้ำซ้อนน้อยที่สุดและมีความอิสระต่อกัน โดยกลยุทธ์การจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตนี้ จะทำให้เกิดความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ โดยที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงใจนำมาซึ่งความได้เปรียบทางด้านข้อมูลที่เหนือคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

เอกสารอ้างอิง

- กักร ตันติวิทยาพันธ์. (2556). *ความมั่นคงปลอดภัยระบบเวชสารสนเทศ*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2556, จาก [http://www.saintlouis.or.th/nonprofit2555/6Hospital%20Information%20System%20\(HIS\).pdf](http://www.saintlouis.or.th/nonprofit2555/6Hospital%20Information%20System%20(HIS).pdf)
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2557). *ข้อมูลโรงพยาบาลเอกชน*. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2557, จาก www.hss.moph.go.th
- ธิดาภา สิทธิอมพร. (2556). *การจัดการฐานข้อมูลสมัยใหม่ที่มีต่อความได้เปรียบด้านสารสนเทศของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปราณี มณีรัตน์. (2552). *การจัดการฐานข้อมูลธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ. (2553). *ระบบไอซีทีและการจัดการยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : วี.ซี.พี.
- พนาวลัย ชูศรีพัฒน์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การรักษาค่าความสัมพันธ์ลูกค้ากับผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันชีวิตในภาคตะวันออกเชิงเหิน*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2550). *กลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ Customer Relationship Management* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : Secenaria I Asai.
- วสิน เพิ่มทรัพย์ และวิโรจน์ ชัยมูล. (2548). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ : โปรวิชั่น.
- วิภาพร วีรฤทธิชัย. (2549). *ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการทำงานความพึงพอใจในการให้บริหารและผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีในภาคตะวันออกเชิงเหิน*. วิทยานิพนธ์ บช.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยา ด้านอำรุงกุล และพิภพ อุดร. (2549). *ซีอาร์เอ็ม-ซีอาร์เอ็มหยินหยางการตลาด*. กรุงเทพฯ : วงกลม .
- ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ. (2558). *การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ*. ค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2558, จาก www.sitem.co.th
- สมชาย จันทร์ศรีงาม. (2552). *เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ธุรกิจ*. ค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2552, จาก http://www.sirikitdam.egat.com/WEB_MIS/117/mis.htm
- สมาคมโรงพยาบาลเอกชน. (2557). *ประวัติและวัตถุประสงค์*. ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2557, จาก <http://www.thaiph.org/body/purpose.html>
- โอภาส เอี่ยมสิริวงศ์. (2555). *การออกแบบและการจัดการฐานข้อมูล*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2013). *Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.
- Steiner, J. (2010). *Oracle white paper information management with oracle database 11g Release 2*. Redwood Shores, CA : U.S.A.

ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของ
นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร
The Relationship between Practice Confidence and Job Efficiency of Tax Audit
Officer of Bangkok Area Revenue Office

นลินี ดมหมอม* อัครเดช จวีร์เกษ² และ สลักจิต นิลผาย³

Nalinee Domhorm* Aukkaradej Chaveerug² and Salakjit Ninlaphay³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 268 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ด้านการมีทัศนคติที่ดี ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน และด้านการพัฒนาความรู้ในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ดังนั้น นักตรวจสอบภาษีควรใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานเพื่อส่งเสริมสร้างความเข้าใจ และพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างและพัฒนาวิธีการในการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรต่อไป

คำสำคัญ : ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพการทำงาน และนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการ

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationship between practice confidence and job efficiency of tax audit officer of Bangkok area revenue office. Questionnaires were used as a tool for collecting data from 268 tax audit officer. The statistics used for analyzing the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The result showed that practice confidence in aspect of good attitude, commitment to works and knowledge development had positive relationships with and impacts on job efficiency. Therefore, the tax audit officer should apply the results as a guideline for determining a working direction in order to support and develop efficient working performance, leading to maximized benefits for firms.

Keywords : Practice Confidence, Job Efficiency, Tax Audit Officer of Bangkok Area Revenue Office

1. บทนำ

การบริหารงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือเอกชนล้วนมีความต้องการให้บุคลากรของตนได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หากบุคคลมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องแล้วจะทำให้บุคคลนั้นมีความพร้อมต่อการแข่งขัน และพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (พจน์ พจนพานิชย์กุล, 2559 : เว็บไซต์) จึงเห็นได้ว่าการบริหารจัดการองค์การถือว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุด และจะมีคุณค่ายิ่งขึ้นหากบุคลากรมีความตั้งใจจริงในการฝึกฝน อบรม และพัฒนาตนเองอย่างไม่หยุดยั้ง องค์การจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานร่วมกัน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการนำบุคคลในองค์การไปพัฒนาให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการทำงานเพิ่มมากขึ้น เช่น การเปิดโอกาสให้ศึกษาต่อ การเข้ารับการฝึกอบรม เป็นต้น ลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการทำงานอาจเกิดจากลักษณะเฉพาะภายในตัวบุคคล และอิทธิพลของสภาพแวดล้อมในองค์การ ประกอบกับต้องมีการบริหารงาน และการจัดการที่ดีเพื่อให้บุคลากรตั้งใจ เต็มใจ และพร้อมใจทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพ หากบุคคลมีลักษณะแห่งตนหรือบุคลิกลักษณะที่ดีและสามารถปฏิบัติงานด้วยความมั่นใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุตามเป้าหมายขององค์การ (हररररर रररररररररर, 2554 : 104 - 128)

ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (Practice Confidence) เกิดจากบุคคลนั้นมีความมั่นใจในตนเองเป็นพื้นฐาน เป็นภาวะทางจิตใจของบุคคลในแต่ละช่วงเวลา เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบภายในตนเอง ได้แก่ ลักษณะส่วนตัว เช่น เพศ อายุ การศึกษา ,ความสามารถ ซึ่งการที่บุคคลที่มีความสามารถในการทำงานและได้ปฏิบัติงานที่ตรงกับความสามารถจะเป็นบุคคลที่มีความมั่นใจสูง และ ลักษณะบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการมีความมั่นใจ ช่วยเพิ่มพลังทางจิตใจให้เกิดความมุ่งมั่น ไม่หวั่นไหวกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม (हरखा खेतर्दभरपठत, 2554 : 119) บุคคลที่มีความมั่นใจในตนเอง สามารถแสดงออกทางการพูด เขียน ปฏิบัติกิจกรรมในสถานการณ์ต่างๆ อย่างมั่นใจ เป็นผู้ที่มีส่วนผลสมภายในตัวบุคคลอย่างเหมาะสมทั้งการมีความรู้ ความสามารถ มีข้อมูลเป็นพื้นฐานดีพอ เกี่ยวกับสิ่งที่จะแสดงออก เป็นผู้มีบุคลิกภาพกล้าแสดงออก กล้าเผชิญความจริง ไม่ท้อถอยต่ออุปสรรค และเป็นผู้มีความมุ่งมั่นสูงต่อการได้รับความสำเร็จ (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 212) ดังนั้นการที่จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความมั่นใจในการปฏิบัติงานได้นั้น ต้องมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การมีทัศนคติที่ดี (Good Attitude) ความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน

(Commitment to Works) และการพัฒนาความรู้ในงาน (Knowledge Development) (Hale, 2002 : 4) โดยหากผู้ปฏิบัติงานมีคุณลักษณะดังกล่าวในระดับสูงก็จะทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่าผู้ปฏิบัติงานที่ไม่มีคุณลักษณะข้างต้นซึ่งผลลัพธ์จากการปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายจะทำให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร แสดงว่าผู้ปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพการทำงาน

ประสิทธิภาพการทำงาน (Job Efficiency) เป็นหัวใจสำคัญของการนำองค์การไปสู่การบรรลุผลความสำเร็จของการดำเนินงาน องค์การจะมีผลผลิตเป็นที่น่าพอใจทั้งในด้านการผลิต การบริการ มีความเจริญก้าวหน้าและสร้างความพอใจแก่ลูกค้าได้นั้นจะต้องเกิดจากการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของบุคคล เนื่องจากบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินงานขององค์การให้นำไปสู่ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ความอ่อนด้อยขององค์การหรือความเจริญก้าวหน้าขององค์การขึ้นกับประสิทธิภาพของบุคคลในการดำเนินงาน และการพัฒนาคนที่ได้ผลดีที่สุด คือการที่บุคคลพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความคิด ความสามารถ มีทักษะในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นใช้กลวิธีหรือเทคนิคการทำงานที่จะสร้างผลงานได้มากเป็นผลงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจโดยสิ้นเปลืองทุน ค่าใช้จ่าย พลังงาน และเวลาน้อย (สมใจ ลักษณะ, 2543 : 84) ซึ่งการวัดประสิทธิภาพการทำงานมีองค์ประกอบอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ การทำงานเชื่อถือได้ (Reliable) งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness) และผลงานได้มาตรฐาน (Standardized) (สมพงษ์ เกษมสิน, 2549 : 30) ดังนั้นการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งสำหรับการดำรงอยู่ และการเจริญเติบโตขององค์การทั้งในปัจจุบันและอนาคต ช่วยสร้างความสามารถในการได้เปรียบในการแข่งขัน หลายองค์การจึงมุ่งพัฒนาประสิทธิภาพอย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2543 : 196-197)

นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการ (Tax Audit Officer) ของกรมสรรพากรเป็นผู้ปฏิบัติงานในระดับต้นที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถทางวิชาการ ในการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภาษี ภายใต้การกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ มีหน้าที่ตรวจสอบผู้เสียภาษีที่เป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในความดูแลในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษี เช่น ตรวจสอบสภาพกิจการ วิเคราะห์ข้อมูลการยื่นแบบชำระภาษี ตรวจสอบย้อนไต่ถามกับภาษี เป็นต้น เพื่อให้การบริการจัดเก็บภาษีเป็นไปอย่างถูกต้องตามสภาพข้อเท็จจริง เกิดความเสมอภาคครบถ้วนและไม่ก่อให้เกิดหนี้ภาษีอากรค้าง ปฏิบัติการประมวลผลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูลเพื่อนำเสนอต่อผู้บังคับบัญชา สืบสวน ป้องกันปราบปราม จับกุมการหลีกเลี่ยง และลักลอบการหนีภาษี เพื่อให้การจ่ายภาษีอากรเป็นไปตามกฎหมายกำหนด วางแผนการทำงานที่รับผิดชอบ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ที่กำหนด มีการประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกที่งานหรือหน่วยงานเพื่อให้เกิดความร่วมมือและเกิดผลสัมฤทธิ์ของงาน ชี้แจงและให้รายละเอียดเกี่ยวกับข้อเท็จจริงแก่บุคคล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้บริการด้วยการให้คำปรึกษา แนะนำด้านภาษีอากรแก่ผู้ประกอบการในความดูแล เพื่อสร้างความเข้าใจในนโยบายของส่วนราชการ รวมถึงข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจและเสียภาษีไปในแนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมได้จากหน้าที่ที่ปฏิบัติจะเห็นว่านักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการเป็นหนึ่งในกำลังสำคัญของทีมกำกับดูแลสำหรับการบริหารจัดการจัดเก็บภาษีให้บรรลุตามเป้าหมายที่หน่วยงานกำหนด (กรมสรรพากร, 2558 : ประกาศกรมสรรพากร)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความมั่นใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงาน

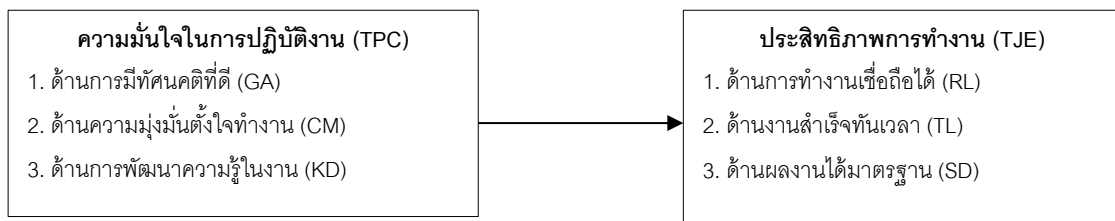
ของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานครและในหน่วยงานอื่นๆ ของรัฐบาลและเอกชน ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความมั่นใจในการปฏิบัติงานถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของความมั่นใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพการทำงาน



2.1 ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (Practice Confidence)

ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน (Practice Confidence) หมายถึง ความรู้สึกในเชิงบวกที่เชื่อว่า ตนมีความสามารถปฏิบัติงานตรวจสอบภาษีได้ ไม่กังวลในสิ่งที่ไม่สามารถทำได้ มีความปรารถนาที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับภาษีอากรเพื่อพัฒนาตนเอง มีความมุ่งมั่นในการทำงาน กล้าเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ กล้าแสดงความคิดเห็น ใช้เหตุผลในการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติงาน สามารถพึ่งพาตนเอง และตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานได้ (Hale, 2002 : 4) ประกอบด้วย

2.1.1 การมีทัศนคติที่ดี (Good Attitude) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในศักยภาพของตนเอง ยอมรับ ให้เกียรติตนเองและผู้อื่น เป็นความรู้สึกทางบวกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ รอบตัว และมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้หาข้อมูลที่จำเป็นเพื่อให้สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายเกิดผลสำเร็จ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

2.1.2 ความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน (Commitment to works) หมายถึง การแสดงออกถึงความตั้งใจความรับผิดชอบในการทำหน้าที่ตรวจสอบภาษีอากร มีการปฏิบัติงานด้วยความเพียร มานะบากบั่น ไม่ย่อท้อต่อปัญหา มีความรอบรู้เกี่ยวกับการภาษีอากรและเทคนิคการตรวจสอบภาษี สามารถนำความรู้มาใช้ในการแก้ปัญหาที่มีความยุ่งยาก ลำบากกำลังใจในการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนด และการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ

2.1.3 การพัฒนาความรู้ในงาน (Knowledge Development) หมายถึง การพัฒนาศักยภาพของตัวทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม พยายามปรับปรุง ฝึกฝนและเพิ่มพูนความรู้ทางด้านภาษีอากร ฝึกทักษะความสามารถในการตรวจสอบภาษีให้มีความถูกต้องอย่างต่อเนื่อง ด้วยการศึกษาหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ เรียนรู้กระบวนการในการปฏิบัติงานทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

2.2 ประสิทธิภาพการทำงาน (Job Efficiency)

ประสิทธิภาพการทำงาน (Job Efficiency) หมายถึง ผลการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภาษีของสถานประกอบการที่ได้รับมอบหมาย และเกิดจากการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยดำเนินงาน มีการวางแผนงาน การปฏิบัติตามแผนงาน การติดตามงาน โดยใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด และเกิดประโยชน์สูงสุด งานสำเร็จตามวัตถุประสงค์มีความถูกต้อง ได้มาตรฐาน และทันเวลาที่กำหนด (สมพงษ์ เกษมสิน, 2549 : 30) ประกอบด้วย

2.2.1 การทำงานเชื่อถือได้ (Reliable) หมายถึง การปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบภาษีที่มีการบันทึกข้อมูลที่เชื่อถือได้ นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง เพียงพอ และปฏิบัติงานภายใต้ความเป็นอิสระ ปราศจากการแทรกแซงของผู้มีอำนาจ หรือข้อจำกัดใดๆ ที่จะทำให้ผลการปฏิบัติงานขาดความน่าเชื่อถือ สามารถตรวจสอบได้ รวมทั้งไม่มีความลำเอียงในการรายงานผลการตรวจสอบภาษีที่ทำให้ไม่ตรงกับความเป็นจริง

2.2.2 งานสำเร็จทันเวลา (Timeliness) หมายถึง สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายเกิดประสิทธิผลสำเร็จตามเวลาที่กำหนดและถูกต้อง และมีการทำงานที่รวดเร็วเป็นปัจจุบัน ทันต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจด้านต่างๆ

2.2.3 ผลงานที่ได้มาตรฐาน (Standardized) หมายถึง ผลงานที่เกิดจากการตรวจสอบภาษีอากรของสถานประกอบการ มีความถูกต้อง เรียบร้อย ครบถ้วนทั้งเชิงปริมาณ และคุณภาพตามมาตรฐานขององค์การ และมีการควบคุมการในทางปฏิบัติถูกต้องตามข้อกำหนด ส่งผลให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยมีการใช้ต้นทุนในการปฏิบัติงานลดลงและประหยัด

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความมั่นใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน จึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย : ความมั่นใจในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 407 คน (กรมสรรพากร, 2558 : 1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 407 ฉบับ ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้รับแบบสอบถามตอบกลับที่ตรวจสอบแล้วว่าเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด 268 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับร้อยละ 65.85 โดยในการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์นั้นอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Aaker, Kumar, and Day, 2001)

3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 15 ข้อ ดังนี้ 1) ด้านการมีทัศนคติที่ดีประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมถึง ความรู้สึกที่ดีต่องานในหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมาย เชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ รวมไปถึงมีความพยายามและมุ่งมั่นการแก้ไขปัญหาในงานสร้างประสบการณ์ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การทำความเข้าใจลำดับขั้นของ

การทำงานมีความทุ่มเท เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ให้ความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการทางความคิดอย่างเป็นระบบ และ 3) ด้านการพัฒนาความรู้ในงาน ประกอบด้วยคำถามจำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การพัฒนาตนเองเกี่ยวกับวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอ กำหนดเป้าหมายในการทำงานอย่างเหมาะสม สามารถบูรณาการการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศร่วมกับการปฏิบัติงาน และรวมถึงการเรียนรู้งานจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาทักษะและเพิ่มความสามารถในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งสามารถจำแนก ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน จำนวน 21 ข้อ ดังนี้

- 1) ด้านการทำงานเชื่อถือได้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การจัดลำดับความสำคัญของการนำเสนอข้อมูล พัฒนาทักษะความสามารถในการนำเสนอข้อมูล และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานได้ถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ 2) ด้านงานสำเร็จทันเวลา ประกอบด้วยคำถามจำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมถึง ความสามารถในการบริหารเวลา มีความกระตือรือร้นสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และ 3) ด้านผลงานได้มาตรฐาน ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 7 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การมีความรู้ความเข้าใจในงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับแผนงาน และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความมั่นใจในการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.463 – 0.815 และประสิทธิภาพการทำงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.373–0.956 ซึ่งสอดคล้องกับ Fayers and Machin (2000 : 72-79) ที่กล่าวว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม Pemberton (1951 : 499-504) ได้นำเสนอว่า ถึงแม้ค่าอำนาจจำแนกต่ำกว่า 0.4 แต่ค่าเกินกว่า 0.2 ก็เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งความมั่นใจในการปฏิบัติงานในแต่ละด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.831–0.874 และประสิทธิภาพการทำงานในแต่ละด้าน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.891–0.962 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978 : 245) ที่กล่าวว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่มีค่าเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเขียนสมการ ได้ดังนี้

$$\text{Job Efficiency} = \beta_0 + \beta_1 \text{ GA} + \beta_2 \text{ CM} + \beta_3 \text{ KD} + \varepsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม
ของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	TJE	GA	CM	KD	VIF
$\bar{X}$	3.40	3.64	3.80	3.75	
S.D.	0.571	0.444	0.500	0.468	
TJE	-	0.590*	0.612*	0.561*	
GA		-	0.735*	0.615*	2.254
CM			-	0.716*	2.880
KD				-	2.126

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน หรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน มีค่าตั้งแต่ 2.126–2.880 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน ทำให้ไม่เกิดปัญหาเนื่องจาก ความสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปรอิสระ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม
ของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ความมั่นใจ ในการปฏิบัติงาน	ประสิทธิภาพการทำงาน		t	p-Value
	สัมประสิทธิ์ การถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.044	0.240	0.183	0.855
การมีทัศนคติที่ดี	0.342	0.089	3.839*	<0.0001
ความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน	0.308	0.090	3.437*	0.001
การพัฒนาความรู้ในงาน	0.250	0.082	3.041*	0.003
F=68.254 p<0.0001 Adj R ² =0.430				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ด้านการมีทัศนคติที่ดี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม และในด้านการงานเชื่อถือได้ ด้านงานสำเร็จทันเวลา และด้านผลงานได้มาตรฐาน เนื่องจาก ทัศนคติเป็นการรวบรวมความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น และความจริง ซึ่งเราประเมินค่าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งในทางบวก และทางลบ ทั้งหมดจะเกี่ยวพันกัน ความรู้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้น การมีทัศนคติที่ดีในการทำงานของบุคคลในองค์การ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และมีผลต่อความสำเร็จของงาน รวมทั้งทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความสุขในการทำงานด้วย ถ้าบุคคลในองค์การมีทัศนคติ

ที่ดีในการทำงาน จะทำให้บุคคลนั้นมีความมั่นใจในการปฏิบัติงานสูง ซึ่งเกิดจากการที่บุคคลมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การทำงานมีความน่าเชื่อถือ งานสำเร็จตามเวลา และได้มาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด ดังนั้นถ้านักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการ มีการเสริมสร้างทัศนคติเชิงบวกในการทำงาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญแล้ว ย่อมสามารถพัฒนาตัวเองให้มีความกระตือรือร้น มุ่งมั่นในเป้าหมาย และกล้าตัดสินใจในงานของตัวเองมากขึ้น ไม่ยอมแพ้กับอุปสรรค และมีความรู้สึกที่ดีต่อเหตุการณ์ต่างๆ ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Selvanathan (2015 : Abstract) พบว่า การเพิ่มความสามารถในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพและผลผลิตของพนักงาน โดยทัศนคติของพนักงานมีความสำคัญต่อหน่วยงานภาครัฐในการปรับปรุงคุณภาพการทำงานของหน่วยงานให้มีความเป็นเลิศ 2) ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ด้านการทำงานเชื่อถือได้ และด้านงานสำเร็จทันเวลา เนื่องจากความตั้งใจนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานทุกอย่าง ซึ่งต้องประกอบไปด้วยความมุ่งมั่นทุ่มเททั้งกาย และใจ ที่จะเรียนรู้และทำให้เข้าใจถึงแก่นแท้ของเรื่องนั้น ทุ่มเท อดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆ ที่เกิดจากการปฏิบัติงาน พยายามแก้ปัญหาให้สำเร็จ ส่งผลให้บุคคลนั้นมีความรู้สึกรับผิดชอบเพิ่มขึ้นในการปฏิบัติงาน สามารถผลิตผลงานที่มีมาตรฐาน แสดงถึงมีระบบการทำงานที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถผลิตผลงานได้สำเร็จตามเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leung และ คณะ (2016 : Abstract) พบว่า อารมณ์ ความเครียดที่เกิดขึ้นระหว่างการทำงานของผู้เข้าร่วมประมาณค่าก่อสร้างไม่มีผลต่อความมุ่งมั่นในการทำงาน การที่บุคคลมีความมุ่งมั่นในการทำงานอย่างต่อเนื่องจะทำให้เกิดผลเชิงบวกต่อองค์กร ทำให้ปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจ ทุ่มเท และความมุ่งมั่นในการทำงานยังช่วยเพิ่มความแม่นยำในการประมาณค่าก่อสร้าง ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น และ 3) ความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ด้านการพัฒนาความรู้ในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ในด้านการทำงานเชื่อถือได้ และด้านผลงานได้มาตรฐาน เนื่องจากความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบในเป้าหมายขององค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นกับงาน โดยสะท้อนให้เห็นว่านักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการสามารถสร้างผลงานให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ซึ่งต้องเป็นผลมาจากการพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ ศึกษาจุดด้อย ข้อบกพร่อง จุดแข็งของตนเองอย่างสม่ำเสมอ มีการทำงานที่เป็นระบบส่งผลให้การทำงานมีความน่าเชื่อถือ และได้ผลงานที่มีมาตรฐานตามที่องค์กรกำหนด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ หรรษา เขตต์บรรพต (2554 : 86) กล่าวว่า การพัฒนาตนเองจำแนกเป็นการด้านพัฒนา ด้านรูปธรรม เป็นการพัฒนาในส่วนที่สัมผัสได้ด้วยอวัยวะสัมผัส และการพัฒนาด้านนามธรรม เป็นการพัฒนาด้านจิตใจ สติปัญญา ทัศนคติ แรงจูงใจ อุปนิสัย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักตรวจสอบภาษีที่มีตำแหน่งสูงกว่าระดับปฏิบัติการ และอยู่ในพื้นที่อื่นของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักตรวจสอบภาษีตำแหน่งอื่น แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบและนำไปปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มขึ้น

5.1.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์หรือปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงาน เช่น ความสามารถในการปรับตัว ผลการปฏิบัติงาน ด้านความเชื่อมั่นในจรรยาบรรณ เป็นต้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ประสิทธิภาพการทำงานเพิ่มมากขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาตัวแปรตามอื่นที่ไม่ใช่ประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น คุณภาพการปฏิบัติงาน ผลการปฏิบัติงาน ศักยภาพในการทำงาน เป็นต้น เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาบุคลากรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.4 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้มีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.5 ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสอบถามแบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่ถูกต้อง และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการมีทัศนคติที่ดี โดยที่บุคคลจะต้องมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมต่างๆ รอบตัว และมีความกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้หาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้สามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายเกิดผลสำเร็จ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการทำงาน

5.2.2 นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน โดยการแสดงออกถึงความตั้งใจ ความรับผิดชอบในการทำหน้าที่ตรวจสอบภาษีอากร มีการปฏิบัติงานด้วยความเพียร มานะ บากบั่น ไม่ย่อท้อต่อปัญหา มีความทุ่มเทกำลังกายกำลังใจในการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จ

5.2.3 นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ในงาน โดยพัฒนาศักยภาพของตนเองทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม ฝึกฝนและเพิ่มพูนความรู้ทางด้านภาษีอากร อย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้และเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

5.2.4 นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการทำงานในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการทำงานเชื่อถือได้ งานสำเร็จทันเวลา และผลงานได้มาตรฐาน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความน่าเชื่อถือ สามารถตรวจสอบได้ งานสำเร็จตามเวลาที่กำหนดทันต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจ โดยมีการใช้ต้นทุนในการปฏิบัติงานลดลง และได้ผลงานที่ถูกต้อง ครบถ้วน เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์การ

5.2.5 นักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาองค์การ ผลงานขององค์การจะได้มาตรฐานต้องเกิดจากการพัฒนากระบวนการทำงานของบุคคลในองค์การ

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของนักตรวจสอบภาษีปฏิบัติการของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษา พบว่าความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ด้านการมีทัศนคติที่ดี ด้านความมุ่งมั่นตั้งใจทำงาน และด้านการพัฒนาความรู้ในงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ดังนั้น นักตรวจสอบภาษีควรใช้เป็นข้อมูล

พื้นฐานในการกำหนดแนวทางเพื่อส่งเสริม สร้างความเข้าใจ และพัฒนาการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ เสริมสร้าง และพัฒนาวิธีการในการสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพากร. (2557). ข้อมูลจำนวนนักตรวจสอบภาษี ระดับปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ
- พจน์ พจนพานิชย์กุล. (2559). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคล. ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2559, จาก <https://sites.google.com/site/potarticle/02>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2543). ประมวลสาระชุดวิชาการองค์การและทรัพยากรมนุษย์ นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สมใจ ลักษณะ. (2543). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : เพิ่มทรัพย์การพิมพ์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2549). การบริหารงานบุคคลแผนใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- หรรษา เขตต์บรรพต. (2554). การเพิ่มประสิทธิภาพในองค์การ. นนทบุรี : ศูนย์หนังสือเมืองไทย.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.
- Black, Ken. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. USA : John Wiley & Son .
- Fayers P. M., & Machin, D. (2000). *Quality of life: Assessment, analysis and interpretation*. Chichester : John Wiley & Sons.
- Hale, B. (2002). *Building self-confidence*. London : Sport coach UK.
- Leung, M., Yu, J., & Chong, M. (2016). Effects of stress and commitment on the performance of construction estimation participants in Hong Kong. *Journal of Construction Engineering & Management*. 142, 1-10.
- Nunnally J.C. (1978). *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill.
- Pemberton A. J. (1951). Note on a suggested index of item validity : The U-L Index. *Journal of Educational Psychology*. 42(8), 499-504.
- Selvanathan, M. (2015). The effects of employees' attitude on excellent work quality among malaysian government employees towards customers' satisfaction. *Global Management Journal*, 7, 14-26.

ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิตรายณ์ที่มีต่อผลการดำเนินงาน
ทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย
Effects of Product Creativity Strategy on Marketing Performance in Fashion
Businesses in Thailand

มยุรีย์ มะโนมัย¹ ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา² และชุตินา เรืองอุตมามันท์³
Mayuree Manomai¹ Supapong Pinveha² and Chutima Ruanguttamanun³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิตรายณ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย จำนวน 101 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิตรายณ์ ด้านการกลั่นกรองความคิด ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และด้านการพัฒนาผลิตรายณ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด ดังนั้น ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนี้ ผู้บริหารธุรกิจแฟชั่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิตรายณ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด อันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิตรายณ์ ผลการดำเนินงานทางการตลาด ธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย

* นิสิตรดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Business Administration, 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 effects of product creativity strategy on marketing performance in fashion businesses in Thailand. To collect data, the survey questionnaire was distributed to 101 executives of fashion businesses in Thailand. The statistics used in this study included the multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that product creativity strategy in aspects of idea screening, marketing strategy development and product development had positive relationships with and effects on marketing performance. The results from this research indicate that executives of fashion businesses can use results as a guideline for setting product creativity strategy to respond to the needs of their customers. This will lead to effective marketing performance and then lead to sustainable competitive advantage in the future.

Keywords : Product Creativity Strategy, Marketing Performance, Fashion Businesses in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบันโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และการแข่งขันของภาคธุรกิจในการสร้างความพึงพอใจที่สูงขึ้นแก่ผู้บริโภค องค์กรธุรกิจจึงไม่หยุดยั้งในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์มาเสนอต่อผู้บริโภคตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรที่เกิดขึ้นในทุก ๆ สัปดาห์ หากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จำนวนมากไม่ประสบความสำเร็จในตลาด ความล้มเหลวดังกล่าวหมายถึง การสูญเสียเงินทุนจำนวนมาก แต่การละเลยในการการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อาจมีผลเสียหายรุนแรงกว่า เช่น การสูญเสียลูกค้าให้แก่คู่แข่งที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่า ในราคาต่ำกว่า รวมทั้งการสูญเสียโอกาสทางการขยายตลาดและสร้างกำไรเพิ่ม (วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล, 2552 : 113) ดังนั้น การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะความต้องการของผู้บริโภคที่มีเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและในขณะเดียวกันมีความปรารถนาที่จะเห็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในท้องตลาด (พิชญ จงสถิตวัฒนา, 2542 : 117) จากความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องมีการกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา

กลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (Product Creativity Strategy) เป็นวิธีการที่มีอยู่แล้วซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิมหรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ (Mccarthy and Perreault, 1991 : 342) นักการตลาดในปัจจุบัน จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จะต้องมีการทำงานอย่างรอบคอบ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ล้มเหลวมีมากกว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งนักการตลาดจะทำการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการ 8 ขั้นตอน (นภวรรณ คณานุกัษ, 2555 : 154) ดังนี้ 1) การสร้างสรรค์ความคิด (Idea Generation) 2) การกลั่นกรองความคิด (Idea Screening) 3) การพัฒนาและตรวจสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) 4) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy Development) 5) การวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis) 6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) 7) การทดสอบทางการตลาด (Marketing Testing) และ 8) การแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด (Commercialization) ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการ 8 ขั้นตอนนี้

นักการตลาดควรมีการทำงานอย่างรอบคอบ เพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ

ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการในวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางการตลาดประกอบด้วย ตัวชี้วัดจำนวน 3 ด้าน (เอกชัย บุญยาธิฐาน, 2553 : 38) ได้แก่ 1) ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) 2) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) และ 3) ความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) นอกจากนี้ ยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่แค่การตรวจสอบและควบคุมการดำเนินงานขององค์กร แต่จะเป็นวิธีการติดตามผลของการดำเนินงานโดยอาศัยการวัดความสำเร็จขององค์กรที่สามารถมองได้ 2 มิติที่สมดุลกัน คือ มิติด้านการเงินกับมิติที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (दनัย เทียนพุด, 2545 : 15) การวัดผลการดำเนินงานทางการตลาด ถือว่ามีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ด้านต่าง ๆ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ ดังนั้น การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องประกอบด้วย ทั้งการมีกลยุทธ์ที่ดีและการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในขณะเดียวกัน ถ้าองค์กรมีความสามารถในการปฏิบัติงานแต่ขาดกลยุทธ์ที่ดีย่อมทำให้องค์กรประสบความล้มเหลว

ธุรกิจแฟชั่น (Fashion Business) เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ประกอบไปด้วย 3 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ และธุรกิจเครื่องหนังและผลิตภัณฑ์ โดยในปี 2558 มีมูลค่าการจ้างงานประมาณ 2.2 ล้านคน ซึ่งธุรกิจแฟชั่นสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศคิดเป็นมูลค่าการส่งออกในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมด โดยแบ่งเป็นมูลค่าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประมาณ 7,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เครื่องหนังและผลิตภัณฑ์หนังประมาณ 1,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอัญมณีและเครื่องประดับประมาณ 13,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2558 : เว็บไซต์) อุปสรรคที่สำคัญของธุรกิจแฟชั่น ในประเทศไทย คือ การสร้างตำแหน่งทางการแข่งขันของประเทศในฐานะศูนย์กลางแฟชั่นของภูมิภาค ซึ่งสิงคโปร์และฮ่องกงมีความชัดเจนในด้านนี้มากกว่าไทยอยู่มาก สำหรับธุรกิจแฟชั่นของไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากผู้บริโภคหลาย ๆ กลุ่มทั้งหญิงและชาย โอกาสของผู้ประกอบการอยู่ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีแนวโน้มอย่างมากในการเผยแพร่สินค้าแฟชั่นจากไทย ออกสู่ต่างประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ในการออกแบบสินค้าให้เกิดความน่าสนใจ และมีความแตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ โดยต้องคำนึงถึงประโยชน์ และประสิทธิภาพของสินค้านั้น ๆ ด้วย อีกทั้งผู้ประกอบการเองต้องมีความสามารถทางการตลาด เนื่องจากการขยายของแบบทั่วไป อาจไม่เพียงพอในยุคของการแข่งขันที่รุนแรงแบบนี้ เพราะเราจะมีคู่ต่อสู้จากหลายด้านมากขึ้น (สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย, 2558 : เว็บไซต์) อย่างไรก็ตาม การที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้ได้ผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จได้นั้น ธุรกิจแฟชั่นจะต้องมีความเข้าใจผู้บริโภคในยุคปัจจุบันและสามารถปรับตัวให้ทันกับพฤติกรรมและการดำรงชีวิตของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

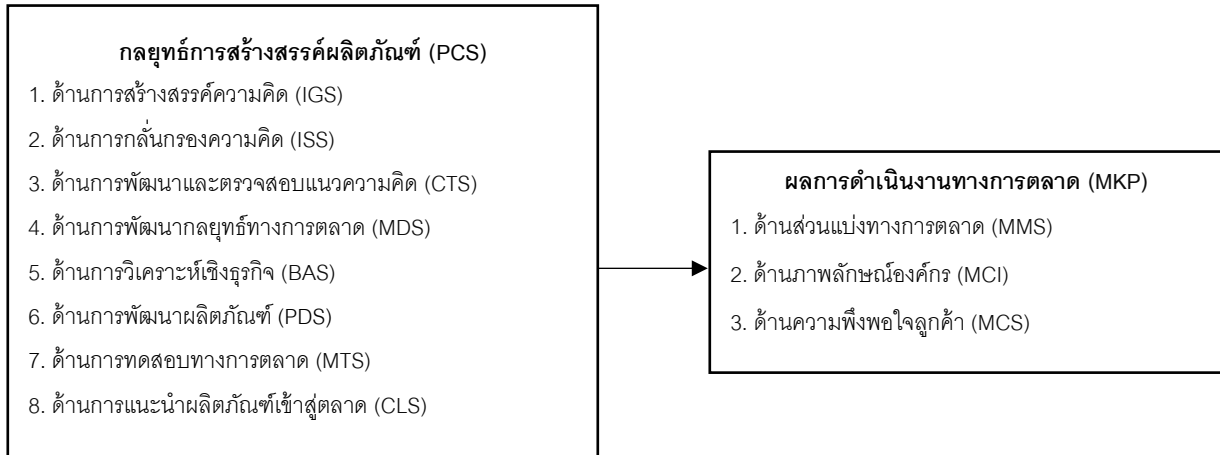
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ผลกระทบกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดขององค์กรหรือไม่อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ แนวทางสำหรับผู้ประกอบการของธุรกิจแฟชั่น การกำหนดทิศทางการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่น ตลอดจนเป็นข้อเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการตลาด จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์และผลการดำเนินงานทางการตลาด



2.1 กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์ (Produce Creativity Strategy)

กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์ หมายถึง การคิดค้นวิธีการใหม่ที่ดีและแตกต่างจากคู่แข่งใน

การสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์ โดยมีการปรับปรุง ดัดแปลง และออกตราสินค้าใหม่สู่ตลาด โดยผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาของธุรกิจซึ่งการสร้างสรรคผลิิตภัณฑ์ใหม่นี้ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงไป ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการสร้างสรรคความคิด (Idea Generation) หมายถึง ความสามารถในการคิดสิ่งใหม่ให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะต้องค้นหาความคิดอย่างเป็นระบบ สามารถหาความคิดได้จากแหล่ง ภายใน ลูกค้า คู่แข่งขัน และช่องทาง การจัดจำหน่าย

2.1.2 ด้านการกลั่นกรองความคิด (Idea Screening) หมายถึง การคัดเลือกความคิดต่างๆ ให้เหลือเฉพาะความคิดที่เหมาะสมและเป็นไปได้ โดยมีเกณฑ์ในการกลั่นกรองความคิด เช่น ความสามารถทางการตลาด ความพร้อมของทรัพยากร ความสามารถในการออกแบบและการผลิต ฝ่ายจัดซื้อและซัพพลายเออร์ วัตถุประสงค์และนโยบายของกิจการ และภาพพจน์ของกิจการ เป็นต้น

2.1.3 ด้านการพัฒนาและตรวจสอบแนวความคิด (Concept Development and Testing) หมายถึง ความคิดที่ผ่านการกลั่นกรองแล้วนำมาพัฒนาเป็นหลักการ แล้วนำหลักการนั้นๆไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคว่าสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้หรือไม่

2.1.4 ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategy Development) หมายถึง การออกแบบกลยุทธ์หรือการพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดให้ดีขึ้น เพื่อแนะนำหลักการที่ผ่านการตรวจสอบหรือผลิิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด โดยใช้กลยุทธ์ ด้านผลิิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด เป็นต้น

2.1.5 ด้านการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business Analysis) หมายถึง การวิเคราะห์สถานการณ์และความเป็นไปได้ทางธุรกิจ เพื่อลดอัตราความเสี่ยงในการดำเนินงาน โดยการทบทวนยอดขาย ต้นทุน และกำไรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ว่าสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้หรือไม่

2.1.6 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) หมายถึง การนำหลักการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาทำการวิจัยและพัฒนาเป็นต้นแบบที่สำคัญต้องเป็นต้นแบบที่สามารถนำไปผลิตสินค้าได้อย่างรวดเร็วและประหยัดงบประมาณมากที่สุด และสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ใหม่

2.1.7 ด้านการทดสอบทางการตลาด (Marketing Testing) หมายถึง การทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่กับสถานการณ์จริงและทำการทดสอบโปรแกรมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ ที่จะนำมาแก้ไขปรับปรุง โดยวิธีที่ใช้ การทดสอบกับตลาดจำลอง การทดสอบกับตลาดมาตรฐาน และการทดสอบกับตลาดที่อยู่ภายใต้การควบคุม เป็นต้น

2.1.8 ด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด (Commercialization) หมายถึง การตัดสินใจนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด โดยคำนึงถึง การแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่เวลาใด สถานที่ไหน ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายคือใคร และแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างไรให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เร็วที่สุด

2.2 ผลการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Performance)

ผลการดำเนินงานทางการตลาด หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากกระบวนการในวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

2.2.1 ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) หมายถึง อัตราส่วนการครองตลาดที่เพิ่มมากขึ้นโดยวัดจากยอดขายของธุรกิจ

2.2.2 ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ ความรู้ ความประทับใจ ความเชื่อมั่น เชื่อถือ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อองค์กรโดยการกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร ด้านการบริหาร การจัดการ รวมไปถึงสินค้าและบริการขององค์กร

2.2.3 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการของตนไม่ได้รับการตอบสนองความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิติดกับเป็นส่วนสำคัญยิ่งต่อธุรกิจแฟชั่น เนื่องจากปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่ที่แตกต่างกันและเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ธุรกิจแฟชั่นจึงจำเป็นต้องทำการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือปรับปรุง เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานทางการตลาดที่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นจึงตั้งเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย : กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิติดกับมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ
ผลการดำเนินงานทางการตลาด

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดในประเทศไทย จำนวน 1,210 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2558 : เว็บไซต์) โดยกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย จำนวน 300 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 43) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยดำเนินการ 1) จำแนกผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทยตามประเภทธุรกิจ 2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทยตามสัดส่วน 3) ทำการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนข้อ 2 โดยใช้คอมพิวเตอร์ โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 300 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 101 ฉบับ ซึ่งมีอัตราการตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 33.67 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่าขนาดตัวอย่างที่ได้มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป รวมระยะเวลาในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล 121 วัน นับตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 พฤษภาคม 2559

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 8 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการสร้างสรรค์ความคิด จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การแสวงหาความคิดจากแหล่งต่างๆ เพื่อนำมาสู่ความคิดที่แปลกและแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น หาความคิดได้จากพนักงาน ลูกค้า คู่แข่งขัน และช่องทางการจัดจำหน่าย
- 2) ด้านการกลั่นกรองความคิด จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การคัดเลือกความคิดที่จะมีโอกาสประสบความสำเร็จและเหมาะสมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่
- 3) ด้านการพัฒนาและตรวจสอบแนวความคิด จำนวน 3 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การรวบรวมความคิดจากแหล่งต่าง ๆ และนำความคิดไปปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์
- 4) ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การพัฒนาเครื่องมือทางการตลาด รวมถึงการแข่งขันและแย่งชิงส่วนครองตลาดจากคู่แข่ง
- 5) ด้านการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การทบทวนยอดขาย ต้นทุน และกำไร รวมถึงการวิเคราะห์อัตราความเสี่ยงในการดำเนินงาน
- 6) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการวิจัยและพัฒนาในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์
- 7) ด้านการทดสอบทางการตลาด จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การทดสอบผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภค หรือการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการส่งเสริมการขายและการสื่อสารทางการตลาด และ
- 8) ด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมถึงสถานที่ เวลา ในการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด

ผลการดำเนินงานทางการตลาด เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา อัตราส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร รวมถึงความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์
- 2) ด้านภาพลักษณ์องค์กร จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา สถานที่ การดำเนินงาน และการจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมสิ่งแวดล้อมที่พนักงาน และ
- 3) ด้านความพึงพอใจลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา การผลิตสินค้าและบริการที่รวดเร็ว รวมถึงสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในการนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.503-0.964 และผลการดำเนินงานทางการตลาด ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.655-0.860 ซึ่งสอดคล้องกับ Ebel and Frisbie (1986) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.30 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและทดสอบหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.736-0.943 และผลการดำเนินงานทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.799-0.867 ซึ่งสอดคล้องกับ Ebel and Frisbie (1986) ได้นำเสนอว่าความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach ซึ่งแนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70 จึงยอมรับได้ ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ MKP} = \beta_0 + \beta_1\text{IGS} + \beta_2\text{ISS} + \beta_3\text{CTS} + \beta_4\text{MDS} + \beta_5\text{BAS} + \beta_6\text{PDS} + \beta_7\text{MTS} + \beta_8\text{CLS} + \mathcal{E}$$

โดย β = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

$\mathcal{E}$ = ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

MKP = ผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวม

IGS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการสร้างสรรคความคิด

ISS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการกลั่นกรองความคิด

CTS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการพัฒนาและตรวจสอบแนวความคิด

MDS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

BAS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ

PDS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

MTS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการทดสอบทางการตลาด

CLS = กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการแนะนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวมของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย

ตัวแปร	MKP	IGS	ISS	CTS	MDS	BAS	PDS	MTS	CLS	VIFs
$\bar{X}$	3.75	3.44	3.72	3.88	3.78	4.01	4.05	3.44	3.66	
S.D.	0.64	0.85	0.82	0.76	0.86	0.69	0.73	0.92	0.92	
MKP	-	0.407*	0.701*	0.632*	0.706*	0.713*	0.686*	0.404*	0.335*	
IGS		-	0.687*	0.457*	0.542*	0.375*	0.426*	0.608*	0.676*	2.689
ISS			-	0.672	0.768*	0.722*	0.625*	0.600*	0.549*	4.433
CTS				-	0.605*	0.695*	0.740*	0.556*	0.501*	3.033
MDS					-	0.710*	0.655*	0.507*	0.436*	2.994
BAS						-	0.733*	0.382*	0.341*	3.464
PDS							-	0.407*	0.397*	2.959
MTS								-	0.767*	2.916
CLS									-	2.990

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.335 - 0.713 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity ซึ่งปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระกลยุทธ์การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ มีค่าตั้งแต่ 2.689 - 4.433 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับผลการดำเนินงานทางการตลาด
โดยรวมของธุรกิจแฟชั่นในประเทศไทย

กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์	ผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวม		t	p-value
	(MPK)			
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.893	0.267	3.349*	0.001
ด้านการสร้างสรรค์ความคิด (IGS)	-0.053	0.078	-0.690	0.492
ด้านการกลั่นกรองความคิด (ISS)	0.229	0.104	2.208*	0.030
ด้านการพัฒนาและตรวจสอบแนวความคิด (CTS)	0.059	0.092	0.645	0.520
ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด (MDS)	0.178	0.081	2.189*	0.031
ด้านการการวิเคราะห์เชิงธุรกิจ (BAS)	0.152	0.109	1.394	0.167
ด้านการพัฒนาผลิภัณฑ์ (PDS)	0.205	0.095	2.173*	0.032
ด้านการทดสอบทางการตลาด (MTS)	0.010	0.075	0.132	0.895
ด้านการแนะนำผลิภัณฑ์เข้าสู่ตลาด (CLS)	-0.052	0.076	-0.683	0.496
F = 20.620 p = 0.000 Adj R ² = 0.611				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการถ่วงดุลความคิด (ISS) ด้านการพัฒนา
กลยุทธ์ทางการตลาด (MDS) และด้านการพัฒนาผลิภัณฑ์ (PDS) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ
ผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวม (MPK) เนื่องจาก ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของ
เทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลิภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิภัณฑ์สั้นลง และ
ความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น ผลิภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็น
ผลิภัณฑ์ที่มีความใหม่ที่แปลกและแตกต่าง และเป็นผลิภัณฑ์ที่สอดคล้องกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค
ด้วยเหตุนี้ องค์การภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องทำอย่างจริงจังที่จะต้องทำการสร้างสรรค์ผลิภัณฑ์ หรือปรับปรุง เปลี่ยนแปลงผลิภัณฑ์
ใหม่ ให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Calantone, Harmancioglu and
Droge (2010 : 1065-1081) พบว่า ผลิภัณฑ์ใหม่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อบริษัทผู้ผลิตในการทำธุรกิจให้ประสบ
ความสำเร็จและสามารถอยู่รอดในตลาดที่แข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ซึ่งหลายบริษัทได้ใช้ผลิภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องมือ
ของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีศักยภาพในการสร้างจุดแข็งและเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับแนวคิดของ นววรรณ คณานุกรักษ์ (2555 : 154) กล่าวว่า การถ่วงดุลความคิด
เป็นการคัดเลือกความคิดต่าง ๆ ให้เหลือเฉพาะความคิดที่เหมาะสมและเป็นไปได้ เพราะการพัฒนาผลิภัณฑ์จะมีต้นทุน
เกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ใช้ประเมินความสำเร็จอาจจะประกอบด้วย ความสามารถทางการตลาด ความพร้อมของทรัพยากร
ความสามารถในการออกแบบและการผลิต ฝ่ายจัดซื้อและซัพพลายเออร์ และภาพพจน์ของกิจการ วัตถุประสงค์และ

นโยบายของกิจการ ระดับความใหม่ของความคิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลพร จันทะวงศ์ (2549 : บทคัดย่อ) พบว่า การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จำหน่ายสินค้าในศูนย์การค้าเซ็นเตอร์พ้อยต์ 2003 จังหวัดอุดรธานี ผู้จำหน่ายสินค้าควรติดตามข่าวสารแนวโน้มของแฟชั่นต่าง ๆ อีกทั้งสินค้าควรมีให้ลูกค้าเลือกหลากหลายชนิด เน้นรูปแบบกำลังเป็นที่นิยม และควรมีการติดป้ายแสดงราคา และสามารถลดราคาได้เมื่อมีการต่อรอง ควรเลือกทำเลที่ตั้งสะดวก ง่าย และใกล้แหล่งชุมชน จัดพื้นที่ให้เป็นระเบียบ มีการจัดเก็บสินค้าไว้ในที่ปลอดภัย ผู้จำหน่ายควรมีการโฆษณาตามสถานีวิทยุอย่างสม่ำเสมอ มีการแจกสินค้าเพื่อเป็นการสมนาคุณ หรือให้ส่วนลดกับผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวกร ช่อนฉวี (2558 : บทคัดย่อ) พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภาคกลาง ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบนวัตกรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนาการ ดังนั้น องค์การต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบนวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบปรับปรุงใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบลอกเลียนแบบ โดยการสำรวจสภาพแวดล้อมในด้านต่างที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภคของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ หาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อันจะนำมาซึ่งผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาตัวแปรตามอื่นที่ไม่ใช่ผลการดำเนินงานทางการตลาด เช่น ความสำเร็จในการดำเนินงาน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เป็นต้น

5.1.2 ควรศึกษากลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ในกลุ่มตัวอย่างอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจเครื่องสำอาง ธุรกิจผลิตเครื่องเรือน เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์กับธุรกิจอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.1.3 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจแฟชั่น ซึ่งจะทำให้ กิจการทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

5.1.4 ควรมีการเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุดและสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการของธุรกิจ

5.1.5 ควรกำหนดผู้ตอบแบบสอบถามให้เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่อยู่ในทีมการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ และมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ที่มีการผลิตรายต่อเนื่อง และทราบข้อมูลขององค์กรเป็นอย่างดี

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้บริหารธุรกิจแฟชั่น สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการสร้างสรรคผลิภัณฑ์ขององค์กร อีกทั้งยังเป็นข้อสนเทศในการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ให้สอดคล้องกับผลการดำเนินงานทางการตลาดขององค์กร เพื่อให้ผลการดำเนินงานทางการตลาดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพขององค์กร ซึ่งส่งผลให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

6. สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ ด้านการกลั่นกรองความคิด ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และด้านการพัฒนาผลิภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจแฟชั่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรคผลิภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างสูงสุด อันจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2558). *อุตสาหกรรมแฟชั่น*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). ค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.komchadluek.net/news/lifestyle/218612>
- ชาคร อ่อนจวี. (2558). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการพัฒนาผลิภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในภาคกลาง*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ดนัย เทียนพุฒ. (2545). *ดัชนีวัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicators : KPI)*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นภาพรณ คณานุกรณ์. (2555). *กระบวนการพัฒนาผลิภัณฑ์ใหม่*. กรุงเทพฯ : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2542). *การบริหารการตลาด : การวิเคราะห์กลยุทธ์และการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล. (2552). *ตำรา หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิไลพร จันทะวงษ์. (2549). *การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้จำหน่ายสินค้าในศูนย์การค้าเซ็นเตอร์พ้อยต์ 2003 จังหวัดอุดรธานี*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย. (2558). *อุตสาหกรรมแฟชั่น อุตสาหกรรมไอเดีย*. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2558, จาก <http://www.federationthaisme.org/detail-knowledge.php?id=7>.
- เอกชัย บุญยาพิษฐาน. (2553). *KPI หัวใจนักบริหารตัวชี้วัดสมรรถนะหลัก*. กรุงเทพฯ : สายส่งปัญญาชน.
- Aaker,D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York : John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed.). U.S.A. : John Wiley & Son.
- Calantone, R., Harmancioglu, N., & Droge, c. (2010). Inconclusive innovation "Returns": A meta-analysis of research on innovation in new product development. *Journal of Product Innovation Management*, 27(7), 1065-1081.
- Ebel, R. L., & Frisbie, D. A. (1986). *Essentials of educational measurement* (4th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Mccarthy, E. J., & Perreault, D. W. (1991). *Basic marketing* (6th ed.). Boston : McGraw-Hill Irwin.

ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงาน ของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Relationship between Continuous Knowledge Development and Performance of Saving
and Credit Cooperative Accountants in Northeast

วินนิตา รักภักดี* จุลสุชดา ศิริสม² และ ณัฐวรรณ มุสิก³

Winnisa Rakpakdee* Julsuchada Sirisom² and Naratthawun Musik³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับ
ผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 143 คน สถิติที่ใช้ใน
การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ซึ่งการพัฒนา
ความรู้อย่างต่อเนื่องได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน ผลการวิจัย
พบว่า การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการฝึกอบรม ด้านการสอนงาน ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ
และด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม
ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง หรือพัฒนาตนเองของนักบัญชีให้มีประสิทธิภาพ
มากขึ้น และเป็นข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปรับปรุงการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง การฝึกอบรม การสอนงาน การเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ
การศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ ผลการปฏิบัติงาน

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student of Accounting, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University.

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

The objective of this research was to assess the relationship between continuous knowledge development and performance of saving and credit cooperative accountants in northeast. A questionnaire was an instrument for collecting data from 143 staffs of saving and credit cooperative accountants in northeast of Thailand. Multiple correlation analysis and multiple regression analysis were used as statistical techniques. Continuous knowledge development was assigned as an independent variable that was positively related to and affected performance. The results revealed that the training, coaching, knowledge unofficially and benchmarking study of continuous knowledge development were positively related to overall performance. According to results, accountants should develop themselves to be more knowledgeable and organization also needs to improve their operation continuously in order to increase firm effectiveness and efficiency.

Keywords: Continuous Knowledge Development, Training, Coaching, Knowledge Unofficially, Benchmarking Study, Performance

1. บทนำ

ท่ามกลางโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่องและไม่หยุดยั้ง มีการนำความรู้ มาใช้ในการพัฒนาองค์กรในหลายๆ ด้าน ส่งผลให้องค์กรต้องปฏิรูปหน่วยงาน เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้องค์กรจำเป็นต้องให้บุคลากรมีการพัฒนาความรู้ รวมถึง การแสดงความคิดเห็นที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์ เพื่อที่จะให้องค์กรยืนหยัดและสามารถแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ (วีรวิธ มาชะศิริานนท์, 2553 : 9) รวมทั้ง นักบัญชีซึ่งต้องการการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ให้ทันกับกฎ ระเบียบ และมาตรฐาน ที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ของตนเองให้เป็นที่ต้องการขององค์กร

การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Knowledge Development) เป็นการแสวงหาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถของตนเอง ให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานวิชาชีพ โดยไม่จำกัดความรู้ทางด้านการบัญชีเท่านั้น แต่ควรมีความรู้ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบวิชาชีพบัญชีด้วย เพื่อให้เกิดความรู้และความสามารถจัดการปัญหาต่างๆ ได้ ทำให้มีการพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มขึ้นและบุคคลนั้นจะรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนร่วมกับการทำงาน เกิดการอยากสร้างอนาคต สร้างรูปแบบความคิดใหม่ๆ ขยายความสามารถของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่ต้องการอย่างแท้จริง โดยการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องมีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน (พิเชฐ บุญยัติ, 2547 : 10) ประกอบด้วย การฝึกอบรม การสอนงาน การเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ และการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ ดังนั้น นักบัญชีหากมีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องแล้วย่อมทำให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ผลการปฏิบัติงาน (Performance) เป็นศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละบุคคล ที่มีความสัมพันธ์กับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานที่วางไว้ การที่พนักงานภายในองค์กรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลและประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ ผลการปฏิบัติประกอบด้วย การบรรลุเป้าหมาย มาตรฐานและความเชื่อถือได้ ความทันเวลา และความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง (ปาริชาติ แสงพานิช, 2545 : 38-41) ผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีการประเมินผล

การปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้ทราบว่าควรจะให้ผลตอบแทนมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับผลงานของพนักงานในแต่ละช่วงที่ทำการประเมิน หากพนักงานไม่สามารถปฏิบัติงานให้บรรลุตามมาตรฐาน หรือเป้าหมายที่กำหนดก็จะมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ที่จะให้พนักงานมีโอกาสรับปรุงแก้ไขหรือควรให้พ้นสภาพการเป็นพนักงานขององค์กรในที่สุด (มุสดี ฐมาคม, 2558 : เว็บไซต์) ดังนั้น การพัฒนาความรู้และผลการปฏิบัติงาน จึงมีความสำคัญ ต่อนักบัญชีและต่อองค์กรเป็นอย่างมาก

สหกรณ์ออมทรัพย์ (Savings and Credit Cooperative) เป็นสถาบันการเงินที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเงิน เมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์นอกวง เป็นองค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิกไม่หวังผลกำไร สหกรณ์จะต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้เป็นสมาชิก และมีความโปร่งใสในการทำงาน และการจัดทำข้อมูลทางการเงินและบัญชีอย่างมีคุณภาพ ดังนั้น สหกรณ์จำเป็นต้องมีนักบัญชีที่มีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การทำงานบัญชีที่ถูกต้อง มีความโปร่งใสและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในปัจจุบัน สหกรณ์ต้องวางนโยบายการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพในทุกๆ ด้านเพื่อการปรับตัวให้พร้อมรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ข้อมูลทางบัญชีจึงมีความสำคัญ เพราะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการดำเนินงานของธุรกิจที่จะมุ่งไปสู่การตัดสินใจในการวางแผนและการควบคุมด้านการเงิน (สำนักนายทะเบียนและกฎหมายกรมส่งเสริมสหกรณ์, 2558 : เว็บไซต์)

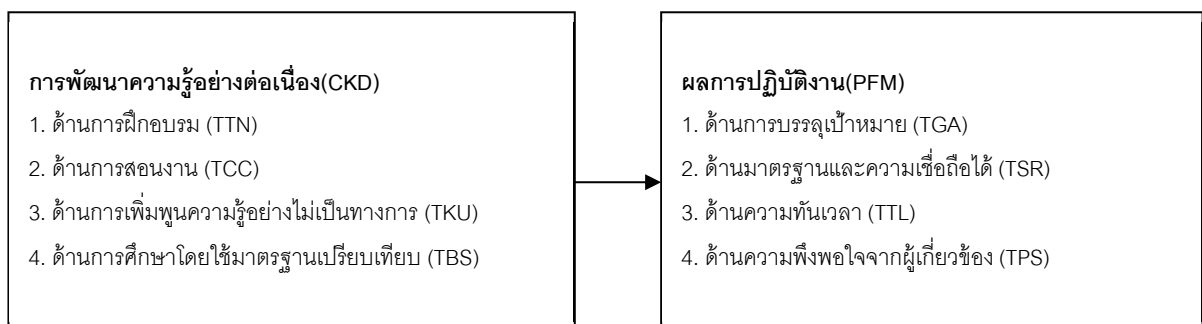
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถที่นำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุง หรือพัฒนาตนเองของนักบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นข้อสนเทศให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปปรับปรุงการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

2. เอกสารของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องและผลการปฏิบัติงาน



2.1 การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Knowledge Development)

การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง หมายถึง การแสวงหาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถของตนเองเพื่อเป็นการเตรียมตนสำหรับความก้าวหน้าในสายงานหรือสายอาชีพเกี่ยวเนื่อง รวมถึงการฝึกอบรม การเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ โดยกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นทางการหรือผ่านกิจกรรมการเรียนรู้อย่างไม่เป็นทางการเพื่อพัฒนาตนเองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (พิเชฐ บุญญิต, 2547 : 10) ดังนี้

2.1.1 การฝึกอบรม (Training) หมายถึง กระบวนการพัฒนาหรือฝึกฝนบุคลากรในองค์กรให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ หรือเจตคติที่ดี ที่เหมาะสมกับภาระงานที่ได้รับ อันจะส่งผลให้บุคลากรแต่ละคนในองค์กรมีความสามารถเฉพาะตัวที่สูงขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นได้ดี ซึ่งจะทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพผลและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

2.1.2 การสอนงาน (Coaching) หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับงานโดยมีผู้บังคับบัญชาหรือ ผู้เชี่ยวชาญ เป็นพี่เลี้ยงสอนงานให้อย่างมีขั้นตอน แล้วให้ผู้รับการสอนงานลงมือทำ มีการติดตามประเมินผล เพื่อให้ผู้รับการสอนงานมี การนำไปใช้ปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ช่วยพัฒนาทักษะในการทำงาน คิดเป็นทำเป็น ช่วยแก้ปัญหาในการทำงาน และเกิดความมั่นใจในการทำงาน

2.1.3 การเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ (Knowledge Unofficially) หมายถึง การแสวงหาความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถเพิ่มเติม เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยศึกษาด้วยตนเอง ทั้งจากห้องสมุดหรือจากเอกสารทางวิชาการ จากผู้รู้ ประสบการณ์ สื่อสารสนเทศต่างๆ อย่างอิสระโดยไม่ได้คุณสมบัติเพิ่มขึ้น

2.1.4 การศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ (Benchmarking Study) หมายถึง การเปรียบเทียบความรู้และประสบการณ์ทางการบัญชี เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงาน ของตนเองโดยการสร้างสรรค์การปฏิบัติงาน ที่เกิดจากการศึกษาทางบัญชีและวิธีปฏิบัติ เพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานทางการบัญชี

2.2 ผลการปฏิบัติงาน (Performance)

ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน แต่ละบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และได้รับมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ตั้งไว้ ผลของการปฏิบัติงานที่ออกมาเป็นงานที่มีทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพ (ปาริชาติ แสงพานิช, 2545 : 38-41) ดังนี้

2.2.1 การบรรลุเป้าหมาย (Goal Accomplishment) หมายถึง การทำงานที่ประสบความสำเร็จ โดยพิจารณาถึงผลการปฏิบัติงานว่าตรงกับเป้าหมายที่องค์กรต้องการและเกิดประโยชน์สูงสุด

2.2.2 มาตรฐานและความเชื่อถือได้ (Standard and Reliability) หมายถึง คุณภาพการปฏิบัติงานที่สำเร็จต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ครบถ้วน เชื่อถือได้ ทันต่อเหตุการณ์ รวดเร็ว สมบูรณ์ เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพบัญชี

2.2.3 ความทันเวลา (Timeliness) หมายถึง การนำเสนอรายงานทางการเงินในเวลาที่เหมาะสม เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการตัดสินใจแก้ไขปัญหาต่างๆ และสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขได้อย่างทันเวลาอันจะเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2.2.4 ความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง (Participant Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของนักบัญชี มีทัศนคติด้านบวกและมีความพึงพอใจส่งผลการทำงานที่ดี

สมมุติฐานการวิจัย : การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 197 คน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2558 : เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 197 ชุด ตั้งแต่วันที่ 18 มกราคม – 2 กุมภาพันธ์ 2559 เมื่อครบกำหนดภายใน 15 วัน ได้รับคืนแบบสอบถามมาบางส่วน จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ติดตามโดยสอบถามทางโทรศัพท์กลับไปยังผู้ตอบแบบสอบถามอีกครั้ง ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ตอบกลับมามีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 143 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 72.59 ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับมาน้อย ร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการฝึกอบรม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการเข้าร่วมอบรมสัมมนา ความเข้าใจและความชำนาญ การฝึกทักษะ และการสร้างทัศนคติที่ดี 2) ด้านการสอนงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการถ่ายทอดเทคนิค การปฏิบัติงาน มีความรักในการถ่ายทอดความรู้มีความเชื่อมั่นและตั้งใจรวมถึงการสื่อสารเพื่อให้การสอนงานประสบความสำเร็จ 3) ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการแสวงหาความรู้ ขวนขวายที่จะศึกษาและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอส่งผลให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย 4) ด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงาน ค่านี้ถึงมาตรฐานการปฏิบัติงานเพื่อนำมาปรับปรุงและประยุกต์ใช้ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการปฏิบัติงานเป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติงาน ลำดับความสำคัญทำตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาและวิเคราะห์ขั้นตอนปฏิบัติงานเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านมาตรฐานและความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องครบถ้วน ความละเอียดรอบคอบ ปฏิบัติงานตามแผนงานที่กำหนดสามารถนำไปใช้ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ 3) ด้านความทันเวลา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน ลำดับความสำคัญของการปฏิบัติงาน การบริหารเวลาและการนำเสนอรายงานอย่างมีอาชีพ และ 4) ด้านความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน การรายงานผลการปฏิบัติงานเป็นไปอย่างถูกต้อง รับฟังความคิดเห็นจากผู้อื่นและได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรง (Validity) โดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5470-0.8920 ผลการปฏิบัติงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.7330-0.8740 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาอำนาจจำแนกของแบบสอบถามที่เกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ถือว่ามีคุณภาพในระดับดีมาก และค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.7950-0.9280 ผลการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8890-0.9210 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้เสนอว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยสามารถเขียนเป็นสมการ ดังนี้

$$\text{สมการ PFM} = \beta_0 + \beta_1 \text{ TTN} + \beta_2 \text{ TCC} + \beta_3 \text{ TKU} + \beta_4 \text{ TBS} + \varepsilon$$

เมื่อ	β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
	ε	แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์
	PFM	แทน ผลการปฏิบัติงานโดยรวม
	TTN	แทน การฝึกอบรม
	TCC	แทน การสอนงาน
	TKU	แทน การเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ
	TBS	แทน การศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	PFM	TTN	TCC	TKU	TBS	VIFs
$\bar{X}$	4.32	4.21	4.24	4.26	4.22	
S.D.	0.51	0.63	0.60	0.51	0.52	
PFM	-	0.702*	0.635*	0.519*	0.611*	
TTN		-	0.768*	0.747*	0.777*	3.213
TCC			-	0.745*	0.786*	2.980
TKU				-	0.858*	4.267
TBS					-	4.620

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIFs) ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง มีค่าตั้งแต่ 2.980 – 4.620 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับ
ผลการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง	ผลการปฏิบัติงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (α)	1.763	0.255	6.920*	<0.001
ด้านการฝึกอบรม (TTN)	0.408	0.084	4.882*	<0.001
ด้านการสอนงาน (TCC)	0.215	0.085	2.535*	0.012
ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ (TKU)	0.274	0.119	2.302*	0.023
ด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ (TBS)	0.259	0.122	2.121*	0.036
F = 39.822, p < 0.0001, Adj R ² = 0.522				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการฝึกอบรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยพัฒนา หรือฝึกฝนให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถ ทักษะหรือความชำนาญการเกิดประสบการณ์ที่เหมาะสมกับภาระงานที่ได้รับ รวมถึงการก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานอันจะส่งผลให้บุคลากรแต่ละคนในองค์กรมีความสามารถเฉพาะตัวสูงขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นได้ดี ซึ่งจะทำให้ผลการปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดตามแผนงานที่วางไว้ มีขั้นตอนปฏิบัติงานที่ชัดเจน สามารถปฏิบัติงานด้วยละเอียด รอบคอบ ครบถ้วน มีความถูกต้องเป็นไปตามมาตรฐาน สร้างความเชื่อถือได้ งานเสร็จทันเวลาที่กำหนด ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น เกิดความเชื่อถือได้ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเครือข่ายลิ้มอภิชาติ (2544 : 4) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นกิจกรรมเรียนรู้เฉพาะอย่างของบุคคลเพื่อปรับปรุงและเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ ทักษะหรือความชำนาญและเจตคติที่เหมาะสม จนสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและเจตคติเพื่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ยกมาตรฐานการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นและทำให้บุคลากรมีความเจริญก้าวหน้าในงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนานุกุลชัย (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า พนักงานบัญชีสหกรณ์มีความต้องการพัฒนาความรู้ทางการบัญชีด้วย ส่วนใหญ่คิดว่าเรื่อง การจัดทำงบการเงินจำเป็นต่อการทำงานมากที่สุด และต้องการพัฒนาความรู้เรื่องการจัดทำงบการเงินมากที่สุด สำหรับวิธีการที่พนักงานบัญชีสหกรณ์สนใจที่จะพัฒนาความรู้ทางการบัญชีคือ การเข้ารับการอบรมสัมมนา ส่วนสาเหตุที่ต้องการพัฒนาความรู้ทางการบัญชี คือ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับงานที่ทำ เพื่องานที่ได้มีมาตรฐานเชื่อถือได้ ทันเวลาและสร้างความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง ส่วนปัญหาในการพัฒนาความรู้ทางการบัญชีของพนักงานบัญชีสหกรณ์ คือ ปัจจุบันพนักงานบัญชีไม่ได้เข้ารับการฝึกอบรมสัมมนาและศึกษาต่อเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องจากปัญหาในเรื่องของเวลาและงบประมาณของสหกรณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ มหาวงศ์ (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า บุคลากรส่วนการคลังในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความต้องการพัฒนาความรู้ โดยการจัดอบรมที่หน่วยงานราชการจัดขึ้น และรับข้อมูลจาก

จดหมายจากทางราชการ การพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพบัญชี เพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้น และมีความต้องการอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชี และโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีด้วย แต่ก็ยังพบปัจจัยที่เป็นปัญหาในการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

2) การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการสอนงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม ทั้งนี้เนื่องจาก การสอนงานเป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับงานโดยมีผู้บังคับบัญชา หรือผู้เชี่ยวชาญ เป็นพี่เลี้ยงสอนงานให้อย่างมีขั้นตอน แล้วให้ผู้รับการสอนงานลงมือทำ มีการติดตามประเมินผล เพื่อให้ผู้รับการสอนงานมีการนำไปใช้ปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น ช่วยพัฒนาทักษะในการทำงาน คิดเป็น ทำเป็น ช่วยแก้ปัญหาในการทำงาน และเกิดความมั่นใจในการทำงาน ทำให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ สร้างความพึงพอใจจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ซึ่งการสอนงานที่มีประสิทธิภาพจะสัมพันธ์กับบรรยากาศของการเรียนรู้ที่จะพัฒนาการเรียนรู้และความสามารถสร้างสรรค์ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิทยา ด้านธำรงกุล (2546 : 228 – 229) กล่าวว่า การให้ความรู้และพัฒนาในด้านการสอนงาน เป็นหลักประกันว่าพนักงานขององค์กรจะมีความรู้ความสามารถ และมีทักษะที่ต้องการเพิ่มขึ้น เป็นการสอนงานจากผู้เชี่ยวชาญหรือจากรุ่นพี่สอนรุ่นน้อง เพื่อจะปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพ รับผิดชอบงานที่สูงขึ้นได้ในอนาคต ตลอดจนการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ได้ โดยปกติแล้ว การพัฒนาความรู้ จะเน้นการสอนให้พนักงานเข้าใจในงานที่ทำประจำ และช่วยให้พนักงานมีความรู้ และทักษะที่จำเป็น เพื่อการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น และมุ่งเน้นการให้ความรู้และทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมให้พนักงานสำหรับความรับผิดชอบ และการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ การสอนงานโดยส่วนมากจะใช้กับพนักงานระดับต้นในองค์กร เพื่อทำให้พนักงานปฏิบัติงานได้ตามระยะเวลาที่กำหนดและเป็นการพัฒนาพนักงานให้มีคุณภาพมากขึ้น จนเป็นที่พึงพอใจและเป็นการเปิดโอกาส ให้พนักงานเห็นช่องทางความก้าวหน้าในตำแหน่งงานที่สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรสามารถประเมิณผลงานของพนักงานได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร แจ่มศรี (2554 : บทคัดย่อ) พบว่า การเรียนรู้จากการได้รับการสอนงาน เป็นการเรียนรู้จากการได้รับคำแนะนำทางการบัญชีจากผู้เชี่ยวชาญ เป็นการให้กำลังใจและโอกาสในการ ทำสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้น ช่วยพัฒนาความรู้ทางการบัญชี ทักษะ และความสามารถเฉพาะตัว ในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

3) การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก การเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการเป็นการเสาะแสวงหาความรู้ความเข้าใจ ความสามารถเพิ่มเติม เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ โดยศึกษาด้วยตนเองทั้งจากห้องสมุดหรือจากเอกสารทางวิชาการ จากผู้รู้ ประสบการณ์ สื่อสารสนเทศต่างๆ อย่างอิสระ ซึ่งในปัจจุบันนี้การเพิ่มความรู้มีความสำคัญมาก เพราะมีการเปลี่ยนแปลง และเกิดสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา นักบัญชีต้องมีการพัฒนาตนเองให้ทันต่อเหตุการณ์และความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผลงานที่ออกมาจะมีมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณพิชญา อภิวงศ์งาม (2551: บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ทำบัญชีจะต้องมีการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องทางวิชาชีพ กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากการเข้ารับการอบรม การเพิ่มพูนความรู้อย่างเป็นทางการ และการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อให้ตนสามารถดำรงเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ลุล่วงไปด้วยดี เพราะปัจจุบันมาตรฐานการบัญชีและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้าผู้ทำบัญชีไม่ได้ข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์อย่างรวดเร็วและถูกต้องก็อาจทำให้การทำงานเกิดความผิดพลาดหรือไม่ถูกต้องได้

4) การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานโดยรวม เนื่องจาก การศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบเป็นการเปรียบเทียบความรู้และประสบการณ์ทางการบัญชี เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในระบบการทำงานของตนเองโดยการสร้างสรรค์ การปฏิบัติงาน ที่เกิดจากการศึกษาทางบัญชีและวิธีปฏิบัติ เพื่อนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีขึ้นและเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานทางการบัญชี ทำให้การปฏิบัติงานมีความถูกต้อง ครบถ้วน มีความเชื่อถือได้ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ พิเชฐ บุญญิติ (2547 : 10) กล่าวว่า การพัฒนาความรู้เป็นการที่บุคคลรับรู้คุณค่าของตนเองและความต้องการในชีวิตและการทำงาน แสดงออกถึงความตั้งใจในการพัฒนาความรู้ทางการบัญชีกับปัญหาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยเทคนิคการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ต้องเรียนรู้จากประสบการณ์จริงในการทำงานทางการบัญชี จากการใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ จากการได้รับการสอนงาน จากการให้คำปรึกษา จากแฟ้มสะสมผลงาน แล้วนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาสนา ศรีมะระเรือง (2550 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ทำบัญชีต้องมีคุณค่าแห่งวิชาชีพ มีความรู้ ความสามารถ มีการสอบทานงานเมื่อเสร็จสิ้นเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ทุกครั้งก่อนนำเสนอโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการบัญชีที่รับรองโดยทั่วไป เพื่อความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นไปตามมาตรฐานและสามารถเชื่อถือได้ ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการฝึกอบรม ด้านการสอนงาน ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ และด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ เนื่องจากการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องดังกล่าวแสดงถึงการกระตือรือร้นที่จะหาความรู้เพิ่มเติมเป็นการพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การพัฒนาตนเองสร้างความมั่นใจได้ว่าจะประสบความสำเร็จในการประกอบวิชาชีพ

5.1.2 นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาความรู้ในด้านต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในและนอกองค์กรและให้ทุกคนได้ร่วมปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

5.1.3 นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานในทุกๆ ด้าน เพราะผลการปฏิบัติงานของนักบัญชี ถือเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในงานขององค์กร

5.1.4 นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ สามารถนำการพัฒนาความรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานซึ่งมีวิธีการและกระบวนการที่เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติงาน สำหรับการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย มาตรฐานและความเชื่อถือได้ของงาน ความทันเวลา รวมความพึงพอใจจากผู้เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานและมาตรฐานการบัญชี

5.1.5 องค์กรควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีเวลาในการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาความก้าวหน้าของตนเอง และองค์กรต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.2.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องกับผลการปฏิบัติงานกับกลุ่มตัวอย่างอื่น เพื่อศึกษาเปรียบเทียบว่า มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งอาจทำให้งานวิจัยมีประสิทธิผล และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ตรงกับเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

5.2.2 ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อทราบข้อเท็จจริง อันนำมาซึ่งการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องของนักบัญชี

5.2.3 นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

5.2.4 ควรมีการศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องของนักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ เพื่อนำข้อมูลจากการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.5 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนต่อผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพหรือความสำเร็จขององค์กรในด้านอื่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นแนวทางในการปรับปรุงและบริหารจัดการในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6. สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการฝึกอบรม ด้านการสอนงาน ด้านการเพิ่มพูนความรู้อย่างไม่เป็นทางการ และด้านการศึกษาโดยใช้มาตรฐานเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้น นักบัญชีสหกรณ์ออมทรัพย์ฯควรให้ความสำคัญการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการเรียนรู้และหาความรู้เพิ่มเติม ด้านทฤษฎีต่างที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีรวมถึงด้านอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพนักบัญชีในการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ของนักบัญชีของสหกรณ์ให้มีความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย และเป็นข้อมูลทางการบัญชีและข้อมูลสนับสนุนทำให้ผู้บริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯวางแผนการบริหารงานได้อย่างถูกต้อง ส่งผลถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ผลตอบแทนของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯเป็นไปตามเป้าหมายที่ทำให้กิจการของสหกรณ์มีความมั่นคงและโปร่งใส สร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สมาชิกผู้ถือหุ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2558). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์*. ค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2558, จาก

<http://www.thaicooperative.org/>.

เครือวัลย์ ลิ้มอภิชาติ. (2544). *หลักและเทคนิคการฝึกอบรมและพัฒนา*. กรุงเทพฯ : สยามศิลป์การพิมพ์.

จารุวรรณ มหาวงศ์. (2554). *แนวทางในการพัฒนาความรู้ทางบัญชีของบุคลากรส่วนการคลังในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ณพิชญา อภิวงค์งาม. (2551). *ทัศนคติของผู้ทำบัญชีในจังหวัดลำพูนต่อการพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพของผู้ทำบัญชี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปาริชาติ แสงพานิช. (2545). *การศึกษาเปรียบเทียบความเฉลียวฉลาดทางอารมณ์และประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มแรงงานเด็กที่เข้าร่วมและไม่เข้าร่วมทำกิจกรรมในสโมสรแรงงานเด็ก*. วิทยานิพนธ์การบริหารศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ผู้สดี รุมาคม. (2558). การประเมินผลการปฏิบัติงาน. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2558, จาก <http://tsumis.tsu.ac.th/tsukm>
- พิเชฐ บุญญิต. (2547). การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : เนชั่น.
- รัตนา บุญชัย. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการในการพัฒนาความรู้ทางการบัญชีของพนักงานบัญชีสหกรณ์ใน จังหวัดอุทัยธานี. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วาสนา ศรีมะเรือง. (2550). ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ทำบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยา ด้านอำรุง. (2546). การบริหาร. กรุงเทพฯ : วิรัตน์ เอ็ดดุกะ.
- วีรุธ มาพะศรีนันท์. (2553). การพัฒนาองค์กรแห่งการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สำนักงานทะเบียนและกฎหมาย กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2558). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสหกรณ์. ค้นเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2558, จาก <http://webhost.cpd.go.th/rlo/knowledge.html>.
- สุภาพร แจ่มศรี. (2554). ผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีอย่างต่อเนื่องที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีใน จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker,D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). Marketing research (7th ed.). New York : John Wiley and Sons..
- Black, K. (2006). Business statistics for contemporary decision making (4th ed.). U.S.A. : John Wiley & Son.
- Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory (2nded.). New York : McGraw Hill.

**ความสัมพันธ์ระหว่างความชาญฉลาดทางธุรกิจ
กับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย**
**Relationships between Business Intelligence and
Organizational Success of Electronics Commerce Businesses in Thailand**

รุ่งนภา สุทธิชัย* จรรยา สวัสดิ์² และมนิรัตน์ วงษ์ชิม³
Rungnapha Suttichai * Charuay Savithi² and Manirath Wongsim³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 134 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ความชาญฉลาดทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเหมืองข้อมูล และด้านตลาดข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กร ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจควรให้ความสำคัญกับความชาญฉลาดทางธุรกิจ ด้านเหมืองข้อมูล และด้านตลาดข้อมูลเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจให้มากที่สุด

คำสำคัญ : ความชาญฉลาดทางธุรกิจ ความสำเร็จองค์กร และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

This study aimed to investigate the relationships between business intelligence and organizational success of electronic commerce businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 134 electronic commercial business managers in Thailand. The statistics used for data analyzing were multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that business intelligence in aspect of the data mining and the data mart had positive relationship with and effect on the organizational success. Therefore, executives must undergo priority to the business intelligence the data mining and the data mart which to enhance the competitiveness.

Keywords : Business Intelligence, Organizational Success and Electronics Commerce Businesses

1. บทนำ

ในปัจจุบันอัตราการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ตและการเพิ่มขึ้นของเว็บไซต์ทางธุรกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การประกอบธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ของโลกไร้พรมแดนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้บริหารสามารถเลือกใช้งานเทคโนโลยีต่างๆ ได้อย่างมากมายให้เหมาะสมกับองค์กรมากขึ้น หากต้องการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งจึงจำเป็นต้องหาแนวทางในการดำเนินการ และเพิ่มผลกำไร ให้ได้มากที่สุด ในส่วนนี้สามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการดำเนินงานได้ การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานแต่ละส่วนให้มีความถูกต้องรวดเร็วและแม่นยำในการดำเนินการ เช่น การทำบัญชีการสั่งซื้อสินค้า การขายสินค้า และระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต้องสอดคล้องกันทั้งระบบเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการใช้ทรัพยากรขององค์กร จะเห็นได้ว่าในแต่ละองค์กรจำเป็นต้องมีการเก็บข้อมูลเป็นจำนวนมากซึ่งในส่วนนี้จึงนำเอาความชาญฉลาดทางธุรกิจเข้ามามีบทบาทในการนำข้อมูลจากระบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรนำมาใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้กระบวนการในการตัดสินใจทางธุรกิจ มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557 : เว็บไซต์)

ความชาญฉลาดทางธุรกิจ (Business Intelligence : BI) เป็นการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้ผู้บริหารธุรกิจนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ต้องการก้าวล้ำนำหน้าคู่แข่งจะต้องอาศัยข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงข้อมูลที่สนับสนุนการทำงานต่างๆ ตั้งแต่การรวบรวมวิเคราะห์ และกลั่นกรองจนได้ข้อมูลที่ให้ประโยชน์สูงสุดเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์หรือตัดสินใจทางธุรกิจจึงเป็นเป้าหมายหลักและเป็นความต้องการของผู้บริหารสูงสุดในองค์กรที่ต้องการข้อมูลจากฝ่ายสารสนเทศ ซึ่งความชาญฉลาดทางธุรกิจจึงถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารเพราะเป็นโปรแกรมที่จัดเก็บและรวบรวมข้อมูล จัดเก็บวิเคราะห์ และกำหนดการเข้าถึงข้อมูล เพื่อช่วยให้ผู้ใช้ในองค์กรสามารถทำการตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เพ็ญศิริ มโนมัยสุพัฒน์, 2557 : 236) ความชาญฉลาดทางธุรกิจกลายเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อการทำงาน โดยประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดของความชาญฉลาดทางธุรกิจ คือ การช่วยรวบรวมข้อมูลจากที่ต่างๆ ในองค์กรมาเก็บไว้เป็นหนึ่งเดียวกันซึ่งจากผลของการจัดเก็บข้อมูลนี้จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และช่วยลดเวลาที่ต้องใช้ในการย้าย หรือส่งข้อมูลระหว่างระบบ ซึ่งเรียกได้ว่ามีประโยชน์อย่างมากในทางเทคนิคแต่ประโยชน์ที่สำคัญที่สุด คือ ประโยชน์ที่มีต่อผู้ใช้คือช่วยให้ผู้ใช้สามารถคาดหมาย และ

วิเคราะห์ผลต่างๆ ในอนาคตได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการวางแผน หรือช่วยตอบคำถามทางธุรกิจให้กับหน่วยงานได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความชาญฉลาดทางธุรกิจจะเก็บรวบรวมข้อมูลของลูกค้าที่มีอยู่ในแต่ละระบบให้เป็นข้อมูลในระดับองค์กร และมีความเป็นหนึ่งเดียวกันซึ่งสิ่งนี้จะช่วยให้บริษัทเข้าใจในความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้นรับรู้คุณค่าและความสำคัญของลูกค้า สามารถหาวิธีที่ดีที่สุดที่จะปฏิบัติต่อลูกค้าตัดสินใจได้ว่าจะสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไรเพื่อจูงใจลูกค้า และสร้างกำไรให้แก่บริษัทให้ได้มากที่สุด (ธนศวัตพัฒนากร, 2546 : เว็บไซต์)

ความสำเร็จองค์กร (Organizational Success) ในการบริหารงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ผู้บริหารองค์กรต้องอาศัยปัจจัยในด้านการบริหารองค์กร เช่น การวางแผน การปรับกลยุทธ์ การควบคุม และการตัดสินใจจากประสบการณ์ในการบริหาร เป็นต้น โดยผู้บริหาร ต้องประยุกต์ใช้ในการบริหารองค์กร เพื่อให้แผนกลยุทธ์มีความเหมาะสมสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในองค์กร รวมถึงสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างรวดเร็ว มีการวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งทางเศรษฐกิจ และมีบทบาทสำคัญในการ สร้างบรรยากาศในการทำงานภายในองค์กร การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานในอนาคต (กรรณก ทิพรส, 2547 : 25) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย ที่กำหนดเอาไว้ ซึ่งการที่จะบริหารองค์กร ให้ประสบความสำเร็จนั้นผู้บริหารต้องมีแผนกลยุทธ์เพื่อจะนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และบรรลุเป้าหมายในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วยด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ด้านการเพิ่มขึ้นของลูกค้า (Increased Customer) ด้านการรักษาลูกค้า (Customer Retention) และด้านการเติบโตของรายได้ (Increased Revenue) (Schiemann and Lingle, 2001 : 129)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce Business) ลักษณะของธุรกิจประเภทนี้จะอาศัยการทำธุรกรรม หรือธุรกิจผ่านช่องอิเล็กทรอนิกส์ในทุกๆ ช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ วิทยุโทรทัศน์ แฟกซ์ เป็นต้น ทั้งในรูปแบบข้อความ เสียง และภาพรวมถึงการขายสินค้าและบริการด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือการขนส่งผลิตภัณฑ์ที่เป็นเนื้อหาข้อมูลแบบดิจิทัล (ธุรกิจอุตสาหกรรมไทย, 2549 : เว็บไซต์) ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจขององค์กรที่ต้องการก้าวล้ำหน้าคู่แข่งจะต้องอาศัยข้อมูลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงข้อมูลที่สนับสนุนการทำงานต่างๆ ตั้งแต่การรวบรวมวิเคราะห์ และกลั่นกรองจนได้ข้อมูลที่ให้ประโยชน์สูงสุด เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์หรือตัดสินใจทางธุรกิจจึงเป็นเป้าหมายหลักและความต้องการของผู้บริหารสูงสุดในการที่ต้องการข้อมูลจากฝ่ายสารสนเทศซึ่งความเป็นอัจฉริยะทางธุรกิจจึงถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหารเพราะเป็นโปรแกรมที่จัดเก็บ และรวบรวมจัดเก็บวิเคราะห์ และกำหนด การเข้าถึงข้อมูลเพื่อช่วยให้ผู้ใช้ในองค์กรสามารถทำการตัดสินใจเชิงธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปราณี โพนคำ, 2553 : เว็บไซต์)

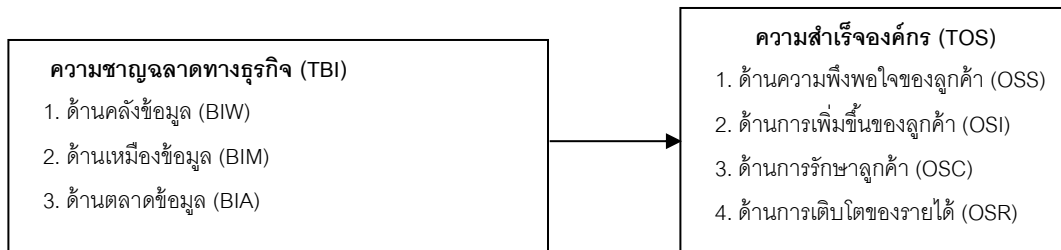
จากเหตุผลที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ทดสอบว่าความชาญฉลาดทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อสนเทศในการประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ที่มีความสนใจประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวทางในการพัฒนาความชาญฉลาดทางธุรกิจ เป็นข้อมูลในการพยากรณ์ความสำเร็จองค์กรโดยใช้ความชาญฉลาดทางธุรกิจให้ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถประสบความสำเร็จเป็นข้อสนเทศในการวางแผนการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความชาญฉลาดทางธุรกิจได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบ
ความสำเร็จองค์กรจากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของความชาญฉลาดทางธุรกิจและความสำเร็จองค์กร



2.1 ความชาญฉลาดทางธุรกิจ (Business Intelligence)

ความชาญฉลาดทางธุรกิจ (Business Intelligence) หมายถึง เทคโนโลยีสำหรับการรวบรวมข้อมูล จัดเก็บ
และวิเคราะห์ และเข้าถึงข้อมูลขององค์กรได้อย่างรวดเร็ว เพื่อนำข้อมูลมาช่วยสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงาน
ของธุรกิจ เพื่อค้นพบโอกาสใหม่ๆ ในการดำเนินการทางธุรกิจ (เพ็ญศิริ มโนมัยสุพันธุ์, 2557 : 236) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านคลังข้อมูล (Data Warehouse) หมายถึง ฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่รวบรวมข้อมูลจาก
แหล่งข้อมูลภายนอกองค์กรและภายในองค์กร เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของลูกค้าที่ได้ทำกิจกรรมการซื้อ -
ขายสินค้า และบริการต่างๆ ขององค์กรเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

2.1.2 ด้านเหมืองข้อมูล (Data Mining) หมายถึง การวิเคราะห์ที่ความข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง
กับการขายสินค้า หรือบริการขององค์กร เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผน และการตัดสินใจทางการตลาดของ
ผู้บริหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.1.3 ด้านตลาดข้อมูล (Data Mart) หมายถึง ฐานข้อมูลขนาดเล็กที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ซึ่งทำให้
การจัดการข้อมูล การนำเอาข้อมูลไปสร้างความสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น

2.2 ความสำเร็จองค์กร (Organizational Success)

ความสำเร็จองค์กร (Organizational Success) หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย หรือ
จุดประสงค์ที่ตั้งไว้โดย การทำให้องค์กรโดดเด่นจากคู่แข่ง และชนะใจลูกค้า โดยอาศัยความรู้ และทักษะความสามรถ
(Schiemann and Lingle, 2001 : 129) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าจากสิ่งที่ได้
จากตัวผลิตภัณฑ์ ความคุ้มค่า และประโยชน์ที่ได้รับจากตราสินค้าขององค์กรหรือบริษัท ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ
ขององค์กร

2.2.2 ด้านการเพิ่มขึ้นของลูกค้า (Increased Customer) หมายถึง การดูแลเอาใจใส่ผู้บริโภค
ให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า โดยอาศัยสายสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริโภคเก่าอันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้น
ของผู้บริโภครายใหม่ ที่นำไปสู่ความสำเร็จองค์กรต่อไปในอนาคต

2.2.3 ด้านการรักษาลูกค้า (Customer Retention) หมายถึง การให้ความสำคัญต่อ การบริการลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ และความรู้สึกที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในองค์กรและกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้ง

2.2.4 ด้านการเติบโตของรายได้ (Increased Revenue) หมายถึง ยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา รายได้จากการขายที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าเดิมและรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากลูกค้าใหม่

ความชาญฉลาดทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็ขององค์กร เนื่องจากหากธุรกิจมีการจัดการข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจ จะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จ และมีผลกำไรที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ สุทธิศิลป์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาระบบคลังข้อมูลขนาดเล็กสำหรับผู้จัดการฝ่ายการตลาดของโรงพยาบาลกรุงเทพ พบว่า ระบบคลังข้อมูลขนาดเล็กสำหรับผู้จัดการฝ่ายการตลาดที่มีการนำเสนอรายงานเพื่อการวิเคราะห์ที่มีความยืดหยุ่นต่อผู้ใช้งาน ซึ่งสามารถเลือกดูข้อมูลตามมุมมองที่ต้องการได้ง่ายสามารถ drill-down ดูรายละเอียดข้อมูลและ roll-up เพื่อดูข้อมูลยอดสรุปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว มีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย ทำให้มีข้อมูลการวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการบริหารงานโรงพยาบาลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คเชนทร์ อึ้งสกุล (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการพัฒนาระบบคลังข้อมูลด้านแรงงานของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า จากผลการนำระบบไปใช้จริงโดยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ ของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่ในข้อมูลด้านโครงสร้างกำลังแรงงานของแต่ละจังหวัด ภาพการมีงานทำของประชากรและภาพการณ์ว่างงานของประชากรสามารถนำเสนอผลในรูปแบบแผนภูมิต่างๆ ได้หลากหลายและมีรูปแบบที่ทันสมัยใช้งานได้ง่าย สามารถใช้ระบบนี้เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบรายงานหลายมิติได้ และสามารถนำรายงานที่ได้ไปใช้ในการวางแผนและกำหนดทิศทางในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพจากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่มีผลต่อผลการดำเนินงานจึงตั้งเป็นสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานการวิจัย : ความชาญฉลาดทางธุรกิจมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็ขององค์กร

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 3,265 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 350 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชุม ศรีสะอาด, 2554: 43) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 350 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยเริ่มส่งแบบสอบถามวันที่ 10 มีนาคม 2559 จำนวน 350 ฉบับ ตามชื่อตำแหน่งที่อยู่ของผู้บริหารธุรกิจพาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยกำหนดระยะเวลาให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้แนบซองจดหมายติดแสตมป์ไปพร้อมเพื่อความสะดวกในการตอบกลับ เมื่อครบตามระยะเวลา 15 วันคือ วันที่ 25 มีนาคม 2559 มีแบบสอบถามที่ตอบกลับมาสมบูรณ์ จำนวน 97 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามถูกตีกลับเนื่องจากย้ายกิจการและไม่ทราบที่อยู่ใหม่จำนวน 13 ฉบับ เมื่อครบกำหนดวันที่ 10 พฤษภาคม 2559 มีแบบสอบถามสมบูรณ์ส่งกลับมา

อีกจำนวน 37 ฉบับ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามอีกครั้งปรากฏว่ามีจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 134 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 38 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความชาญฉลาดทางธุรกิจเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) คลังข้อมูล จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการความสามารถในการพัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการบริหารงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 2) เหมืองข้อมูล จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการแยกประเภทหรือจัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อให้ง่ายต่อการเรียกใช้งาน และ 3) ตลาดข้อมูลจำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการจัดหาแหล่งข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายในการปฏิบัติงาน

ความสำเร็จองค์กร ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความพึงพอใจของลูกค้าจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการรับคืน และการรับประกันสินค้าและบริการอย่างชัดเจน 2) ด้านการเพิ่มขึ้นของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับกิจการมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งเกิดจากการซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้ารายใหม่ 3) ด้านการรักษาลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการสร้างและกระชับความสัมพันธ์กับลูกค้าโดยจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง และ 4) ด้านการเติบโตของรายได้ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมีกำไรเพิ่มขึ้นทั้งจากลูกค้ารายเก่าและลูกค้ารายใหม่

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation Correlation ซึ่งกลยุทธ์พหุวิธีอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.559 - 0.873 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.558 - 0.873 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1978) ได้เสนอค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์พหุวิธีอิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.888 - 0.941 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.888 - 0.901 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1978) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณทดสอบผลกระทบของความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{Organizational Success} = \beta_0 + \beta_1 \text{BIW} + \beta_2 \text{BIM} + \beta_3 \text{BIA} + \varepsilon$$

โดย	β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย
	ε	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์
	BIW	แทน	ความชาญฉลาดทางธุรกิจด้านคลังข้อมูล
	BIM	แทน	ความชาญฉลาดทางธุรกิจด้านเหมืองข้อมูล
	BIA	แทน	ความชาญฉลาดทางธุรกิจด้านตลาดข้อมูล
	Success	แทน	ความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็ขององค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็ขององค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็ขององค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย สามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็องค์กรโดยรวม ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TOS	BIW	BIM	BIA	VIFs
$\bar{X}$	3.88	4.25	4.19	4.11	-
S.D.	0.60	0.60	0.66	0.66	-
TOS	-	0.566*	0.671*	0.671*	-
BIW		-	0.731*	0.767*	2.550
BIM			-	0.859*	4.004
BIA				-	4.517

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความชาญฉลาดทางธุรกิจ มีค่าตั้งแต่ 2.550 - 4.517 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบสัมพัทธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ความชาญฉลาดทางธุรกิจ	ความสำเร็จองค์กรโดยรวม		t	p - value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.069	0.278	3.847	0.001*
ด้านคลังข้อมูล (BIW)	0.066	0.100	0.657	0.512
ด้านเหมืองข้อมูล (BIM)	0.315	0.115	2.744	0.007*
ด้านตลาดข้อมูล (BIA)	0.294	0.121	2.422	0.017*
F = 40.995 p = 0.000 Adj R ² = 0.474				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความชาญฉลาดทางธุรกิจ ด้านเหมืองข้อมูล และด้านตลาดข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้นำไปสู่การอภิปรายผลที่สำคัญ ดังนี้

(1) **ด้านเหมืองข้อมูล** พบว่า การทำเหมืองข้อมูลเป็นกระบวนการที่กระทำกับข้อมูลจำนวนมากเพื่อค้นหารูปแบบและความสัมพันธ์ที่ซ่อนอยู่ในชุดข้อมูลนั้น ในปัจจุบันการทำเหมืองข้อมูลได้ถูกนำไปใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารการทำเหมืองข้อมูลเปรียบเสมือนวิวัฒนาการหนึ่งในการจัดเก็บและตีความหมายข้อมูลจากเดิมที่มีการจัดเก็บข้อมูลอย่างง่าย มาสู่การจัดเก็บในรูปแบบฐานข้อมูลที่สามารถดึงข้อมูลสารสนเทศมาใช้วิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มทางธุรกิจในอนาคตได้ ผู้บริหารจึงมีความต้องการใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจนั้นให้ทันต่อเหตุการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาดทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรฉัตร ยงใจยุทธ (2554) พบว่า การทำเหมืองข้อมูลนั้นจะเป็นการแบ่งกลุ่มข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นชนิดเดียวกัน มีความสะดวกในการจัดหมวดหมู่และง่ายต่อการใช้งานมีการเชื่อมโยงข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันซึ่งจะทำให้มีความเหมาะสมและมีศักยภาพต่อการทำนายแนวโน้มของธุรกิจต่างๆ และการทำตลาดข้อมูลนั้นจะมีการแยกและจำแนกข้อมูลตามหน้าที่ของธุรกิจต่างๆ ให้เห็นชัดเจนและสะดวกต่อการนำไปใช้งาน การจัดทำรายงานต่างๆ การค้นหา ทำให้องค์กรมีข้อมูลที่หลากหลายการทำงานไม่ซ้ำซ้อนซึ่งลดปัญหาความขัดแย้งในการทำงานของบุคลากรในองค์กรและสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการดำเนินงานภายในองค์กร เพราะหากองค์กรมีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเป็นปัจจุบันแล้วก็จะสามารถใช้ข้อมูลที่ได้มาปฏิบัติงานและตัดสินใจในการดำเนินงานได้อย่างทันทั่วทั้งที่

(2) **ด้านตลาดข้อมูล** พบว่า ในการจัดทำตลาดข้อมูลให้เป็นระบบ มีความเชื่อมโยงและมีความสัมพันธ์กับข้อมูลก่อน - หลัง มีการจัดประเภทหมวดหมู่ จำแนกข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะมีฐานข้อมูลขนาดเล็กที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง ซึ่งทำให้เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว การจัดการข้อมูลการนำเอาข้อมูลไปสร้างความสัมพันธ์และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น สามารถวางแผนในองค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการตลาด รวมถึงการใช้ผลการวิเคราะห์เพื่อการพยากรณ์เป้าหมายในอนาคต นำไปสู่การตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ความสำเร็จองค์กร หรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้โดยการทำให้องค์กรโดดเด่นจากคู่แข่งและชนะใจลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปภาดา โพธิ์คำอภิชัยและมณฑิยา รัตนศิริวงศ์วุฒิ (2557) พบว่าระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อการวางแผนการผลิตในองค์กร เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารในการวิเคราะห์แนวโน้มทาง

การตลาด และมีแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมถึงการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจในการแข่งขันได้ดี โดยใช้หลักการธุรกิจอัจฉริยะ ประกอบด้วยการสร้างคลังข้อมูลขนาดเล็ก และนำเสนอเสนอเทคโนโลยีที่มีอยู่มาสร้างรายงานอัจฉริยะ สามารถปรับเปลี่ยนมุมมองในการวิเคราะห์ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริหารและผู้ใช้งาน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 5.1.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบความชาญฉลาดทางธุรกิจระหว่างธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจอื่นๆ
- 5.1.2 ควรมีการศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย
- 5.1.3 ควรมีการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความความชาญฉลาดทางธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จองค์กรของธุรกิจอื่นๆ
- 5.1.4 ควรมีการศึกษามลกระทบหรือปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อความชาญฉลาดทางธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จองค์กรของธุรกิจอื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5.1.5 ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบของตัวแปรแทรกอื่นๆ ที่มีผลต่อผลการความสำเร็จองค์กร

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

- 5.2.1 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความความชาญฉลาดทางธุรกิจทางด้านเหมืองข้อมูล เพราะการทำเหมืองข้อมูลจะเป็นกระบวนการสำคัญที่จะทำการวิเคราะห์ตีความข้อมูลทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้า เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนและการตัดสินใจทางการตลาดของผู้บริหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำให้องค์กรสามารถนำข้อมูลที่มีจำนวนมากออกมาใช้งานได้อย่างถูกต้อง
- 5.2.2 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความความชาญฉลาดทางธุรกิจทางด้านตลาดข้อมูล เพราะตลาดข้อมูลคือคลังข้อมูลขนาดเล็กที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงซึ่งเป็นการนำข้อมูลมาจัดระบบย่อยเพื่อให้ข้อมูลที่พร้อมจะนำไปใช้งานซึ่งจะสามารถลดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างสูงสุด ทำให้การจัดการข้อมูลการนำเอาข้อมูลไปสร้างความสัมพันธ์และวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น
- 5.2.3 ผู้บริหารธุรกิจ ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริหารงานและการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จและมีความได้เปรียบคู่แข่งขันในธุรกิจมากยิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความชาญฉลาดทางธุรกิจกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ทดสอบว่า ความชาญฉลาดทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะในการประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ที่มีความสนใจประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นแนวทางในการพัฒนาความชาญฉลาดทางธุรกิจ เป็นข้อมูลในการพยากรณ์ความสำเร็จขององค์กร โดยใช้ความชาญฉลาดทางธุรกิจให้ธุรกิจพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ สามารถประสบความสำเร็จเป็นข้อสนเทศในการวางแผนการพัฒนาธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรรณก ทิพรส. (2547). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2558). *การจดทะเบียนธุรกิจเดือนมิถุนายน 2558 และครึ่งปีแรก*. ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=12361
- คเชนทร์ อึ้งสกุล. (2552). *การพัฒนาระบบคลังข้อมูลด้านแรงงานของสำนักงานสถิติจังหวัดเชียงใหม่*.
วิทยานิพนธ์ วท.ม. เชียงใหม่ : สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธเนศ วัฒนคุณากร. (2546). *สร้างอนาคตให้กับองค์กรด้วย Business Intelligence*. ค้นเมื่อ 14 กันยายน 2558, จาก <http://intranet.dip.go.th/article/datafile/e-leader08.pdf>
- ธุรกิจอุตสาหกรรมไทย. (2549). *ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2558, จาก <http://www.thailandindustry.com>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปภาดา โพธิ์คำอภิชัย และ มณฑิรา รัตนศิริวงศ์วุฒิไทย. (2557). *การพัฒนาระบบธุรกิจอัจฉริยะเพื่อการวางแผนการผลิตในองค์กร*. ภาควิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ปราณี โพนคำ. (2553). *Business Intelligence and Business Dashboard*. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2558, จาก http://www.spu.ac.th/announcement/articles/business_intell.pdf
- ปาริชาติ สุขศิลป์. (2551). *ระบบคลังข้อมูลขนาดเล็กสำหรับผู้จัดการฝ่ายการตลาด : กรณีศึกษาโรงพยาบาลกรุงเทพ*.
วิทยานิพนธ์ วท.ม. นครศรีธรรมราช : สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- เพ็ญศิริ มโนมัยสุพัฒน์. (2557). *ธุรกิจอัจฉริยะกับความท้าทายในการพัฒนาเพื่อใช้ในองค์กร*. *วารสารปัญญาภิวัฒน์* 5(2) : 236-245
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *ตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)*. ค้นเมื่อ 3 ตุลาคม 2558, จาก <http://www.ditp.go.th/main.php?filename=intro>
- สุรฉัตร ยงใจยุทธ. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นอัจฉริยะทางธุรกิจที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย*. บธ.ม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumer, V. & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. New York : John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Schiemann, W. A., & Lingle, J. H. (2001). *Balanced scorecard to strategy gauges : Is measurement worth It management review*. New York : Prince.



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 ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธี
การศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผล
การศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้
ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมี
จำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

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 ตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ 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 วิทย์อุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทย์อุดมและ 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 ภวากันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่านี้. 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 2560 รหัส 08