

บรรณาธิการ

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 1 ปีที่ 12 ประจำปี 2563 เป็นฉบับที่ยังเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ

ในการจัดทำวารสารการบัญชีและการจัดการนี้ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยที่ถูกคัดเลือกตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสาขาวิชาทางด้านการบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ท่านเหล่านี้ได้สละเวลาอันมีค่าในการช่วยอ่านและพิจารณาต้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 15 บทความ ได้แก่ 1) การประหยัลดขนาดของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร 2) The Relationship between Servant Leadership and Work Engagement Mediated Customer Orientation 3) การบริหารต้นทุนคุณภาพกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน 4) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี: หลักฐานการใช้เทคโนโลยี NodeMCU 5) การบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ 6) จรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงาน 7) ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาด 8) กลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กร 9) ปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้า 10) การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 11) การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ 12) ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงาน 13) ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน 14) รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กร 15) กลยุทธ์การจัดการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทความวิจารณ์กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอดจนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 2 อย่างไรก็ตามกองบรรณาธิการจะยังคงให้ความสำคัญและมุ่งมั่นกับการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอยู่เสมอและต่อเนื่องต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิตพงษ์ สงคริโรจน์กิจ
บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2563

สารบัญ	หน้า
1. การประหยัดต่อขนาดของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร <i>ศศิธร ชูพันธ์</i> <i>นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์</i>	1
2. The Relationship between Servant Leadership and Work Engagement Mediated Customer Orientation <i>Lei su</i> <i>Guoqing Guo</i>	16
3. ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย <i>เกษมาพร ลาผ่าน</i> <i>สุวรรณ หวังเจริญเดช</i> <i>นาถนภา นิลนิยม</i>	31
4. โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี: หลักฐานการใช้เทคโนโลยี NodeMCU ในการควบคุมโรงเพาะเห็ดในประเทศไทย <i>พงศธร ตันตระบัณฑิตย์</i> <i>มณีนีรัตน์ วงษ์ซิม</i> <i>โอฬาริก สุรินดีะ</i>	42

สารบัญ	หน้า
5. ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของ นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เฉลิมชัย อุทการ	55
6. ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงาน สายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม วัชรฐนันท์ เครือวรรณ	66
7. ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จ ทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย สุภัสสร อุ้นศิริ จินดารัตน์ ปีมณี พงศธร ตันตระบัณฑิตย์	77
8. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กร ของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์ สุวรรณ หวังเจริญเดช	88
9. ปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาเล่าซ้ำของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ชลธิชา อินอุ่นโชติ	100
10. ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย นภัทร จันทรจตุรภัทร	111

11. การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย	125
มะลิวัลย์ สารภาพ	
อุทิศ พงศ์จิรวัดนา	
เกลินี หมั่นไธสง	
12. ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	141
สิรินดา ทาวีรส	
นงลักษณ์ แสงมหาชัย	
อัจฉริยา อิศสระไพบูลย์	
13. ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา	153
เพ็ญนภา เกื้อเกตุ	
ภูริชาติ พรหมเต็ม	
วิโรจน์ ไพบูลย์เวชสวัสดิ์	
14. ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	167
ชนิษฐา วงศ์คำตา	
ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ	
สุวรรณ หวังเจริญเดช	
15. ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย	180
ฟ้าใหม่ ห่อทรัพย์	
ธีรา เอราวัณ	

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2563

สารบัญ	หน้า
1. The Economies of Scale of Sawang Dandin Crown Prince Hospital of SakonNakhon <i>Sasithon Chupun</i> <i>Nitiphong Songsrirote</i>	1
2. The Relationship between Servant Leadership and Work Engagement Mediated Customer Orientation <i>Lei su</i> <i>Guoqing Guo</i>	16
3. Effects of Quality Cost Management on Competitive Advantage of Electrical and Electronics Businesses in Thailand <i>Kasamaporn Laphan</i> <i>Suwan Wangcharoendate</i> <i>Natnapha Nilniyom</i>	31
4. Technology Acceptance Model: The Evidence of NodeMCU's Mushroom House Control System in Thailand <i>Pongsatorn Tantrabundit</i> <i>Manirath Wongsim</i> <i>Olarik Surinta</i>	42

สารบัญ	หน้า
5. Factors of Procurement Administration on Procurement Administration Efficiency of Supply Analyst in Mahasarakham University <i>Chalermchai Utakarn</i>	55
6. The Relationship between Professional Ethics and Work Quality of Supporting Staff in Mahasarakham University <i>Waratanan Kruawan</i>	66
7. Relationships between New Product Development Capabilities and Marketing Success of Beverage industry in Thailand <i>Supussorn Unsiri</i> <i>Jindarat Peemanee</i> <i>Pongsatorn Tantrabundit</i>	77
8. The Relationships between Online Marketing Strategy and Organizational Success of Tourism Businesses in Thailand <i>Nanthiporn Pongsiriyakul</i> <i>Nitiphong Songsrirote</i> <i>Suwan Wangcharoendate</i>	88
9. Factors Affecting the Graduation of Graduate Students Mahasarakrm University <i>Cholticha Inouchot</i>	100
10. The Relationship between Professional Accounting Competency Orientation and Job Performance Efficiency of Accountant in Thailand <i>Napat Janjaturapath</i>	111

11. Analysis of the linkage and Economic Impact of Rubber industry in Thailand	125
<i>Maliwan Sarapab</i>	
<i>Utis Bhongchirawattana</i>	
<i>Kesine Muenthaisong</i>	
12. The Relationship between Account Receivable Management Efficiency and Organizational Performance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in The Northeast of Thailand	141
<i>Sirinada Hawirot</i>	
<i>Nongluk Sangmahachai</i>	
<i>Achariya Issarapaibool</i>	
13. Relationship between Professional Digital Accountants and Performance Efficiency of Limited Partnership in Yala Province	153
<i>Pennapa Kueket</i>	
<i>Phurichart Promtem</i>	
<i>Wiroj Phaiboonvessawat</i>	
14. The Relationship between Sustainable Development Report and Corporate Image Of Thai Listed Companies	167
<i>Kanista Vongkamta</i>	
<i>Suttinee Prachsriphum</i>	
<i>Suwan Wangcharoendate</i>	
15. The Relationship between Service Management Strategy and Competitive Advantage of Private Hospital Businesses in Thailand	180
<i>Famai Horsap</i>	
<i>Theera Erawan</i>	

การประหยัดต่อขนาดของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

The Economies of Scale of Sawang Dandin Crown Prince Hospital of SakonNakhon

ศศิธร ชูพันธุ์* และนิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์²

Sasithon Chupun* and Nitiphong Songsrirote²

Received : June 26, 2019 Revised : August 10, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษาการประหยัดต่อขนาดของโรงพยาบาลเป็นอีกทางหนึ่งที่จะแสดงให้เห็นว่าโรงพยาบาลควรมีการปรับปรุงต้นทุนในด้านใดบ้าง การศึกษานี้จึงเห็นว่าควรจะศึกษาประสิทธิภาพการประหยัดต่อขนาด ของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร จะช่วยให้ทราบว่าต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยนั้นอยู่ในช่วงที่กำลังลดลงคงที่ หรือเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาการบริหารงานของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กรภายใต้มาตรฐานคุณภาพ การบริการที่ดีที่สุดต่อประชาชน ผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลในอนาคต โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ลักษณะข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีการจัดเก็บเป็นรายปี จากข้อมูลรายงานค่าใช้จ่าย และรายได้ของโรงพยาบาล ตั้งแต่ปี 2541 ถึง ปี 2561 รวมระยะเวลา 21 ปี ซึ่งจะนำเอาเครื่องมือทางเศรษฐมิติมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแบบจำลอง ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยสุด

โดยสรุปผลการศึกษา การประหยัดต่อขนาดของการผลิตผลผลิตรายได้ของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนครพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของปริมาณผลผลิตของโรงพยาบาลที่ผลิตได้ ซึ่งก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล เท่ากับ 1.112 ซึ่งมากกว่า 1 สรุปได้ว่า ในช่วง 21 ปีที่ผ่านมาโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร ไม่อยู่ในช่วงการผลิตที่มีการประหยัดต่อขนาด เพราะต้นทุนเฉลี่ยของการผลิตของโรงพยาบาลอยู่ในช่วงที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนครผลิตผลผลิตเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ ต้นทุนเฉลี่ยของการผลิตผลผลิตของโรงพยาบาลจะเพิ่มขึ้นถึง 1.112 เปอร์เซ็นต์ แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหาร การผลิต การดำเนินงาน และการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถควบคุมอัตราต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลให้เพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตราผลผลิตที่ผลิตเพิ่มขึ้นได้ ดังนั้น การลดขนาดกำลังการผลิตด้วยการลดขนาดของแผนกผู้ป่วยนอกโดยการจัดตั้งแบบแยกอิสระจากโรงพยาบาลอาจอยู่ในรูปแบบคลินิกซึ่งจะช่วยลดต้นทุนโดยเฉลี่ยของผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกได้

คำสำคัญ : การประหยัดต่อขนาด โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Busibess School, Mahasarakham University

Abstract

The study about economies of scale of hospitals is another effective way to indicate aspects in which the hospital needs to be improved. Hence, this thesis is conducted to study the economies of scale of Sawang Dandin Crown Prince Hospital, Sakon Nakhon to determine the increasing or decreasing trends of the hospital's manufacturing cost and use the data for the hospital's management in order to achieve the highest efficiency of the organization under the quality standard and the best services for the future clients. This study is conducted by compiling secondary data such as annually collected time series data, hospital's annually income and expense reports from 1998-2018, in a total of 21 years, and applying econometric tools for analyzing the relationship between variables in the model, and analyzing the statistical data by estimating with Least Square.

In conclusion, the study result of The Economies of Scale of Sawang Dandin Crown Prince Hospital Sakon Nakhon shows that the coefficient of yield of the hospital, which is the numbers of the client, is 1.112, which exceeds the maximum of 1; which means that in the past 21 years, the hospital has not been in the production that is economies of its scale. The study shows that the average manufacturing cost of the hospital is in rising. When the yield increased by 1 percent, the average manufacturing cost of the hospital will rise up to 1.112 percent. This result indicates the inability to efficiently administrate, operate and manage the hospital, and incapability of keeping the average manufacturing rate lower than the product increasing rate. Therefore, reducing the size of the production by reducing the size of the outpatient department by establishing a separate form of hospital may be in the form of a clinic which will reduce the average cost of inpatient and outpatient.

Keywords : Economies of scale, Sawang Dandin Crown Prince Hospital

1. บทนำ

ต้นทุนที่ใช้ในการรักษาพยาบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนที่ใช้ในการบริหารจัดการภายในโรงพยาบาลเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากที่โรงพยาบาลจะต้องควบคุมเพราะถ้าต้นทุนที่ใช้ในการบริหารจัดการสูงมากเกินไปก็จะส่งผลให้โรงพยาบาลประสบปัญหาด้านการเงิน ซึ่งโรงพยาบาลของรัฐเกือบทั่วประเทศกำลังเกิดปัญหาต้นทุนที่สูง สาเหตุสำคัญของต้นทุนที่สูงขึ้นเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีราคาสูง โดยเฉพาะต้นทุนที่ใช้ในการรักษาพยาบาลเป็นต้นทุนที่ค่อนข้างสูง จากการศึกษางานที่วิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการประหยัดขนาด ได้แก่ สัดส่วนของรายรับ และสินทรัพย์รวม (กรกช ศิริวรรณ, 2550) ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการกระจายสินค้า ต้นทุนในการจัดการและต้นทุนค่าดอกเบี้ย (วิเชียร เชิดชูตระกูลทอง, 2539) ราคาค่าธรรมเนียม (Simon Yu Kit Fung, Ferdinand A. Gul, Jagan Krishnan, 2012) การเปลี่ยนแปลงระดับการผลิต และต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิต (Francisco Javier Ramos-Real and Beatriz Tovar, 2010) ค่าใช้จ่ายในการบริหารกองทุนบำนาญ (Jacob A. Bikker, Onno W. Steenbeek and Federico Torracchi, 2012) การควบคุม การลดแผนการบริการ

การปรับโครงสร้างการบริหาร (Helda Azevedo and Céu Mateus, 2014) ดังนั้นการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำเป็น โดยเฉพาะเรื่องการบริหารงบประมาณของโรงพยาบาล ให้เกิดประโยชน์สูงสุดเป็นสิ่งสำคัญและการทำงานที่ได้ดีนั้น จำเป็นต้องทราบข้อมูลต้นทุนการดำเนินงานของโรงพยาบาล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และติดตามควบคุมค่าใช้จ่าย และการใช้ทรัพยากรและงบประมาณของแผ่นดินให้คุ้มค่าที่สุด ซึ่งในการจัดทำงบประมาณที่มุ่งเน้นผลงานเป็นการจัดทำงบประมาณที่ครบวงจรรวมถึงการให้บริการประชาชน ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน เป็นโรงพยาบาลทั่วไปมีขนาดโรงพยาบาลที่มีจำนวนค่อนข้างใหญ่มีจำนวนประชากรเข้ามารักษาเพิ่มขึ้นทุกปี การบริการตามขนาดของพื้นที่และการบริหารงานของโรงพยาบาลขึ้นอยู่กับงบประมาณและการจัดสรรทรัพยากรจากกระทรวงสาธารณสุขมีโครงสร้างการบริหาร ในส่วนของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินมีการเปิดให้บริการรักษาพยาบาลตามเงื่อนไขของโครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า 30 บาทรักษาทุกโรคด้วยบัตรทองของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ทำให้ไม่มีการเรียกเก็บค่ารักษาพยาบาล หรือเรียกเก็บต่ำกว่าต้นทุนการบริการ จึงทำให้การบริหารงบประมาณและทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่ามากที่สุด ในการดำเนินงาน ด้านสาธารณสุขของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน ซึ่งเป็นโรงพยาบาลขนาดกลางของรัฐ งบประมาณที่ รัฐจัดสรรมาให้มีจำนวนจำกัดและแนวโน้มอาจลดลงหรือเท่าเดิม แต่การให้บริการด้านสาธารณสุขแก่ประชาชนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นโรงพยาบาลควรมีการวิเคราะห์ต้นทุนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนค่าใช้จ่ายของโรงพยาบาล ประกอบด้วย ต้นทุนยา ต้นทุนเวชภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยาหรือวัสดุทางการแพทย์ ต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์ เงินเดือนและค่าจ้างประจำ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการว่าควรเป็นไปในทิศทางใด

การวิเคราะห์การประหยัลดขนาดของโรงพยาบาลจะทำให้ทราบต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงของโรงพยาบาลว่าโรงพยาบาลมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งการดำเนินงานของโรงพยาบาลรัฐนั้นเป็นการดำเนินงานที่ไม่ได้มุ่งผลกำไร จึงทำให้การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่นั้นเป็นไปค่อนข้างยาก ส่งผลให้รัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมแต่ก็ยังไม่เพียงพอในการบริหารจัดการอยู่ดี ปัจจุบันดังกล่าวส่งผลให้โรงพยาบาลที่มีขนาดเล็กกว่า 60 เตียงต้องประสบปัญหาภาวะวิกฤติด้านการเงินการคลังเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะโรงพยาบาลที่อยู่ในตัวอำเภอเล็ก ๆ ที่ห่างไกลจากโรงพยาบาลของจังหวัดจึงทำให้ผู้บริหารของโรงพยาบาลต้องมึนโยบายการบริหารจัดการภายในโรงพยาบาลเพื่อลดต้นทุนของโรงพยาบาลให้ได้มากที่สุด และหลังจากที่ได้มีการนำนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามาใช้ในการบริหารจัดการงบประมาณของโรงพยาบาลในปี พ.ศ. 2545 นั้น ส่งผลต่อการประหยัลดขนาดของโรงพยาบาลหรือไม่ เมื่อนำนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้ามาใช้แล้วต้นทุนของโรงพยาบาลมีขนาดเพิ่มขึ้นคงที่ หรือลดลง

ดังนั้น การศึกษาการประหยัลดขนาดของโรงพยาบาลเป็นอีกทางหนึ่งที่จะแสดงให้เห็นว่าโรงพยาบาลควรมีการปรับปรุงต้นทุนในด้านใดบ้าง การศึกษานี้จึงเห็นว่าควรจะศึกษาประสิทธิภาพการประหยัลดขนาด ของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร จะช่วยให้ทราบว่าต้นทุนการผลิตโดยเฉลี่ยนั้นอยู่ในช่วงที่กำลังลดลงคงที่ หรือเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาการบริหารงานของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อองค์กรภายใต้มาตรฐานคุณภาพการบริการที่ดีที่สุดต่อประชาชนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการประหยัดต่อขนาดของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน

จังหวัดสกลนคร

3. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาการประหยัดต่อขนาด กรณีศึกษา โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ลักษณะข้อมูลอนุกรมเวลาที่มีการจัดเก็บเป็นรายปี จากข้อมูลรายงานค่าใช้จ่าย และรายได้ของโรงพยาบาล ตั้งแต่ปี 2541 ถึง ปี 2561 รวมระยะเวลา 21 ปี มาเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า

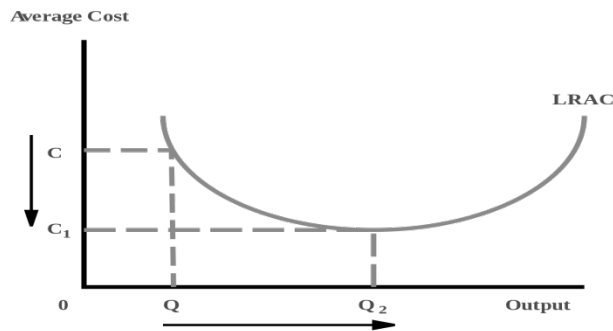
4. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดต่อขนาด ดังนี้

4.1 การประหยัดต่อขนาด (Economies of scale)

การประหยัดจากขนาดการผลิต หมายถึง เมื่อหน่วยผลิตมีการใช้ปัจจัยการผลิตเพิ่มขึ้น 1 หน่วย แต่ผลผลิตที่ได้จะเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 หน่วย ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยในระยะยาว (Long - Run Average cost) ลดลง ซึ่งถือว่าเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยกับขนาดธุรกิจ จึงเป็นการพิจารณาประสิทธิภาพการผลิตด้านต้นทุน ดังนั้นในกรณีถ้าหน่วยผลิตมีการประหยัดจากขนาดการผลิต ต้นทุนเฉลี่ยในระยะยาวก็จะลดลงเมื่อมีการผลิตเพิ่มมากขึ้น โดยค่าความชันของเส้น LAC จะมีค่าเป็นลบแสดงว่าการผลิตอยู่ในช่วงผลตอบแทนต่อขนาดการผลิตเพิ่มขึ้น (Increasing Returns to Scale) หรือหมายความว่าเมื่อมีการขยายขนาดการผลิต ผลผลิตจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของปัจจัยการผลิตทั้งหมด

ต้นทุนเฉลี่ยของธุรกิจหนึ่งอาจจะคงที่ สูงขึ้น หรือลดลง เมื่อธุรกิจนั้นมีการขยายขนาดการผลิต ถ้าต้นทุนเฉลี่ยลดลงในขณะที่ผลผลิตเพิ่มขึ้นก็จะกล่าวได้ว่าธุรกิจนั้นมีการประหยัดต่อขนาด (economies of scale of increasing returns to scale) หรืออีกนัยหนึ่งคือมีผลตอบแทนต่อขนาดเพิ่มขึ้น การผลิตในช่วงนี้เป็นช่วงการผลิตที่มีประสิทธิภาพหรือถ้าต้นทุนเฉลี่ยไม่ผันแปรไปตามขนาดการผลิตที่เพิ่มขึ้นธุรกิจนั้นอยู่ในภาวะที่ผลตอบแทนต่อขนาดแบบคงที่ แต่ถ้าต้นทุนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นไปพร้อมกับการเพิ่มขึ้นของผลผลิตก็กล่าวได้ว่าธุรกิจนั้นอยู่ในภาวะที่ไม่มีการประหยัดต่อขนาดหรือได้ผลตอบแทนต่อขนาดแบบลดลง (diseconomies of scale or decreasing returns to scale) (Dennis W. Carlton and Jeffery M. Perloff, 1994: 58-59) ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 เส้นต้นทุนเฉลี่ยกับผลได้ต่อขนาด
ที่มา Dennis W. Carlton and Jeffery M. Perloff, (1994)

4.2 ปัจจัยที่กำหนดการประหยัดต่อขนาด

สังวร ปัญญาติเลก และคณะ (2530) กล่าวว่า การที่ธุรกิจมีผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้นในระยะแรกและค่อย ๆ ลดลง ในระยะหลังนั้น เป็นผลเนื่องมาจากปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น การที่ธุรกิจมีการประหยัดต่อขนาด อาจเป็นเพราะธุรกิจมีขนาดการผลิตที่สัมพันธ์พอดีกับตลาดของสินค้าหรือมีความชำนาญในการใช้แรงงานได้อย่างเหมาะสม จึงมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ยในระยะยาวของธุรกิจมีจำนวนลดลง ซึ่งต่างกับการใช้แรงงานในธุรกิจขนาดเล็กที่คนงานจำเป็นต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่หลาย ๆ อย่าง จึงทำให้คนงานมีความสามารถและความชำนาญงานเฉพาะอย่างน้อยกว่าคนงานที่ทำงานเพียงอย่างเดียวจนมีความชำนาญมาก ดังนั้น ประสิทธิภาพของคนงานในธุรกิจขนาดใหญ่ มีการจัดสายงานที่ละเอียดซับซ้อนมากกว่าจึงสามารถจัดคนงานให้เข้าทำงานเฉพาะหน้าที่จนมีความชำนาญได้ง่ายขึ้น ต้นทุนรวมเฉลี่ยในการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่จึงมีจำนวนน้อยกว่าต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ยของธุรกิจขนาดเล็ก

สำหรับเทคนิคในการผลิตก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจเกิดการประหยัดต่อขนาดได้เช่นกัน เพราะการดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่จะทำให้ธุรกิจสามารถใช้เครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องจักรที่ใช้งานได้หลาย ๆ อย่างแต่มีประสิทธิภาพน้อยกว่าเหมือนในธุรกิจขนาดเล็ก นอกจากนั้นประสิทธิภาพของเครื่องจักรก็มักจะเพิ่มขึ้นตามขนาดของการผลิตอีกด้วย เช่น ท่อน้ำประปาขนาดใหญ่ หรือเครื่องส่งกำลังไฟฟ้าขนาดใหญ่จะมีแรงส่งน้ำและไฟฟ้าได้สูงกว่าท่อประปาหรือเครื่องส่งไฟฟ้าขนาดเล็กกว่า โดยมีการใช้แรงงานและต้นทุนในการดำเนินงานที่เท่ากันจึงทำให้ธุรกิจขนาดใหญ่มีต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ยลดลงได้

ในธุรกิจที่มีการผลิตขนาดใหญ่ ย่อมได้รับส่วนลดจากการซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เป็นจำนวนครั้งละมาก ๆ รวมทั้งการประหยัดในต้นทุนของเงินทุนในกรณีที่ธุรกิจขนาดใหญ่ทำการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินทั้งหลาย ทั้งนี้เพราะธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมเป็นที่เชื่อถือของสถาบันการเงินได้มากกว่า จนในบางครั้งอาจจะสามารถทำการกู้ยืมได้ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่า ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นจะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจลดลงและเป็นผลทำให้ธุรกิจมีผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น นั่นคือ การมีต้นทุนรวมเฉลี่ยที่ลดลงนั่นเอง

ส่วนในกรณีที่ธุรกิจไม่มีการประหยัดต่อขนาดเกิดขึ้นต้นทุนรวมเฉลี่ยอาจจะคงที่หรือเริ่มมีการเพิ่มสูงขึ้นก็ได้ ซึ่งต้นทุนรวมเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีการผลิตเป็นจำนวนที่มากขึ้นนั้น ส่วนใหญ่มักจะเกิดจากการที่ฝ่ายจัดการของธุรกิจมีความสามารถเพียงขีดจำกัดจนไม่สามารถที่จะประสานงานและควบคุมธุรกิจที่มีขนาดใหญ่มาก ๆ ได้ ซึ่งหมายความว่า

ธุรกิจอาจจำเป็นต้องจ้างฝ่ายจัดการเพิ่มมากขึ้นและอาจทำให้ต้นทุนสูงขึ้นในสัดส่วนที่มากกว่าจำนวนผลผลิตที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ต้นทุนรวมเฉลี่ยต่อหน่วยของผลผลิตเพิ่มสูงขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่าประสิทธิภาพของฝ่ายจัดการจะลดลง เมื่อมีการขยายขนาดการผลิตให้ใหญ่ขึ้น จึงทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจสูงขึ้น

4.3 ความยืดหยุ่นของต้นทุน (Cost elasticity)

ค่าความยืดหยุ่นของต้นทุนนั้นสามารถทำให้ธุรกิจทราบถึงการประหยัดต่อขนาดในระบบการผลิตใด ๆ ความยืดหยุ่นของต้นทุน (E_c) นั้นจะแสดงถึงร้อยละของการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนรวมเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผลผลิตไปร้อยละ 1 เขียนเป็นสูตรได้ดังนี้ คือ

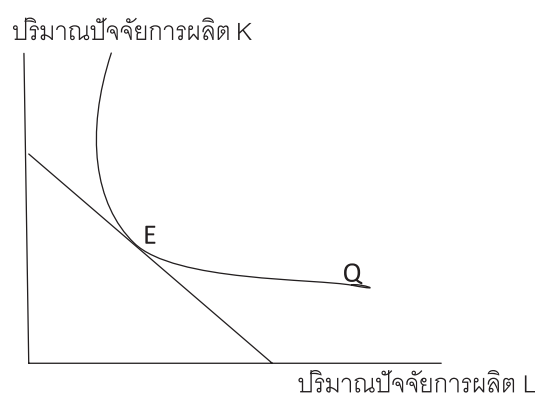
$$\begin{aligned} E_c &= \frac{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงในต้นทุนรวม } (C)}{\text{ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงในผลผลิต } (Q)} \\ &= \frac{\Delta C/C}{\Delta Q/Q} \\ &= \frac{\Delta C \cdot Q}{\Delta Q \cdot C} \end{aligned}$$

ถ้าความยืดหยุ่นของต้นทุนมีค่าน้อยกว่า 1 หมายความว่า ต้นทุนการผลิตจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ช้ากว่าการเพิ่มขึ้นของผลผลิต และถ้ากำหนดให้ราคาของปัจจัยการผลิตคงที่ด้วยแล้วอัตราส่วนของผลผลิตต่อปัจจัยการผลิตจะมีค่าสูงขึ้น นั่นคือการมีผลได้ต่อขนาดเพิ่มขึ้น

แต่ถ้าความยืดหยุ่นของต้นทุนมีค่าเท่ากับ 1 หมายความว่าผลผลิตและต้นทุนจะเพิ่มขึ้น ในสัดส่วนเดียวกัน เรียกว่าผลได้ต่อขนาดคงที่

ส่วนความยืดหยุ่นของต้นทุนที่มีค่ามากกว่า 1 นั้นก็หมายความว่า การเพิ่มขึ้นของผลผลิตจะทำให้ต้นทุนการผลิตของธุรกิจเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่สูงกว่า ซึ่งก็คือการมีผลได้ต่อขนาดลดลงนั่นเอง

ดุลยภาพในการผลิต: การผลิตให้ได้ผลผลิตสูงสุดโดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด



ภาพประกอบที่ 2 แสดงภาวะที่ทำให้ผู้ผลิตได้รับผลผลิตสูงสุดโดยเสียต้นทุนน้อยที่สุด

ที่มา Dennis W. Carlton and Jeffery M. Perloff, (1994)

จากภาพประกอบที่ 2 ในกรณีนี้ที่ผู้ผลิตมีงบประมาณหรือเงินทุนจำนวน C บาท แสดงโดยเส้นต้นทุนเท่ากัน ในรูป และระดับผลผลิตที่เป็นไปได้แสดงโดยเส้นผลผลิตเท่ากัน ในรูป เมื่อพิจารณาจุด A หรือจุด B จะเห็นว่า ทั้งสองจุด สามารถให้ผลผลิตเท่ากันและเสียเงินทุนเท่ากันด้วย แต่ทั้งสองจุดไม่ใช่จุดที่ผู้ผลิตจะเสียเงินทุนน้อยที่สุด เนื่องจากยังมี จุด E ซึ่งเป็นจุดที่อยู่บนเส้นต้นทุนเท่ากันเส้นถัดมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจำนวนเงินที่น้อยกว่าที่ต้องจ่ายไปเพื่อซื้อปัจจัย แรงงานและเครื่องจักร โดยยังได้รับผลผลิตเท่ากับที่จุด A หรือ B จุดที่ทำให้หน่วยผลิตได้รับผลผลิตสูงสุดโดยเสียเงิน ทุนต่ำสุด จึงเกิดขึ้นตรงจุด E ซึ่งเป็นจุดสัมผัสระหว่างเส้นผลผลิตเท่ากันและเส้นต้นทุนเท่ากัน โดยที่จุดสัมผัสนี้มีเงื่อนไข ที่สำคัญ คือ

ความชันของเส้นผลผลิตเท่ากัน = ความชันของเส้นต้นทุนเท่ากัน

Dennis W. Carlton and Jeffery M. Perloff, (1994) ดังนั้น เงื่อนไขในการซื้อปัจจัยแปรผัน 2 ชนิด (เช่น แรงงาน (L) และเครื่องจักร (K) เป็นต้น) โดยให้เส้นต้นทุนต่ำที่สุดและได้ผลผลิตสูงสุด คือ

$$-MP_L = -P_L \text{ หรือ } MP_L = MP_K$$

$$MP_K P_K P_L P_K$$

โดย MP_L = ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของแรงงาน

P_L = ราคาปัจจัยแรงงานหรือค่าจ้าง

MP_K = ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของเครื่องจักร

P_K = ราคาเครื่องจักร

จากเงื่อนไขนี้ทำให้ผู้ผลิตตัดสินใจได้ว่า ถ้าต้องการผลผลิตจำนวนหนึ่งแล้ว ควรจะซื้อปัจจัยทั้งสองชนิดใน สัดส่วนใด จึงจะผลิตสินค้าตามจำนวนที่ต้องการได้โดยไม่เสียต้นทุนต่ำสุด

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

5.1 การประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยสุด (Ordinary Least Square; OLS)

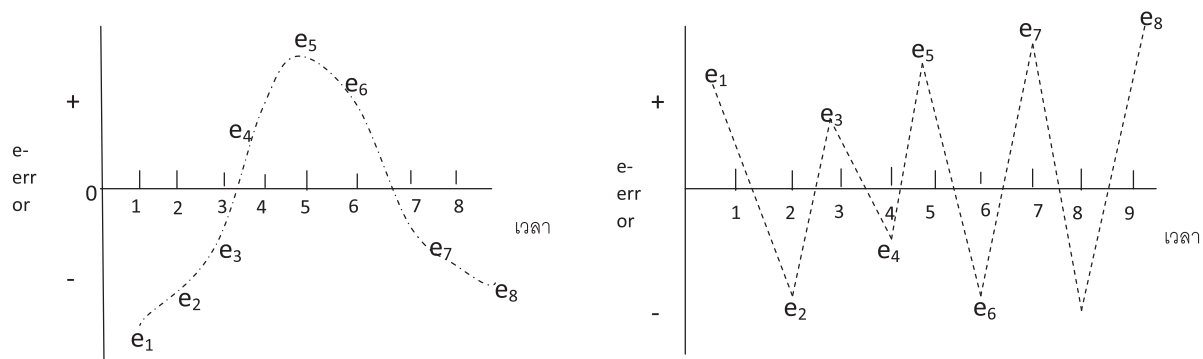
วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method) เป็นวิธีที่ทำให้ผลบวกกำลังสองของ ความคลาดเคลื่อนมีค่าต่ำที่สุดที่ ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า มีความเป็นเส้นตรง กล่าวคือ เป็นฟังก์ชันเชิงเส้นตรงของตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ และเป็นตัวประมาณที่ไม่เอนเอียง กล่าวคือ ค่าคาดหวังของค่าประมาณพารามิเตอร์จะเท่ากับ ค่าพารามิเตอร์ และมีความแปรปรวนต่ำสุดในบรรดาตัวประมาณค่าที่ไม่เอนเอียงอื่น ๆ วิธีการหาตัวประมาณพารามิเตอร์ วิธีนี้ มีหลักเกณฑ์อยู่ว่า หาตัวประมาณพารามิเตอร์ที่ทำให้ผลบวกกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Sum Square Error) มีค่าต่ำที่สุด

5.2 การตรวจสอบปัญหา Autocorrelation

Autocorrelation คือ ปัญหาที่นักสถิติจะประสบในการวิเคราะห์การถดถอย (regression analysis) ข้อมูลซึ่งมี ลักษณะเป็นอนุกรมเวลา (time series) ซึ่งสืบเนื่องมาจากการที่ error term ในงวดหนึ่ง ๆ มีความสัมพันธ์กับ error term ในงวดก่อน มีผลทำให้ standard errors ที่หาได้มีแนวโน้มต่ำกว่าที่ควรจะเป็น มีผลต่อความน่าเชื่อถือเมื่อได้ก็ตามที่ต้องการ ทำการทดสอบข้อสมมติฐานทางสถิติ ความสัมพันธ์อาจเป็นได้ทั้งบวก (positive) หรือลบ (negative) และความสัมพันธ์ อาจเป็นได้หลายกรณีคือ

1. First-order autocorrelation: error term งวดหนึ่ง ๆ มีความสัมพันธ์กับ error term งวดที่แล้ว
2. Second-order autocorrelation: error term งวดหนึ่ง ๆ มีความสัมพันธ์กับ error term สองงวดที่แล้ว
3. Higher-order autocorrelation: error term งวดหนึ่ง ๆ มีความสัมพันธ์กับ error term หลายงวดที่แล้ว

เมื่อใดก็ตามที่ error terms ซึ่งมีลำดับติดต่อกันหลายจุดมีเครื่องหมายเหมือนกัน เมื่อนั้นเราเรียกกรณีนี้ว่า positive first order autocorrelation ภาพประกอบที่ 3 แสดงตัวอย่างของ positive first-order autocorrelation และเมื่อใดก็ตามที่ error terms ซึ่งมีลำดับติดต่อกันหลายจุดมีเครื่องหมายสลับกันบ่อย ๆ เมื่อนั้นเรียกกรณีนี้ว่า negative first-order autocorrelation ดนัย ปัตตพงศ์ (2553)



ภาพประกอบที่ 3 ตัวอย่างของ negative first-order autocorrelation
ที่มา ดนัย ปัตตพงศ์. (2553). การตรวจสอบปัญหา autocorrelation.

กำลังประสบปัญหา Autocorrelation ได้โดยการคำนวณหา Durbin-Watson statistic ที่คำนวณจากสูตร

$$d = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

โดยที่

d = Durbin-Watson statistic

e_t = error term งวดที่ t ($t = 1, 2, \dots, t$)

หลังจากนั้นให้ทำการเปรียบเทียบค่า d กับค่า d_L และ d_U จากตาราง Durbin-Watson Statistic ที่นักวิจัยได้ทำไว้ ถ้าค่า D.W. อยู่ระหว่าง 1.5 - 2.5 ซึ่งจะเป็นค่ายอมรับได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

5.3 การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity

อัครพงศ์ อันทอง. (2546) เป็นการควบคุมความซ้ำซ้อนในการอธิบายตัวแปรตามของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่เข้าสู่สมการด้วยการหักล้างความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระที่เข้าสู่สมการก่อนหน้านี้ จะทำให้ตัวแปรอิสระบางตัวไม่สามารถเข้าสู่สมการได้เมื่อชุดตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันสูงมาก ทำให้ตัวแปรอิสระแสดงผลต่อตัวแปรตามผิดไปจากที่ควรจะเป็น เรียกปัญหาการที่ตัวแปรที่ตัวอิสระ 2 ตัวมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันสูงว่าปัญหา Multicollinearity

ในการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity ไม่ควรพิจารณาจากตารางเมตริกซ์สหสัมพันธ์สูงเกินกว่า 0.8 เพียงอย่างเดียวเพราะสหสัมพันธ์ที่ต่ำไม่ได้หมายความว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity แต่ควรพิจารณาจากดัชนีที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วย ดัชนีที่ใช้ระบุปัญหา Multicollinearity มีดังนี้

การพิจารณาค่า Tolerance และค่า VIF

Tolerance เป็นความผันแปรของตัวแปรอิสระที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระอื่น ๆ

$$Tolerance = 1 - R_i^2$$

โดยที่ R_i^2 คือค่าความผันแปรระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรอิสระที่เหลือ

ค่า Tolerance ที่ต่ำมาก แสดงว่า ความผันแปรตัวแปรอิสระนั้นถูกอธิบายได้ด้วยตัวแปรอิสระอื่น ๆ ได้เกือบทั้งหมด แสดงให้เห็นปัญหา Multicollinearity โดยทั่วไปกำหนดไม่ต่ำกว่า 0.2 ส่วนค่า VIF ต้องไม่เกิน 10 เพราะ $VIF = 1/Tolerance$

5.4 การตรวจสอบปัญหา Heteroscedasticity

อัครพงศ์ อันทอง. (2546) คือการที่ข้อมูลเกิดปัญหาการขัดแย้งกับข้อกำหนดที่ว่า Variance ของ u_i จะต้องมีค่าคงที่ทุกค่าของ $i = 1, 2, \dots, n$ ปัญหาดังกล่าวนี้มีผลทำให้การใช้วิธี OLS ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ที่พึงประสงค์ของตัวประมาณค่าที่ดี ซึ่งมีขั้นตอนการตรวจสอบดังนี้

1. ทำการจัดเรียงค่าสังเกตของตัวแปรทุกตัวให้มีค่าน้อยไปหามาก หรือจากมากไปน้อยก็ได้โดยยึดตัวแปรอิสระในสมการที่มีความสำคัญมากที่สุดอาจพิจารณาจากค่า Standardized coefficients (Beta) ที่มีค่ามากที่สุด

2. ทำการแบ่งค่าสังเกตออกเป็น 3 ส่วน และตัดส่วนกลางทิ้งไปจำนวน c ตัวอย่างโดยให้ส่วนที่เหลือหัว - หาย มีจำนวนข้อมูลเหลืออยู่เท่ากับ $(n - c) / 2$ ทำการวิเคราะห์สมการถดถอยด้วยวิธี OLS จากค่าตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แล้วทำการหาค่า residual sums of squares RSS_1 กับ RSS_2 โดย RSS_1 คือ ค่าจากชุดที่ X มีค่าน้อยและ RSS_2 คือชุดที่ค่า X มีค่ามาก

3. ทำการคำนวณหาค่า $F^* = RSS_2 / RSS_1$

4. ทำการทดสอบสมมติฐาน $H_0: \sigma_1^2 = \sigma_2^2$ ณ ระดับนัยสำคัญ α

ถ้า $F^* > F_{((n-c-2k)/2, (n-c-2k)/2, \alpha)}$ แสดงว่าเราปฏิเสธ H_0 หมายความว่าเกิดปัญหา Heteroscedasticity

แต่ถ้า $F^* < F_{((n-c-2k)/2, (n-c-2k)/2, \alpha)}$ แสดงว่าเราไม่สามารถปฏิเสธ H_0 หมายความว่าไม่เกิดปัญหา

Heteroscedasticity

แบบจำลองที่ใช้ คือ

$$\ln C = \alpha_0 + \alpha \ln N + \beta_1 \ln La + \beta_2 \ln Med + \beta_3 \ln Sm + \beta_4 \ln PC + \beta_5 D + \mu$$

โดยกำหนดให้

$\ln C$ = ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย

$\ln N$ = จำนวนผู้มาใช้บริการ

$\ln La$ = เงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย

$\ln Med$ = ราคาค่ายาเฉลี่ย

$\ln Sm$ = ราคาต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์การแพทย์เฉลี่ย

$\ln PC$ = ราคาต้นทุนที่ใช้ในการรักษาเฉลี่ย (ค่าใช้สอย ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุ)

D = นโยบายหลักประกันสุขภาพ (โดยกำหนด 0 = ก่อนมีนโยบายหลักประกันสุขภาพ พ.ศ. 2541 - พ.ศ. 2544 และ 1 = หลังมีนโยบายหลักประกันสุขภาพ พ.ศ. 2545 - ปัจจุบัน)

6. ผลการศึกษา

6.1 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติในการศึกษาการวัดการประหยัดต่อขนาด

6.1.1 การตรวจสอบปัญหา Multicollinearity

ตาราง 1 ผลการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity โดยใช้ Correlation ในการทดสอบ

Correlation	In C	In N	In La	In Med	In Sm	In PC	D
In C	1.0000						
In N	0.7562	1.0000					
In La	-0.7539	-0.7973	1.0000				
In Med	0.5836	0.3514	-0.4289	1.0000			
In Sm	0.7468	0.7501	-0.7397	0.7312	1.0000		
In PC	0.5730	0.5751	-0.7628	0.4710	0.6430	1.0000	
D	0.6723	0.6774	-0.6499	0.5105	0.5881	0.5905	1.0000

จากตาราง 1 ผลการทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยดูจากค่า Correlation พบว่า แบบจำลองนี้ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ณ ระดับนัยสำคัญที่ต่ำกว่า 0.8 ดังนั้น จึงไม่ต้องแก้ไขปัญหา Multicollinearity และตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ต่อไป

6.1.2 การตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity

ตาราง 2 ผลการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ด้วยวิธีการของไวท์ (White' Heteroskedasticity Test)

F-statistic	0.554530	Prob. F(6,14)	0.7591
Obs*R-squared	4.032436	Prob. Chi-Square(6)	0.6723
Scaled explained SS	1.106947	Prob. Chi-Square(6)	0.9812

จากตาราง 2 ผลการตรวจสอบปัญหา Heteroskedasticity ในแบบจำลอง โดยค่าในตารางเป็นค่าที่ได้จากการทดสอบปัญหาโดยวิธีของ White โดยดูจากค่า Prob. Chi-Square ของ Obs*R-squared จะพบว่า แบบจำลองนี้ไม่เกิดปัญหา Heteroskedasticity เพราะค่า Prob. Chi-Square เท่ากับ 0.6723 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 ดังนั้น จึงไม่ต้องแก้ไขปัญหา Heteroskedasticity ในแบบจำลอง

6.1.3 การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS)

ตาราง 3 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองการวัดการประหยัดต่อขนาด

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
	1.112318	0.080432	13.82937	0.0000***
	0.524118	0.108999	4.808449	0.0003***
	0.831087	0.136619	6.083223	0.0000***
	0.065638	0.070342	0.933117	0.3666
	-0.001541	0.055749	-0.027635	0.9783
	-0.037729	0.013315	-2.833489	0.0133**
C	-3.025345	0.926860	-3.264080	0.0057***

R-squared = 0.997434, Adjusted R-squared = 0.996334,

Durbin-Watson stat = 2.036446, F-statistic = 906.9416, Prob(F-statistic) = 0.000000

หมายเหตุ: ***, **, *ยอมรับที่ระดับนัยสำคัญ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

จากตาราง 3 สามารถสรุปเป็นสมการได้ดังนี้

$$\ln C = -3.025 + 1.112 \ln N + 0.524 \ln La + 0.831 \ln Med + 0.065 \ln Sm - 0.001 \ln PC - 0.037 D$$

$$(-3.264)^{***} (13.829)^{***} (4.808)^{***} (6.083)^{***} (0.933) (-0.027) (-2.833)^{**}$$

$$R^2 = 0.9974 \quad F = 906.9416 \quad D.W. = 2.0364$$

หมายเหตุ ค่าในวงเล็บ คือ ค่า t-Statistic โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 95 และ 90

(แทนด้วย ***, ** และ * ตามลำดับ)

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ หรือ R เท่ากับ 0.9974 และ ที่ได้ปรับค่าแล้ว (Adjusted R-squared) เท่ากับ 0.9963 แสดงให้เห็นว่า ปริมาณผลผลิตของโรงพยาบาลที่ผลิตได้ ซึ่งก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ เงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย ราคาค่ายาเฉลี่ย ราคาต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์การแพทย์เฉลี่ยราคาต้นทุนที่ใช้ในการรักษาเฉลี่ย นโยบายหลักประกันสุขภาพ มีอิทธิพลที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ยได้สูงถึง 99.63% หรือร้อยละ 99.63 อีกร้อยละ 0.37 เป็นอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ ที่ไม่ได้ใส่เข้ามาในสมการ

ค่า Durbin-Watson stat เท่ากับ 2.0364 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 - 2.5 ซึ่งจะเป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน ดังนั้น แบบจำลองนี้จะไม่ประสบปัญหา Autocorrelation จากสมการที่ได้สามารถอธิบายได้ดังนี้

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรปริมาณผลผลิตของโรงพยาบาลที่ผลิตได้ ซึ่งก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล เท่ากับ 1.112 ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% แสดงว่า เมื่อปริมาณการผลิตผลผลิตของโรงพยาบาล ซึ่งในที่นี้คือจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.112 แสดงให้เห็นว่า การผลิตผลผลิตของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร ในช่วง 21 ปีที่ผ่านมา ไม่มีการประหยัดต่อขนาด เนื่องจาก $\alpha > 1$ โดยมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรเงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย เท่ากับ 0.524 ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% แสดงว่า เมื่อเงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.524 และเมื่อเงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย ลดลงร้อยละ 0.524

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรราคาค่ายาเฉลี่ย เท่ากับ 0.831 ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% แสดงว่า เมื่อราคาค่ายาเฉลี่ย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.831 และเมื่อราคาค่ายาเฉลี่ย ลดลงร้อยละ 1 จะทำให้ต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย ลดลงร้อยละ 0.831

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรนโยบายหลักประกันสุขภาพ แสดงให้เห็นว่าก่อนมีนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าต้นทุนของโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี แต่หลังจากที่นำนโยบายหลักประกันสุขภาพมาใช้ในการจัดสรรงบประมาณ ส่งผลให้ต้นทุนของโรงพยาบาลมีจำนวนลดลง

ส่วนสัมประสิทธิ์ของตัวแปรราคาค่าต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์การแพทย์เฉลี่ย ราคาค่าต้นทุนที่ใช้ในการรักษาเฉลี่ย ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อต้นทุนการผลิตของโรงพยาบาลเฉลี่ย

7. สรุปผลการศึกษา

ในช่วง 21 ปีที่ผ่านมาของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนคร การผลิตผลผลิตของโรงพยาบาล ซึ่งก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล เป็นช่วงที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยดูได้จากการศึกษาเชิงประจักษ์ถึงการวัดการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) ของการศึกษานี้แสดงค่าความยืดหยุ่นของต้นทุนเฉลี่ยของโรงพยาบาลที่ผลิตจำนวนผู้มาใช้บริการต่อจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลที่ได้เท่ากับ 1.112 แสดงให้เห็นว่าต้นทุนเฉลี่ยการผลิตจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนครในช่วง 21 ปีที่ผ่านมา อยู่ในช่วงต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้น (Increasing Cost) หมายถึง เมื่อมีการผลิตผลผลิตของโรงพยาบาล ซึ่งก็คือ จำนวนผู้มาใช้บริการต่อจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล ไม่ได้อยู่ในช่วง Economics of Scale แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารการผลิต การดำเนินงาน และการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่สามารถควบคุมอัตราต้นทุนการผลิตเฉลี่ยของโรงพยาบาลให้เพิ่มขึ้นน้อยกว่าอัตราผลผลิตที่ผลิตเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจาก เมื่อโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนครเพิ่มการผลิตขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ ต้นทุนเฉลี่ยของโรงพยาบาลจะเพิ่มขึ้นถึง 1.112 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากโรงพยาบาลมีกำลังผลิตที่ใหญ่เกินไป การลดขนาดของการให้บริการจะช่วยให้ลดต้นทุนลงได้

จากสมการถดถอยเชิงพหุที่ได้ แสดงให้เห็นถึงความมีนัยสำคัญของปัจจัยแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการผลิตจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล ในที่นี้ได้ทำการศึกษปัจจัยที่ใช้ในการผลิตจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาล ได้แก่ เงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย ราคาค่ายาเฉลี่ย ราคาค่าต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์การแพทย์เฉลี่ย ราคาค่าต้นทุนที่ใช้ในการรักษาเฉลี่ย และนโยบายหลักประกันสุขภาพ แสดงให้เห็นผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลว่า ราคาค่ายาเฉลี่ยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลโดยรวมเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากที่สุด ในจำนวนปัจจัยการผลิตทั้งหมด ลำดับที่สอง คือ เงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลโดยรวมเพิ่มขึ้นหรือลดลงรองลงมา ในส่วนของราคาค่าต้นทุนวัสดุวิทยาศาสตร์การแพทย์เฉลี่ย และราคาค่าต้นทุนที่ใช้ในการรักษาเฉลี่ยปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่จะทำให้ต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลโดยรวมเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยค่าความยืดหยุ่นของต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลต่อเงินเดือนและค่าจ้างประจำเฉลี่ย และราคาค่ายาเฉลี่ย เท่ากับ 0.524 และ 0.831 ปัจจัยที่ทำให้ต้นทุนลดลงเนื่องจากโรงพยาบาลมีการบริหารจัดการภายในโรงพยาบาลมากขึ้น

โดยทำการควบคุมจำกัดการทำงานนอกเวลาของเจ้าหน้าที่ด้วยการรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานนอกเวลาด้วยการทำจิตอาสา การลดจำนวนเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานนอกเวลาลง ส่วนต้นทุนยาที่มีการตรวจสอบการสั่งซื้อยาที่เก็บมาไว้ในคลังยามากเกินไปให้ลดลง และให้เจ้าหน้าที่คลังยารายงานยาคลังคลังในแต่ละเดือนเพื่อตรวจสอบการสั่งซื้อยาในแต่ละครั้ง

การศึกษากการประหยัดต่อขนาดของโรงพยาบาลผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการศึกษาที่ทำให้ผู้บริหารของโรงพยาบาลทราบข้อมูลต้นทุนค่าใช้จ่ายของโรงพยาบาลที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลทั่วเคราะห์ได้ไปใช้ในการบริหารจัดการต้นทุนที่สูงได้ ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนของโรงพยาบาลลดลงอย่างเห็นได้ชัด และการศึกษาการประหยัดต่อขนาดเป็นการศึกษาเรื่องต้นทุนการผลิตในช่วงระยะยาว แต่ในความเป็นจริงแล้วยังไม่มีวิธีไหนที่สามารถคำนวณระยะเวลาที่เหมาะสมควรเป็นเท่าไร จึงเป็นการยากที่จะเลือกช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม และข้อมูลของโรงพยาบาลอาจมีการบันทึกข้อมูลในช่วงระยะเวลาที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการในการใช้วิเคราะห์ หากมีข้อมูลที่น้อยเกินไปก็จะไม่เพียงพอ อาจไม่สามารถสะท้อนถึงต้นทุนในการผลิตระยะยาว

8. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาหากต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตผลผลิตของโรงพยาบาลเพื่อให้ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยของโรงพยาบาลลดลง ซึ่งเป็นการบริหารการผลิตวิธีหนึ่ง โดยการให้ความสนใจต่อราคาค่ายาเฉลี่ยของโรงพยาบาลเป็นอันดับแรก เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตผลผลิตของโรงพยาบาล เนื่องจากราคาค่ายาเฉลี่ยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้นทุนเฉลี่ยการผลิตของโรงพยาบาลโดยรวมเพิ่มขึ้นหรือลดลงมากที่สุด ในจำนวนปัจจัยการผลิตทั้งหมด

จากผลการศึกษาจำนวนผู้มาใช้บริการของโรงพยาบาลทำให้ต้นทุนของโรงพยาบาลเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นโรงพยาบาลควรเน้นนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขโดยการให้ประชาชนหันมาใช้บริการแพทย์ทางเลือกหรือแพทย์แผนไทย โดยการใช้ยาสมุนไพรแทนการใช้ยาปฏิชีวนะ เพราะจะทำให้ประชาชนไม่ได้รับผลกระทบจากการใช้ยาปฏิชีวนะ และจะทำให้ต้นทุนยาของโรงพยาบาลลดลงอย่างชัดเจน หรือ การลดขนาดกำลังการผลิตด้วยการลดขนาดของแผนกผู้ป่วยนอกโดยการจัดตั้งแบบแยกอิสระจากโรงพยาบาลอาจอยู่ในรูปแบบคลินิกซึ่งจะช่วยลดต้นทุนเฉลี่ยของผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอกได้

จากผลการศึกษาโรงพยาบาลมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะต้นทุนค่ายา ดังนั้นโรงพยาบาลควรมีนโยบายรวมกลุ่มจัดซื้อจัดจ้างยาร่วมกับโรงพยาบาลในจังหวัด เพื่อที่จะได้ราคาที่เป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาที่จัดซื้อจัดจ้างเองกับบริษัทโดยตรงที่มีราคาแพง และไม่สามารถกำหนดราคาได้ ถ้ามีการรวมกลุ่มการซื้อยาร่วมแล้วจะสามารถลดต้นทุนค่ายาได้เป็นจำนวนมาก และในกรณีที่มีผู้ป่วยเรื้อรังมาเข้ารับการรักษาซึ่งการส่งจ่ายยาแต่ละครั้งจะจ่ายยาให้กับผู้ป่วยเป็นจำนวนมาก ทางโรงพยาบาลมีการนัดตรวจเป็นประจำอย่างน้อยเดือนละครั้งอยู่แล้ว เมื่อผู้ป่วยมารักษาครั้งต่อไปควรให้นายาที่เหลือกลับมาด้วยและทำการตรวจสอบว่ายังสามารถรับทานต่อไปได้หรือไม่ เพื่อการจ่ายยาครั้งต่อไปจะได้มีจำนวนที่ลดลง

จากการศึกษาทำให้ทราบข้อมูลของต้นทุนที่สูงขึ้นอย่างชัดเจน คณะกรรมการบริหารโรงพยาบาลควรมีมาตรการในการแก้ไขอย่างชัดเจน โดยแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาต้นทุนของโรงพยาบาลแต่ละต้นทุนขึ้น เพื่อที่จะได้กำหนดแนวทางการแก้ไขการลดต้นทุนของโรงพยาบาลอย่างจริงจัง เช่น การทำรายงานการใช้ยาและเวชภัณฑ์มีใช้ยาเพื่อวางแผนและควบคุมการสั่งซื้อ การสำรอง การเก็บรักษา การเบิกใช้ ให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด

จากผลการศึกษานโยบายหลักประกันสุขภาพเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้ต้นทุนเฉลี่ยของโรงพยาบาลลดลง หลังจากที่มีการนำนโยบายหลักประกันสุขภาพมาใช้ในการจัดสรรงบประมาณของรัฐบาล ดังนั้น รัฐบาลควรจะสนับสนุนนโยบายนี้ต่อไป โดยเฉพาะโรงพยาบาลที่มีขนาดใหญ่ซึ่งมีจำนวนผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก และผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่าถ้าหากจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นอีก ต้นทุนของโรงพยาบาลยังมีขนาดลดลงเมื่อนำนโยบายหลักประกันสุขภาพเข้ามาใช้ต่อไป

9. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาเพื่อการบริหารต้นทุนการดำเนินงานของโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดินจังหวัดสกลนครนอกจากการศึกษาด้านต้นทุนการผลิตของรายได้ของโรงพยาบาลแล้ว ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อรายได้ เป็นต้น

การศึกษาครั้งต่อไปควรมีคณะกรรมการดำเนินงานของโรงพยาบาลร่วมทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ และควรได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารโรงพยาบาลเพื่อขอความร่วมมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงต้นทุนของโรงพยาบาล และใช้ข้อมูลนี้ในการกำหนดนโยบาย การวางแผนการบริหาร การบริการแก่ผู้ป่วยเพื่อประโยชน์สูงสุด แก่ผู้มารับบริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรกช ศรีวรรณ. (2550). การประหยัดจากขนาดของบริษัทประกันชีวิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- दनัย ปัตตพงศ์. (2553). การตรวจสอบปัญหา autocorrelation. เอกสารวิชาการด้านสถิติการวิจัย และสถิติประยุกต์. มหาวิทยาลัยเนชั่น
- โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน. (2560). รายงานประจำปีโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชสว่างแดนดิน. ฝ่ายวิชาการงานข้อมูลและสารสนเทศ.
- วิเชียร เชิดชูตระกูลทอง. (2539). การประหยัดต่อขนาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณกมล อายุวัฒนากุล. (2544). การประหยัดต่อขนาดและจากการขยายของเขตการค้าในธุรกิจของธุรกิจประกันวินาศภัยในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกันภัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สังวร ปัญญาธิกุล และคณะ. (2530). เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัครพงศ์ อ้นทอง. (2546). คู่มือการใช้โปรแกรม EViews. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Dennis W. and Jeffery M. (1994). *Modern industrial organization*. 2th ed.: Harper Collins College Publishers.
- Francisco Javier Ramos-Real, Beatriz Tovar. (2010). Productivity change and economies of scale in container Port terminals: A cost function approach. *Journal of Transport Economics and Policy*, 44(2) : 231-246.

- Helda Azevedo & Céu Mateus.(2014). Cost effects of hospital mergers in Portugal. *The European Journal of Health Economics*,15(9) : 999-1010.
- Jacob A. Bikker, Onno W. Steenbeek and Federico Torracchi. (2012). *The Impact of Scale, Complexity, and Service Quality on the Administrative Costs of Pension Funds: A Cross-Country Comparison. The Journal of Risk and Insurance*, 79(2) : 477-514.
- Simon Yu Kit Fung, Ferdinand A. Gul and Jagan Krishnan. (2012). City-Level Auditor Industry Specialization, Economies of Scale, and Audit Pricing. *The Accounting Review*, 87(4), pp: 1281-1307.

The Relationship between Servant Leadership and Work Engagement Mediated Customer Orientation

Lei su* and Guoqing Guo²

Received : October 2, 2019 Revised : January 15, 2020 Accepted : January 28, 2020

Abstract

Based on analysis of the conservation of resources theory, social learning theory and social exchange theory, this study constructs a theoretical model of the relationship among servant leadership, customer orientation and work engagement. After the survey on 284 service employees the results show that servant leadership positively affects work engagement and customer orientation, employee's customer orientation positively affects employee's work engagement, and that employee's customer orientation plays a partial mediation role between servant leadership and employee's work engagement. This paper further expands the mediating mechanism of servant leadership's influence on employee's work engagement and provides theoretical reference for service management.

Key words : Servant Leadership, Customer Orientation, Work Engagement, Service Employees

* Doctoral Candidate, Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

² Lecturer in Chinese Graduate School, Panyapiwat Institute of Management

1. Study Background

In the increasingly competitive market environment of service industry, how to improve the service performance of service employees has become the key to the success of service enterprises (Bowen & David, 2016). Studies show that highly engaged service employees can significantly improve service performance of enterprises (Salanova, Agut, Peiró & José María, 2005), enabling the promotion of service employee's We to become a key concern of service enterprise managers.

The conservation of resources theory shows that employees is struggling to be continuously highly engaged in their career, which requires constant input of resources, for which leadership support serves as an important element of organizational resources (Hobfoll, 1989). Servant leadership always focus on their subordinates, providing support and help for their work and development to meet their needs, thus driving their subordinates to continue to engage in their work (Liden, Wayne, Liao & Meuser, 2014). It is found by reviewing the existing studies that servant leadership could directly enhance employee's work engagement, and promotes employee's work engagement through a series of mediating mechanisms (Liu, Yang, Tang, Mai & Li, 2018; Bao, Li & Zhao, 2018). However, the mediating mechanisms' relation to servant leadership and employee's work engagement require further expansion. Most of the existing mediating variables are employees' perception of themselves, organizations and society, such as psychological needs, psychological empowerment, organizational identification, public service motivation, pro-social motivation and so on. Few researchers have introduced variables closely related to the nature of service employees' work as mediators of servant leadership and work engagement.

Liao and Subramony (2008) stated that service employees' cognitive attitudes towards customers has more directly impact on their service performance. Customer-oriented service employees actively realize and achieve customers' requirements and expectations about products and services (Kelley, 1992; Susskind, Kacmar Borchgrevink, 2003; Liao & Subramony, 2008). Servant leadership lay emphasis on 'service priority' and take meeting the needs of subordinates as their own responsibility. According to social learning theory, subordinates will internalize such attitude and behavior of servant leadership and adopt similar attitude and behavior towards customers (Greenleaf, 1997; Liden, Wayne, Zhao & Henderson, 2008). Furthermore, the conservation of resources theory holds that customer orientation can also function as an important resource element from employees themselves, and can promote employee's work engagement (Hobfoll, 1989). Therefore, will servant leadership further affect employee's work engagement by influencing employee's customer orientation?

In this regard, considering conservation of resources theory, social learning theory and social exchange theory, this study introduces customer orientation, a variable closely related to the nature of service employees' work, as a mediator in servant leadership and employee's work engagement, attempting to further expand the mediating mechanism of servant leadership influencing employee's work engagement, and provide theoretical reference for service practice management.

2. Study Objectives

2.1 Assessing whether servant leadership impact on employee's work engagement and customer orientation under Chinese service context, and whether employee's customer orientation effectively impact on employee's work engagement.

2.2 Assessing whether employee's customer orientation can be regarded as a mediator between servant leadership and employee's work engagement in Chinese service context.

3. Literature Review and Theoretical Hypothesis

3.1 Servant Leadership

The conception of servant leadership is proposed by Greenleaf (1970), who believed that servant leadership should first be a service provider, taking serving others and satisfying their followers as the first priority (Greenleaf, 1970). Later scholars further elaborated the concept of servant leadership based on Greenleaf. Among them, the definition of Ehrhart won extensive recognition. He defines servant leadership as a follower-centered leadership, which pays close attention to the development and progress of subordinates and has high moral quality and strong sense of responsibility (Ehrhart, 2004).

It is believed that servant leadership positively influences employees' attitudes and behaviors. In terms of employees' attitudes, Servant leadership can improve employee's job satisfaction (McCann, Graves & Cox, 2014), organizational commitment (Wang, 2010), Work engagement (Jorge & van, 2014) and customer orientation (Maden, Gztas & Topszumer, 2014), and weaken employee's turnover intention (Jaramillo, Grisaffe, Chonko & Roberts, 2009). In terms of employees' behaviors, servant leadership has been proved to significantly improve employee's positive voice behavior (Zhu & Wang, 2015), creativity (Yoshida, Sendjaya, Hirst & Cooper, 2014), organizational citizenship behavior (Kwak & Kim, 2015), and reduce aggression in workplace (Hepworth & Towler, 2004).

3.2 Customer Orientation

The concept of customer orientation was first proposed by Levitt (1960) (Strong & Harris, 2004). In the past few decades, customer orientation has been perceived as a significant conception in marketing and has been extensively researched by scholars, but the academic circles have not reached unified views on the concept of customer orientation. Kelley (1992) regards customer orientation as an attitude variable and defines it as the degree to which service providers attach importance to customer's service needs and the extent to which service providers eager to devote time and energy to meet customer needs.

By reviewing the literature, it is found that leadership styles (Xu & Wang, 2016), organizational environment (Coelho, Augusto, Coelho & Sá, 2010), leadership support and colleague support (Liaw, Chi & Chuang, 2010;) in the organizational level significantly impact on customer orientation. Customer orientation can also significantly influence employees' attitudes, emotions, and behaviors, for instance, job satisfaction (Gil, Berengue, Cervera & Moliner, 2005), organizational commitment (Kim, Leong & Lee, 2005), organizational citizenship behavior (Tian, 2017), and creativity (Qian & Jiang, 2017).

3.3 Work Engagement

Kahn (1990) made the debut of work engagement. He believed that work engagement refers to members of an organization controlling themselves and combining themselves with job roles. Schaufeli & Bakker (2003) argued that work engagement was an active and perfect working state covering the three dimensions of vitality, dedication and focus.

The job demands-resources model proposed by Demerouti, Bakker, Nachreiner & Schaufeli (2001) shows that job resources at work (Bakker, Demerouti & Lieke, 2012), organizational support (Schaufeli & Bakker, 2004), team-member exchange (Bakker, Demerouti & Lieke, 2012), organizational justice (Park, Song & Lim, 2016) and other factors have a positive influence on work engagement. Customer orientation could be used as a significant resource supplement from individuals (Zablah, Franke, Brown & Bartholomew, 2012), which can also have a effective effect on work engagement.

3.4 Servant leadership and Employee's Work Engagement

This study holds that servant leadership can improve subordinates 'work engagement for the following reasons:

(1) According to the social exchange theory, in order to maintain and develop interpersonal relationships, the communicating party must correspondingly reciprocate other party (Liden, Wayne, Liao & Meuser, 2014). servant leadership take the development of subordinates as their own responsibility and give priority to the interests and needs of subordinates. Therefore, in return, employees would be more engaged in their working hours.

(2) According to the social learning theory, leaders have strong power, great status and high reputation in organizations, and they are often learned from and imitated by subordinates (Bandura, 1978). servant leadership takes serving and helping subordinates as its own duty, sets up a model of actively serving and helping others, subordinates will learn and imitate, and then more willing to actively engage in work.

(3) The conservation of resources theory shows that it is very difficult for employees to maintain a sustained high engagement in their work, which requires constant input of resources, for which leadership support functions as an important organizational resource supplement (Hobfoll, 1989). Servant leadership always focus on their subordinates, providing support and help for their work and development to meet their needs, thus driving their subordinates to continue to engage in their work (Liden, Wayne, Liao & Meuser, 2014). In addition, studies have shown that servant leadership can significantly increases employee's work engagement (Jorge & Dierendonck, 2014; Dong, Gao & Ma, 2018; Liu, Yang, Tang, Mai & Li, 2018).

Therefore, the following hypothesis is proposed:

H1: Servant leadership has a positive impact on employee's work engagement.

3.5 The Mediating Role of Employee's Customer Orientation

This study argues that servant leadership can further drive employee's work engagement by promoting employee's Customer orientation.

Customer orientation is an individual attitude of actively recognizing and reaching customers 'needs and expectations on goods and services (Susskind, Kacmar & Borchgrevink, 2003; Liao & Subramony, 2008). Servant leadership emphasizes on serving others and takes the satisfaction of subordinates 'needs and aspirations as the priority (Greenleaf, 1970). Besides, servant leaders are committed to develop their subordinates and equip them with such service attitudes and capabilities (Greenleaf, 1977). Such personal practices will provide employees through examples. According to social learning theory, subordinates will imitate the leadership's service attitude and behavior and show it in their work. Moreover, empirical studies have shown that servant leadership can positively influences employee's customer orientation (Maden, Göztas & Topsümer, 2014; Xu & Wang , 2016). Therefore, this study believes that Servant leadership promotes the formation and development of employee's customer-oriented attitudes.

Therefore, the following hypothesis is proposed:

H2: Servant leadership positively affects employee's customer orientation.

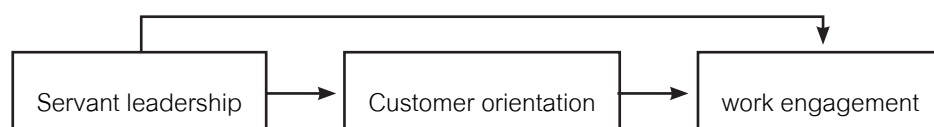
The conservation of resources theory shows that one of the basic motivations of individuals is to acquire, protect and cultivate their own resources (Hobfoll, 1989). Sustained work engagement consumes a lot of resources of employees, and customer orientation can serve as an important resource supplement from individuals (Zablah, Franke, Brown & Bartholomew, 2012). Specifically, customer orientation improves customer satisfaction and loyalty (Kim & Ok, 2010), promotes employee's job satisfaction and organizational commitment (Donavan, Brown & Mowen, 2004), supplements the resources consumed by employees in continuous engagement, and thus improves employee's work engagement. Furthermore, (Yoo & Arnold, 2014) empirical analysis of data from Korean insurance companies and financial companies based on the conservation of resources theory shows that customer orientation can positively affect employee's work engagement.

Hence, the following hypotheses are raised in combination with the above analysis:

H3: Employee's customer orientation has positive affect on employee's work engagement.

H4: Employee's customer orientation plays a mediation role between servant leadership and employee's work engagement.

Fig. 1 Theoretical model of the relationship among servant leadership, employee's customer orientation and employee's work engagement



4. Methodology

4.1 Samples and Data Collection

With its samples taken from employees in the service industry, this study is mainly aimed at those who frequently contact with the service objects, such as fitness coaches, training teachers, salesmen, receptionists, waiters, and tour guides, etc. Before the formal issuance of questionnaires, the personnel who issued the questionnaires were firstly trained in the research procedure. The questionnaire was firstly put in the sealed envelope by the research team members, and handed to the investigator after the service employees completed the questionnaire and sealed the envelope, thus ensuring that the information of the questionnaire was not directly exposed to the staff of the research team during the whole research process. Survey were collected from enterprise which are mainly located in Changsha, Zhuzhou and Xiangtan, Hunan Province, China.

With the help of HR managers in the enterprises surveyed, 350 questionnaires were sent out to employees in the service industry, and 312 questionnaires were recovered, with a recovery rate of 89.1%. 28 invalid questionnaires were excluded and 284 valid questionnaires were obtained, thus the validity rate of the questionnaires was 91.0%. Employee samples feature basically the same proportion of male (59.9%) and female (40.1%) in gender, a majority of young people in age, as evidenced by a proportion of people under 20 years old, between 21-30 years old and between 31-40 years old of 31.7%, 40.5% and 23.2%, respectively. Besides, the samples are also characterized by relatively high education level, among which those with high school education or above accounted for 79.9%, and those have worked for 1-5 years accounted for 85.9%.

4.2 Variable Selection and Measurement

The contents and expressions of the items in questionnaire for this study are faithful to the original scale version to the greatest extent. For the purpose of minimizing the subjective bias of researchers and improving the accuracy of the scale translation, the original scale was obtained by downloading in open literature or contacting the author, and the original Chinese expressions were maintained maximally for Chinese scales, while the English scales were 're-translated between Chinese-English' at least twice by several expert members of the research team (Brislin, 1980).

All the scales in this study were measured by Likert's 7-point scale, and the scale developed by Ehrhart (2004) was selected for the measurement of servant leadership, which features 7 dimensions and 14 measurement items. The scale compiled by Susskind, Kacmar and Borchgrevink (2003) with five items was adopted for the measurement of customer orientation. To measure work engagement, the Chinese version of UWES (Utrecht Work Engagement Scale) revised by Chinese scholars Zhang and Gan (2005) based on Chinese cultural background was adopted, which consists of 17 items, including 6 items on focus, 5 items on dedication and 6 items on vitality.

5. Data Analysis and Hypothesis Testing

5.1 Common Method Bias Test

The common method bias were tested by Harman single factor method, and SPSS23.0 was applied for principal component analysis of all the questionnaire items (Zhou & long, 2004). The first principal component was 38.591%, which did not explain most variables, indicating that this study is free from serious common method bias.

5.2 Reliability and Validity Test

5.2.1 Reliability

The The Cronbach' α coefficients of each scale were calculated by SPSS23.0. The coefficients of The Cronbach' α for servant leadership, customer orientation and work engagement were 0.931, 0.851 and 0.922, respectively, all of which were greater than 0.7, indicating that each scale has high reliability (Hair, Black, Babin & Anderson, 2011).

5.2.2 Convergent Validity Test

AMOS 23.0 was used for confirmatory factor analysis. The servant leadership item loads ranged from 0.74 to 0.86, which were all greater than 0.55. The average variance extracted (AVE) was calculated to be AVE 0.625 according to factor loading, which was greater than 0.5, indicating that servant leadership had relatively good convergent validity (Fornell & Larcker, 1981). The customer orientation item loads fell within the scope of 0.63-0.90, all of which were greater than 0.55, and the AVE value was 0.537, greater than 0.5, showing that customer orientation had relatively good convergent validity (Fornell & Larcker, 1981). The work engagement item loads ranged from 0.59 to 0.88, which were all greater than 0.55, and the AVE value was 0.623, greater than 0.5, demonstrating that work engagement had relatively good convergent validity (Fornell & Larcker, 1981).

5.2.3 Discriminant Validity

AVE values were compared with the square of correlation coefficients between variables. As shown in Table. 1, taking servant leadership as an example, the AVE value is 0.625, which is much larger than the squared value of the correlation coefficient between servant leadership and other variables, suggesting that servant leadership has better discriminant validity. Similarly, it is found that both customer orientation and work engagement have good discriminant validity.

Table. 1 Comparison of AVE Value and Square of Correlation Coefficients between Variables

Variable	Servant Leadership	Customer Orientation	Work Engagement
Servant Leadership	0.625		
Customer Orientation	0.092	0.537	
Work Engagement	0.307	0.241	0.623

Notes: The diagonal is the average variance extracted (AVE) of variables, and the values below the diagonal are the square of correlation coefficients between variables.

5.3 Hypothesis Testing

5.3.1 Correlation Analysis of Variables

The mean and standard deviation of servant leadership, customer orientation and work engagement, and their correlation are shown in Table. 2. The correlation between variables is significant and falls within the scope of 0.304-0.554, demonstrating pairwise correlation among variables.

Table. 2 Correlation Analysis of Variables

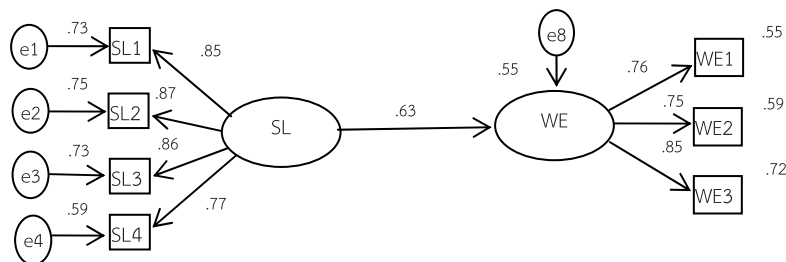
Variables and indicators	Servant Leadership	Customer Orientation	Work Engagement
Servant Leadership	1.000		
Customer Orientation	0.304 **	1.000	
Work Engagement	0.554 **	0.491 **	1.000

Notes: ** means significant at 0.5 level; *** means significant at 0.01 level. **** means significant at 0.001 level.

5.3.2 Servant Leadership and Employee's Work Engagement

Due to large number of items on servant leadership and the small sample size, this study is prone to large parameter estimation bias. Thus, the balance method of factor method is adopted for the parceling of work engagement (Wu & Wen, 2011). In this study, Amoss 23.0 was used to test the hypothesis of the study model. The standardized path of structural model equation of servant leadership and employee's work engagement is shown in Fig. 2.

Fig. 2 Structural Equation Model of servant leadership and Employee's work engagement



$$\chi^2=40.949(p=.000);df=13;\chi^2/df=3.150;RMSEA = 0.087;CFI = 0.976;$$

$$GFI = 0.962;AGFI = 0.917;NFI = 0.965; IFI = 0.976;TLI = 0.961$$

As shown in Fig. 2, $\chi^2/df=3.150$, $RMSEA = 0.087$, $CFI = 0.976$, $GFI = 0.962$, $AGFI = 0.917$, $NFI = 0.965$, $IFI = 0.976$, $TLI = 0.961$, all of which reach or exceed the fitting index acceptable to the model.

The hypothetical path of the structural equation model is shown in Table. 3. The path coefficient of servant leadership to work engagement is 0.593, and the P value is less than 0.001, which indicates that servant leadership has a significant impact on work engagement, thus the hypothesis H1 is tenable.

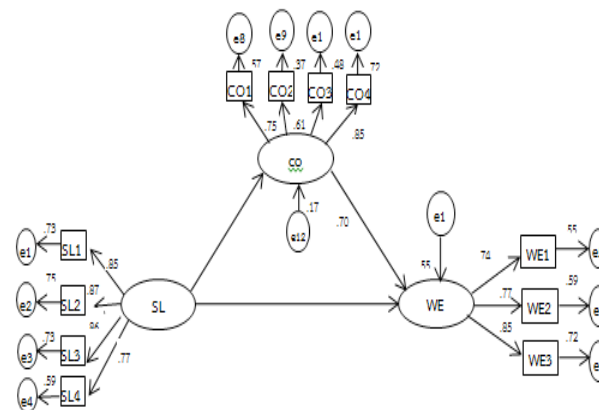
Table. 3 Path Coefficient of Servant Leadership to Work Engagement

Path	Unstandardized coefficient	S.E.	C.R.	P
work engagement< - - servant leadership	0.593	0.065	9.149	***

Notes: '**' means significant at 0.5 level; '***' means significant at 0.01 level. '****' means significant at 0.001 level

5.3.3 The Mediating Role of Employee's customer orientation

In this paper, Bootstrap method is applied to test the mediating effect. The sample size is 1000, the confidence interval is 95%, and the structural equation model is constructed with AMOS 23.0. According to the suggestions of Wen (2014) on the test of mediating effect, the specific steps are as follows: (1) Firstly, test whether the effect of independent variates on dependent variates is significant, if the confidence interval does not contain 0, the total effect is significant; (2) test whether the indirect effect of independent variates on dependent variates is significant. If the confidence interval does not contain 0, the indirect effect is significant, and the mediating effect exists; (3) test the direct effect of independent variates on dependent variates. If the confidence interval of direct effect does not contain 0, it is partial mediation; if the confidence interval contains 0, it is complete mediation.

Fig. 3 Structural Equation Model of Customer Orientation Mediation

$$\chi^2=102.639(p=.000);df=41;\chi^2/df=2.503;RMSEA=0.073;CFI=0.963;$$

$$GFI=0.939;AGFI=0.901;NFI=0.941;IFI=0.963;TLI=0.951;TLI = 0.958$$

As shown in Fig. 3, $\chi^2/df=2.503$, $RMSEA=0.073$, $CFI=0.963$, $GFI=0.939$, $AGFI=0.901$, $NFI=0.941$, $IFI=0.963$, $TLI=0.951$, $TLI = 0.958$, all of which reach or exceed the fitting index acceptable to the model.

Table. 4 shows that the path coefficient of servant leadership to customer orientation is 0.334 and P-value is significant, indicating that servant leadership has a significant positive impact on customer orientation, thus the hypothesis H2 is tenable; the path coefficient of customer orientation to work engagement is 0.470, P value is significant, indicating that customer orientation has a significant positive impact on work engagement, thus the hypothesis H3 is tenable.

Table. 4 Path Coefficient of Customer Orientation Mediation Model

Path	Unstandardized coefficient	S.E.	C.R.	P
customer orientation <---servant leadership	0.334	0.056	6.018	***
work engagement<---customer orientation	0.470	0.077	6.094	***
work engagement --- servant leadership	0.428	0.060	7.109	***

Notes: '**' means significant at 0.5 level; '***' means significant at 0.01 level. '****' means significant at 0.001 level.

Table. 5 shows that the total effect value of servant leadership on employee's work engagement is 0.585, P-value is significant, and confidence interval does not contain 0, which shows that the model is meaningful. The indirect effect value is 0.157, P-value is significant, and the confidence interval does not contain 0, which shows that employee's customer orientation plays a mediating role between servant leadership and employee's work engagement, thus the hypothesis H4 is tenable. The direct effect value of servant leadership on employee's work engagement is 0.428, P value is significant, and the confidence interval does not contain 0, indicating that employee's customer orientation plays a partial mediation role between servant leadership and employee's work engagement.

Table. 5 Testing of the Mediating Effect of Customer Orientation

Effect	Non-standardized effect value	95% confidence interval		P
		lower limit	upper limit	
Total Effect	0.585	0.459	0.740	0.001**
Indirect Effect	0.157	0.089	0.251	0.001**
Direct Effect	0.428	0.310	0.566	0.001**

Notes: '**' means significant at 0.5 level; '***' means significant at 0.01 level. '****' means significant at 0.001 level.

6. Study Results and Discussion

6.1 The positive influences of Servant Leadership on Employee's Work Engagement is verified, which is consistent with the previous study results of some scholars (Jorge & Dierendonck, 2014; Dong, Gao & Ma, 2018; Liu , Yang, Tangu, Ma & Li, 2018). However, previous studies are basically based on one or two theories of social learning, social exchange and conservation of resources, while this study integrates these three theories to explain the influences of servant leadership on employee's work engagement.

6.2 The relation of servant leadership and employee's customer orientation is constructed on the basis of the social learning theory, and the theoretical hypotheses are supported by data, which is consistent with the conclusions of previous studies (Maden, Göztaş & Topsümer, 2014; Xu & Wang, 2016). Considering the conservation of resources theory, the relationship between customer orientation and work engagement is constructed, and the theoretical hypothesis is supported by data. The study conclusion validates the study of Yoo & Arnold (2014). However, previous studies made by scholars focused on the pairwise relationship among these three variables, while this study, based on social learning theory, social exchange theory and conservation of resources theory, proves the relationship of servant leadership on work engagement mediated by customer orientation.

7. Conclusions

7.1 Basic Study Conclusions

According to conservation of resources theory, social learning theory and social exchange theory, and taking service employees as the survey subjects, this paper proposes and verifies the mediating mechanism of servant leadership's influence on employee's work engagement from the perspective of customer orientation. The results show that servant leadership positively affects employee's work engagement and customer orientation, employee's customer orientation positively affects employee's work engagement, and that employee's customer orientation plays a partial mediation role between servant leadership and employee's work engagement.

7.2 Theoretical Contribution

Firstly, this paper integrates the theories of social learning, social exchange and conservation of resources to explain the impact of servant leadership on work engagement, enabling the prediction and interpretation of servant leadership on work engagement to be more abundant and perfect. Secondly, this paper further expands the mediating mechanism of servant leadership on work engagement and proposes and validates the mediating role of customer orientation.

7.3 Managerial Implication

7.3.1 The study results show that servant leadership directly and significantly affects employee's work engagement, indicating that enterprises should change the traditional authoritative leadership style and implement the employee-centered servant leadership style. On the one hand, it is necessary to recruit and select managers with service traits; on the other hand, it is necessary to create an employee-centered service atmosphere within the enterprise.

7.3.2 The conclusion shows that servant leadership promotes employee's work engagement as mediated by customer orientation, which enlightens service enterprises to recruit extroverted, active and helpful employees with customer-oriented personality traits, and to implement customer-oriented ideas in staff training, empowerment and incentive system in order to improve the responsiveness and sensitivity to customers; besides, managers should take the lead to follow the employee-centered and customer-oriented principle, and create a good service atmosphere within the enterprise, thus cultivating and developing

employee's customer orientation consciousness and ability in such a good atmosphere.

7.4 Limitations and Prospects

7.4.1 The study samples are mainly taken from service enterprises in Changsha, Zhuzhou and Xiangtan, Hunan Province, China. Whether the study conclusions are applicable to other industries and other areas requires further testing and confirmation. In the future, the sample range should be expanded to further enhance the universality of the conclusions of this study.

7.4.2 Despite the fact that many measures have been taken to control the common method bias, some limitations are still inevitable. In the future, more measures should be adopted to control the common method bias, such as assessing employee's customer orientation and work engagement by supervisors.

7.4.3 The mediating mechanism of servant leadership on service employee's work engagement is only discussed, with the function mechanism of situational factors neglected. Future attention should be paid to the influence mechanism of servant leadership on the work engagement of front-line service employees under the influence of different emotional factors.

References

- Bakker, A. B., Demerouti, E. & Lieke, L. (2012). Work engagement, performance, and active learning: The role of conscientiousness. *Journal of Vocational Behavior*, 80(2) : 555-564.
- Bandura, A. (1978). Social learning theory of aggression. *Journal of communication*, 28(3) : 12-29.
- Bao, Y., Li, C. & Zhao, H. (2018). Servant leadership and engagement: A dual mediation model. *Journal of Managerial Psychology*, 33(6) : 406-417.
- Bowen, David. E. (2016). The changing role of employees in service theory and practice: An interdisciplinary view. *Human Resource Management Review*, 26(1) : 4-13.
- Brislin, R. W. (1980). Translation and Content Analysis of Oral and Written Material. *Handbook of Cross-Cultural Psychology*, 2(2) : 349-444
- Coelho, F. J., Augusto, M. G., Coelho, A. F. & Sá, P. M. (2010). Climate perceptions and the customer orientation of frontline service employees. *The Service Industries Journal*, 30(8) : 1343-1357
- Demerouti, E., Bakker, A. B., Nachreiner, F. & Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied psychology*, 86(3) : 499.
- Donavan, D. T., Brown, T. J. & Mowen, J. C. (2004). Internal benefits of service-worker customer orientation: Job satisfaction, commitment, and organizational citizenship behaviors. *Journal of marketing*, 68(1) : 128-146.
- Dong,X., Gao,Y. & Ma,J.F. (2018). The Impact of Service-oriented Leadership on Employee Proactive Customer Service Performance -- Based on the Dual Perspectives of Social Exchange and Social Learning Theory. *Journal of Tourism*, (2018, 06), 61-72. [In Chinese]

- Ehrhart, M. G. (2004). Leadership and procedural justice climate as antecedents of unit-level organizational citizenship behavior. *Personnel psychology*, 57(1) : 61-94.
- Fornell, C. , & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1) : 39-50.
- Gil Saura, I., Berenguer Contrí, G., Cervera Taulet, A. & Moliner Velázquez, B. (2005). Relationships among customer orientation, service orientation and job satisfaction in financial services. *International journal of service industry management*, 16(5) : 497-525.
- Greenleaf, R. K. (1970). *The servant as leader*. Newton Centre, MA: The Robert K. Greenleaf Center.
- Greenleaf, R. K. (1977). *Servant leader: A journey into the nature of legitimate power and greatness*, New York: Paulist Press.
- Greenleaf, R. K. (1997). *The servant as leader*. University of Notre Dame Press.
- Hair, J. F. , Black, B. , Babin, B. J. , & Anderson, R. . (2011). *Multivariate data analysis*. China Machine Press.
- Hepworth, W. & Towler, A. (2004). The effects of individual differences and charismatic leadership on workplace aggression. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(2) : 176.
- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American psychologist*, 44(3) : 513.
- Jaramillo, F., Grisaffe, D. B., Chonko, L. B. & Roberts, J. A. (2009). Examining the impact of servant leadership on salesperson's turnover intention. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 29(4) : 351-365.
- Jorge Correia de Sousa, M. & Van Dierendonck, D. (2014). Servant leadership and engagement in a merge process under high uncertainty. *Journal of Organizational Change Management*, 27(6) : 877-899.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4) : 692-724.
- Kelley, S. W. (1992). Developing customer orientation among service employees. *Journal of the academy of Marketing Science*, 20(1) : 27-36.
- Kim, W. G., Leong, J. K. & Lee, Y. K. (2005). Effect of service orientation on job satisfaction, organizational commitment, and intention of leaving in a casual dining chain restaurant. *International Journal of Hospitality Management*, 24(2) : 171-193.
- Kwak, W. J. & Kim, H. K. (2015). Servant leadership and customer service quality at Korean hotels: Multilevel organizational citizenship behavior as a mediator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 43(8) : 1287-1298.
- Lee, Y. K., Son, M. H. & Lee, D. J. (2011). Do emotions play a mediating role in the relationship between owner leadership styles and manager customer orientation, and performance in service environment?. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4) : 942-952.

- Liao, H. & Subramony, M. (2008). Employee customer orientation in manufacturing organizations: Joint influences of customer proximity and the senior leadership team. *Journal of Applied Psychology*, 93(2) : 317.
- Liaw, Y. J., Chi, N. W. & Chuang, A. (2010). Examining the mechanisms linking transformational leadership, employee customer orientation, and service performance: The mediating roles of perceived supervisor and coworker support. *Journal of Business and Psychology*, 25(3) : 477-492.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Zhao, H. & Henderson, D. (2008). Servant leadership: Development of a multidimensional measure and multi-level assessment. *The leadership quarterly*, 19(2) : 161-177.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Liao, C. & Meuser, J. D. (2014). Servant leadership and serving culture: Influence on individual and unit performance. *Academy of Management Journal*, 57(5) : 1434-1452.
- Liu, Z., Yang, Y., Tang, J. F., Ma, Q.H. & Li, Z. (2018). Multilevel Mechanism of Autonomous Motivation and Service-oriented Leadership on Emotional Labor: a Mediating Regulating Model. *Journal of Management Engineering*, 32(3) : 52-62. [In Chinese]
- Lu, Z., Chen, A. & Song, J. (2018). The Influence of Humble Leadership on Employees' Proactive Behavior- The Role of Psychological Empowerment and Conscientiousness. *Panyapiwat Journal*, 10(3) : 138-153. [In Thailand]
- Maden, D., Göztaş, A. & Topsümer, F. (2014). *Effects of Service Standards Communication and Servant Leadership on Strategic Competence and Customer Orientation*. Proceedings of the Multidisciplinary Academic Conference, 1-9.
- McCann, J. T., Graves, D. & Cox, L. (2014). Servant leadership, employee satisfaction, and organizational performance in rural community hospitals. *International journal of Business and Management*, 9(10) : 28.
- Park, Y., Song, J. H. & Lim, D. H. (2016). Organizational justice and work engagement: the mediating effect of self-leadership. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(6) : 711-729.
- Qian, J. & Jiang, C. Y. (2017). Relationship between Customer Orientation, Service Role Identification and Service Creativity. *Journal of NnTong University: Social Science Edition*, 33(3) : 132-136. [In Chinese]
- Salanova, M., Agut, S. & Peiró, José María. (2005). Linking organizational resources and work engagement to employee performance and customer loyalty: the mediation of service climate. *Journal of Applied Psychology*, 90(6) : 1217-1227.
- Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. (2003). *UWES-Utrecht work engagement scale: test manual*. Unpublished Manuscript: Department of Psychology, Utrecht University, 8.
- Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 25(3) : 293-315.

- Strong, C. A. & Harris, L. C. (2004). The drivers of customer orientation: an exploration of relational, human resource and procedural tactics. *Journal of Strategic Marketing*, 12(3) : 183–204.
- Susskind, A. M., Kacmar, K. M. & Borchgrevink, C. P. (2003). Customer service providers' attitudes relating to customer service and customer satisfaction in the customer-server exchange. *Journal of Applied Psychology*, 88(1) : 179.
- Tian, Q. (2017). Influence Mechanism of Service-oriented Leadership on Employee Customer-oriented Organizational Citizenship Behavior- Mediating Effect of Responsibility Perception and Regulating Effect of Leadership Power Perception. *Economic Journal*, 34(1) : 112-117. [In Chinese]
- Wang, B.Y. (2010). Public Servant Leadership: Revision and Effect of Scale. *Theoretical Discussion*, (2) : 153-156. [In Chinese]
- Wen, Z. L. & Ye, B.J. (2014). Mediating Effect Analysis: Methods and Model Development. *Progress in Psychological Science*, 22(5) : 731-745. [In Chinese]
- Wu, Y. & Wen, Z.L. (2011). Title Packaging Strategy in Structural Equation Modeling. *Progress in Psychological Science*, 19(12) : 1859-1867. [In Chinese]
- Xu, H.Y. & Wang, Z. (2016). The Impact of Service-oriented Leadership on Subordinate Service Performance: The Role of Customer Orientation and Leadership Identification. *Psychological Science*, 39(6) : 1466-1472. [In Chinese]
- Yoo, J. J. & Arnold, T. J. (2014). Customer orientation, engagement, and developing positive emotional labor. *The Service Industries Journal*, 34(16) : 1272-1288.
- Yoshida, D. T., Sendjaya, S., Hirst, G. & Cooper, B. (2014). Does servant leadership foster creativity and innovation? A multi-level mediation study of identification and prototypicality. *Journal of Business Research*, 67(7) : 1395-1404.
- Zablah, A. R., Franke, G. R., Brown, T. J. & Bartholomew, D. E. (2012). How and when does customer orientation influence frontline employee job outcomes? a meta-analytic evaluation. *Journal of Marketing*, 76(3) : 21-40.
- Zhang, Y.W. & Gan, Y.Q. (2005). Reliability and Validity Test of Chinese Utrecht Job Engagement Scale (UWES). *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 3. [In Chinese]
- Zhou, H. & long, L. (2004). Statistical test and control methods for common method bias. *Progress in psychological science*, 12(6) : 942-942. [In Chinese]
- Zhu, Y. & Wang, X.C. (2015). The Impact of Service-oriented Leadership on Employee Voice Behavior: The Role of Leader-member Exchange and Learning Goal Orientation. *Psychological Science*, 38(2) : 426-432. [In Chinese]

ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

Effects of Quality Cost Management on Competitive Advantage of Electrical And Electronics Businesses in Thailand

กษมาพร ลาผ่าน* สุวรรณ หวังเจริญเดช² และนาถนภา นิลนิยม³

Kasamaporn Laphan* Suwan Wangcharoendate² and Natnapha Nilniyom³

Received : June 25, 2019 Revised : August 10, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้บริหารธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจำนวน 173 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การบริหารต้นทุนคุณภาพด้านต้นทุนป้องกัน ด้านต้นทุนการประเมิน และด้านต้นทุนความผิดพลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ดังนั้นผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบาย การวางแผน การควบคุม และการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อให้การบริหารต้นทุนคุณภาพมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดต้นทุนการผลิตและพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการได้อย่างชัดเจน ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะนำธุรกิจไปสู่ความเจริญเติบโต มั่นคงและยั่งยืนตลอดไป

คำสำคัญ : การบริหารต้นทุนคุณภาพ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า
และอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการบัญชี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Busibess School, Mahasarakham University

² รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Associate Professor, Mahasarakham Busibess School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Mahasarakham Busibess School, Mahasarakham University

Abstract

The objective of this research was to test Effects of Quality Cost Management on Competitive Advantage of Electrical and Electronics Businesses in Thailand. The data were collected from 173 executives of electrical and electronics businesses in Thailand. The statistics used for data analysis were multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. The result of the research had shown that the cost management in the aspect prevention cost, appraisal cost and failure cost had positive relationships with and effect on the competitive advantage as a whole and in the aspect of efficiency, quality and customer responsiveness. Therefore, these research results could be applied in business' policy making, planning, control and operation, in order to gain an effective and efficient management cost of quality. This enables reduction cost and organization could obviously develop the quality of products and services in order to respond to best customers' satisfactions which would lead to the organization's stability and sustainable growth.

Keyword : Quality Cost Management, Competitive Advantage,
Electrical and Electronics Businesses in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบันมีสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ ประสบปัญหาการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงประกอบกับตลาดการค้าโดยทั่วไปได้ขยายกว้างออกไปสู่ระดับโลก และเป็นยุคที่ผู้บริโภคเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจสูง และมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น (วรรณิ์ เตโชโยธิน, 2558: 2) ธุรกิจต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับวิธีการหรือกระบวนการบริหารองค์กร เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มุ่งเน้นการบริหารคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณภาพสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดีของธุรกิจ (ฐิติกันต์ สุริยะสาร, 2560: 138) การบริหารต้นทุนคุณภาพเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่สามารถช่วยให้การบริหารต้นทุนของกิจกรรมต่าง ๆ เกิดคุณภาพการผลิต เพื่อลดต้นทุนความผิดพลาดในการผลิต และเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งองค์กรสามารถนำข้อมูลจากการบริหารต้นทุนคุณภาพไปปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้กิจการมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

การบริหารต้นทุนคุณภาพ (Quality Cost Management) เป็นการบริหารต้นทุนวิธีหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้ผู้บริหารจัดการต้นทุนในการผลิตสินค้า โดยการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารกระบวนการผลิต เพื่อแก้ไขสินค้าที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานให้มีคุณภาพ ซึ่งการบริหารต้นทุนคุณภาพประกอบด้วย ด้านต้นทุนการป้องกัน (Prevention Cost) ด้านต้นทุนการประเมิน (Appraisal Cost) และด้านต้นทุนความผิดพลาด (Failure Cost) (Blocher และคณะ, 2016: 700-701) โดยการบริหารต้นทุนคุณภาพจะช่วยทำให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน ที่ทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าลดลงและสินค้ามีคุณภาพ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร ทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี เกิดประสิทธิภาพและ เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นความสามารถขององค์กรที่จะต้อง สร้างศักยภาพและกลยุทธ์ทางการผลิต และบริการให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างเหนือจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม เดียวกัน และตรงตามความต้องการของลูกค้า ทั้งในด้านประสิทธิภาพและการทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัว ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นพื้นฐานความสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการ ได้อย่างยั่งยืน องค์กรจะต้องสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ดีที่สามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กรได้ ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer Responsiveness) (ตรีทิศ เหล่าศิริหงษ์ทอง, 2552: 28-36) ดังนั้นธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อความสำเร็จ และการอยู่รอดในระยะยาวขององค์กร และเป็นตัวสะท้อนการแข่งขันทางการตลาดภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และภายใต้ยุคเทคโนโลยีที่เติบโตในปัจจุบัน

ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (Electrical and Electronics Businesses) เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กับการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ ในสินค้าประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ค่อนข้างมาก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วของสินค้าหลายรายการ การผลิตที่ลดลง เพราะสินค้าบางรายการที่ไม่สอดคล้องกับห่วงโซ่อุปทานระดับโลก ผู้บริโภคเน้นที่ประโยชน์การใช้งานและคุณภาพ ของตัวสินค้ามากขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตที่มุ่งเน้นด้านคุณภาพสินค้าสูงขึ้นการบริหารต้นทุนคุณภาพเป็นแนวทางใน จัดการธุรกิจของกระบวนการผลิตสินค้าและบริการทำให้มีคุณภาพ สามารถทราบปัญหาที่แท้จริง ด้านคุณภาพ สามารถแก้ไขส่วนที่ผิดพลาดได้ตรงจุด ทำให้เกิดประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และสินค้ามีคุณภาพ รวมทั้งช่วยให้ องค์กรสามารถปรับปรุง และพัฒนากระบวนการในการลดต้นทุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพิ่มยอดขาย เพิ่มผลกำไรให้กับองค์กรและสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้

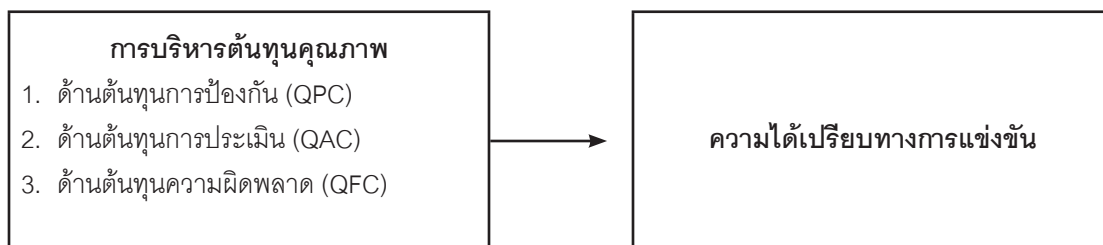
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพ ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบว่า การบริหารต้นทุนคุณภาพมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจหรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหารธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารต้นทุนคุณภาพ และพัฒนากลยุทธ์ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจได้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ในอนาคตต่อไป

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของงานวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ จากการศึกษาผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีสถานการณ์ (Contingency Theory) เพื่อสนับสนุนกรอบแนวคิดการวิจัยรวมถึงเพื่อระบุและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ทฤษฎีสถานการณ์ (Contingency Theory) ได้กล่าวว่าการที่กิจการจะตัดสินใจการกระทำใดก็ตามจะไม่มีวิธีใดที่ดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานแต่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอกของกิจการที่จะมีผลต่อการตัดสินใจของกิจการ ในการเลือกวิธีการปฏิบัติงานได้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นจึงใช้ทฤษฎีนี้ในการอธิบายการรับรู้ถึงปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการบริหารต้นทุนคุณภาพซึ่งส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจ ซึ่งการบริหารต้นทุนคุณภาพเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อการได้เปรียบทางการแข่งขัน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลความรู้ของการบริหารต้นทุนคุณภาพ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน



2.1 การบริหารต้นทุนคุณภาพ (Quality Cost Management) หมายถึง กระบวนการจัดการที่สามารถทำให้องค์กรทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านคุณภาพของการผลิตและสินค้า นำไปสู่กระบวนการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลงและสินค้ามีคุณภาพมากขึ้น ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มยอดขายและกำไรให้กับองค์กรและสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านต้นทุนการป้องกัน (Prevention Cost) หมายถึง กระบวนการป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดและความสูญเสียในกระบวนการผลิตและการบริการ การฝึกอบรมพนักงาน การออกแบบกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การวางแผนและการติดตามคุณภาพ การบำรุงรักษาอุปกรณ์และเครื่องจักร และการสรรหาบุคลากรและวัตถุดิบที่น่าเชื่อถือ เพื่อใช้สินค้าและบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน

2.1.2 ด้านต้นทุนการประเมิน (Appraisal Cost) หมายถึง กระบวนการตรวจสอบคุณภาพและวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหากระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบนำเข้า ทดสอบกระบวนการดำเนินงาน การวิเคราะห์ผลการตรวจสอบคุณภาพและการทำรายงานสรุป เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตสินค้าและบริการมีคุณภาพส่งผลต่อคุณภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2.1.3 ด้านต้นทุนความผิดพลาด (Failure Cost) หมายถึง กระบวนการปรับปรุงหรือแก้ไขความผิดพลาดจากสินค้าและบริการ จากกระบวนการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอก โดยเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและบริการ การส่งมอบสินค้าและบริการทั้งก่อนและหลังให้กับลูกค้า เพื่อลดจำนวนของเสียจากสินค้าและบริการ ลดการซ่อมแซมและการเปลี่ยนคืนสินค้า และข้อตำหนิหรือการร้องเรียนจากลูกค้า ให้สินค้าและบริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานและข้อกำหนด

2.2 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ผลของการบริหารงานและสร้างกลยุทธ์ ทำให้องค์กรสร้างผลงานที่แตกต่าง จากการผลิตสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพที่เหนือกว่าเหนือกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ผลลัพธ์จากความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสูญเสียให้น้อยที่สุด และการใช้ปัจจัยการนำเข้าในการผลิตให้น้อยกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้า รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและฐานข้อมูลพัฒนากระบวนการดำเนินงานได้อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อความเติบโตทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น และการบรรลุเป้าหมายสูงสุดขององค์กร

2.2.2 ด้านคุณภาพ (Quality) หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการให้มีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการ รวมถึงการรักษามาตรฐานที่องค์กรได้กำหนดไว้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความยอมรับในตัวสินค้าและบริการ สามารถสร้างผลการดำเนินงานและความมั่นคงในระยะยาวขององค์กร

2.2.3 ด้านการตอบสนองความต้องการลูกค้า (Customer Responsiveness) หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะและประโยชน์ต่อการใช้งาน และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดและเกิดความเชื่อถือในตัวสินค้าและบริการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าแนวคิดการบริหารต้นทุนคุณภาพ เป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ในระดับองค์กร เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการเพิ่มผลผลิตในการแข่งขันของธุรกิจ เป็นกระบวนการบริหารต้นทุนในด้านคุณภาพของสินค้าในกิจกรรมการผลิตที่จะทำให้สินค้ามีคุณภาพ และทำให้ทราบปัญหาด้านคุณภาพในการผลิตสินค้าที่จะสามารถนำไปสู่กระบวนการปรับปรุงคุณภาพสินค้า ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตลดลงและเพิ่มคุณภาพสินค้าได้มากขึ้น สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ(ธนัตถ์ภัทร ธีรณัฐติกุล, 2558: 179-181)และข้อมูลต้นทุนคุณภาพจัดเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญที่ผู้บริหารต้องการนำมาใช้ประโยชน์สำหรับหรับการวางแผนดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพที่ดีกว่าเดิม (ฐิติกันต์ สุริยะสาร, 2560: 149) จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงตั้งเป็นสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : H_1 : การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการป้องกันมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

H_2 : การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการประเมินมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

H_3 : การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนความผิดพลาดมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

H_4 : การบริหารต้นทุนคุณภาพมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการ และวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้บริหารของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 2,298 คน (สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์, 2560: เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยจำนวน 330 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 41-43) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 330 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมด จำนวน 173 ชุด คิดเป็นอัตราตอบกลับที่ตอบสมบูรณ์คิดเป็นร้อยละ 54.57 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 107 วัน

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

การบริหารต้นทุนคุณภาพเป็นตัวแปรอิสระสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านต้นทุนการป้องกัน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ กระบวนการป้องกัน การวางแผนและออกแบบ การผลิตสินค้าและบริการเพื่อป้องกันความผิดพลาดและความสูญเสียในการผลิตสินค้าและบริการ 2) ด้านต้นทุนการประเมิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การวิเคราะห์ การทดสอบ การแก้ปัญหาปัญหาในกระบวนการผลิตและบริการ เพื่อให้เกิดคุณภาพในการดำเนินงาน 3) ด้านต้นทุนความผิดพลาด จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การแก้ไข การมุ่งเน้น การลดปัญหาและที่จะลดจำนวนของเสียที่เกิดจากสินค้าและบริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานหรือตรงตามข้อกำหนด ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรตามสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านประสิทธิภาพ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสูญเปล่าน้อยที่สุดในการผลิตสินค้า ส่งผลต่อบัณฑิตการผลิตสินค้าที่น้อยกว่าคู่แข่งอย่างเห็นได้ชัดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 2) ด้านคุณภาพ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การผลิตสินค้าและบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตและมาตรฐานของสินค้า ทำให้เกิดการยอมรับจากลูกค้าว่าเป็นกิจการที่มีสินค้ามีคุณภาพตามมาตรฐานสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนให้กับองค์กร 3) ด้านการตอบสนองความต้องการของการของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะและประโยชน์ในการใช้งานตามความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าและบริการเพื่อการสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้าและบริการจากลูกค้าอย่างต่อเนื่องให้กับองค์กร

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่าน การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งการบริหารต้นทุนคุณภาพ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.455 – 0.769 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.482 – 0.862 ซึ่งสอดคล้องกับสมบัติ ท้ายเรือคำ (2552: 90) ได้เสนอว่าเกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม 0.40 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพในระดับดีมากและหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารต้นทุนคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.798 - 0.843 และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.755 – 0.877 ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ (2006) ได้เสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณทดสอบ ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ TCA} = \beta_0 + \beta_1 \text{QPC} + \beta_2 \text{QAC} + \beta_3 \text{QFC} + e$$

เมื่อ TCA แทน ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

QPC แทน การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการป้องกัน

QAC แทน การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการประเมิน

QFC แทน การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนความผิดพลาด

4. ผลลัพธ์จากการวิจัยและอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารต้นทุนคุณภาพกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TCA	QPC	QAC	QFC	VIFs
	4.177	4.129	4.127	4.148	
S.D	0.634	0.690	0.734	0.766	
CAT	-	0.625*	0.627*	0.650*	
QPC		-	0.680*	0.653*	2.014
QAC			-	0.771*	2.851
QFC				-	2.671

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารต้นทุนคุณภาพ มีค่าตั้งแต่ 2.014 – 2.85 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

การบริหารต้นทุนคุณภาพ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม		t	p-value
	(TCA)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.325	0.223	5.943*	0.0001
ด้านต้นทุนการป้องกัน (QPC)	0.270	0.071	3.828*	0.0001
ด้านต้นทุนการประเมิน (QAC)	0.157	0.079	1.989**	0.048
ด้านต้นทุนความผิดพลาด (QFC)	0.262	0.073	3.581*	0.0001
F = 57.237 p>0.0001 Adj R ² = 0.495				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า 1) การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการป้องกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม เนื่องจาก การบริหารต้นทุนการป้องกันเป็นกระบวนการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพของผู้บริหารก่อนการดำเนินงานทุกครั้ง เพื่อลดความเสี่ยงของความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในภายหลัง เพื่อให้การปฏิบัติงานและกระบวนการทำงานในองค์กรมีความสม่ำเสมอ สามารถส่งผลให้องค์กรลดข้อผิดพลาดของการปฏิบัติงานได้ และเกิดประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ส่งผลให้สินค้าและบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวรณี เตโชโยธิน (2558: 303) กล่าวว่า ต้นทุนป้องกันเป็นกิจกรรมที่ดำเนินโดยมีเป้าหมายเพื่อป้องกันการผลิตสินค้าและบริการที่ไม่มีคุณภาพ เป็นแนวคิดป้องกันไม่ให้เกิดของเสีย สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบต่อคู่ค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพฤกษ์บารมี อุดสาเหวานิชกิจ (2560: บทคัดย่อ) พบว่า การคิดต้นทุนคุณภาพมีผลกระทบต่อการวางแผนคุณภาพ ภาพลักษณ์ตลาด การยอมรับและประสิทธิภาพการตลาด และการวางแผนคุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและการยอมรับของตลาด ในขณะที่ภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลในเชิงบวกต่อการยอมรับของตลาดและประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริยาดี ผลนอก (2560: 40) พบว่า การรับรู้ต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการป้องกันมีอิทธิพลต่อขีดสมรรถนะและการสร้างความได้เปรียบของการแข่งขันของสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็นในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lari และ Asilani (2013: Abstract) พบว่า ต้นทุนป้องกันช่วยเสริมสร้างกระบวนการปฏิบัติงานในการปรับปรุงองค์กร และช่วยปรับปรุงกิจกรรมการบริการที่จะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และระบบการบริหารต้นทุนคุณภาพสามารถช่วยในกระบวนการตัดสินใจร่วมกับการรวบรวมและการวิเคราะห์ ให้กับฝ่ายบริหารใช้เป็นข้อเสนอแนะการออกแบบและปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถเชื่อมโยงระบบการบริหารมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001 ด้านการจัดการคุณภาพให้กับองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Holotaa และคณะ (2016: Abstract) พบว่า ต้นทุนป้องกันมีความสัมพันธ์กับคุณภาพสินค้าเนื่องจากต้นทุนป้องกันเป็นเครื่องมือการจัดการคุณภาพขั้นพื้นฐานในกระบวนการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาดและส่งผลกระทบต่อภาพเศรษฐกิจภายในกิจการ ให้มีผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน

2) การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการประเมิน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม เนื่องจากต้นทุนการประเมินเป็นกระบวนการตรวจสอบคุณภาพและการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหากระบวนการผลิตสินค้าและบริการ การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบนำเข้า ทดสอบกระบวนการดำเนินงาน การวิเคราะห์ผลการตรวจสอบคุณภาพและการทำรายงานสรุป เพื่อให้มั่นใจว่ากระบวนการผลิตสินค้าและบริการมีคุณภาพส่งผลต่อคุณภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธนัตถ์ภัทร ธีรรัชต์กล (2558: 170-173) กล่าวว่า ต้นทุนการประเมินเป็นกระบวนการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน และแนวทางการประเมินและตรวจสอบ โดยจะทำการประเมินในจุดที่อาจสร้างความผิดพลาดขึ้น ซึ่งต้องประเมินทั้งวัตถุดิบ และกระบวนการผลิต ให้มีประสิทธิภาพ และมีผลลัพธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าหรือบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เสกสรร สุธรรมานนท์และคณะ (2556: บทคัดย่อ) พบว่า การประยุกต์ใช้ต้นทุนคุณภาพสำหรับโรงงานผลิต ต้นทุนการตรวจสอบหรือต้นทุนการประเมินมีอิทธิพลต่อระดับคุณภาพของการผลิตสินค้ามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Holotaa และคณะ (2016: Abstract) พบว่า ต้นทุนการตรวจสอบการประเมิน การวิเคราะห์ และการจำแนกต้นทุนในแต่ละกิจกรรมในองค์กรสามารถนำไปปรับปรุงคุณภาพลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพให้กับองค์กรได้และสามารถวิเคราะห์ต้นทุน บริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ มีกระบวนการดำเนินงาน กระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสถานะสภาพการแข่งขันของเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Farooq และคณะ (2017: Abstract) พบว่า ต้นทุนการประเมินเหมาะที่จะเป็นกลยุทธ์เพื่อบริหารต้นทุน เพื่อปรับปรุงคุณภาพ และมีส่วนช่วยในการพัฒนาด้านต้นทุนคุณภาพสำหรับการผลิต และเป็นกลยุทธ์ในการช่วยจัดการ วางแผนในการตัดสินใจในอนาคต เพื่อลดต้นทุนในการปรับปรุงคุณภาพการผลิต และปรับปรุงคุณภาพของกระบวนการผลิตในอนาคตของอุตสาหกรรมเพื่อประเมินความถูกต้องของกรอบการทำงาน

3) การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนความผิดพลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม เนื่องจากต้นทุนความผิดพลาดเป็นกระบวนการปรับปรุงหรือแก้ไขความผิดพลาดจากสินค้าและบริการ จากกระบวนการดำเนินงานทั้งภายในและภายนอก โดยเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและบริการ เพื่อลดจำนวนของเสียจากสินค้าและบริการ ลดการซ่อมแซมและการเปลี่ยนคืนสินค้า และข้อตำหนิหรือการร้องเรียนจากลูกค้า ให้สินค้าและบริการมีคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐานตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และกิจการสามารถสร้างความได้เปรียบทางการตลาดและแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา อินทร์สอน และชูชาติ พยอม (2557: 106-111) พบว่า ต้นทุนคุณภาพด้านความเสียหายมีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กร ผู้ประกอบการจึงควรตระหนักถึงการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กร และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลดีทั้งต่อกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิภาณต์ สุริยะสาร (2560: บทคัดย่อ) พบว่า ต้นทุนคุณภาพด้านความผิดพลาดภายนอกมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรม ดังนั้นผู้บริหารของโรงแรมควรให้ความสำคัญต่อการบริหารต้นทุนคุณภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการวางแผน และการตัดสินใจของธุรกิจให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยา วรรณสวัสดิ์ (2557: 46) พบว่า ต้นทุนคุณภาพด้านความเสียหายทั้งภายในและภายนอกเกิดขึ้นน้อยลง จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของสินค้าโดยรวมขององค์กรที่เพิ่มขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพเฉพาะธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ดังนั้นในอนาคตควรนำเอาธุรกิจอื่นมาศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างกัน และทำให้งานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้นและสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และผู้วิจัยไม่ได้กำหนดกรอบแนวคิดที่มีตัวแปรแทรกซ้อนที่อาจมีผลกระทบ ต่อการบริหารต้นทุนคุณภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรกำหนดตัวแปรแทรกซ้อนเพิ่มขึ้น เช่น วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร หรือ กลยุทธ์การวางแผนการผลิต เพื่อวัดความได้เปรียบทางการแข่งขันว่ามีผลต่อความสำเร็จและผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารต้นทุนคุณภาพ และพัฒนากลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจได้ และยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการบริหารต้นทุนคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารกระบวนการผลิตและใช้สนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินงานธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจในอนาคตต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารต้นทุนคุณภาพ ด้านต้นทุนการป้องกัน ด้านต้นทุนการประเมิน ด้านต้นทุนความผิดพลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ควรนำการบริหารต้นทุนคุณภาพ ในด้านต้นทุนการป้องกันด้านต้นทุนการประเมิน และด้านต้นทุนความผิดพลาด มาประยุกต์ใช้ในระบบการผลิตสินค้าและบริการเพื่อลดต้นทุนในการผลิต และไม่ให้เกิดความผิดพลาดในกระบวนการผลิตและการบริการเพื่อใช้สินค้าและบริการมีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ทำให้เกิดความเชื่อถือนในสินค้า และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการตลาดอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วรณสวัสดิ์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนคุณภาพกับผลการดำเนินงานขององค์กร. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 5 (1) : 36–62.
- ฐิติกันต์ สุริยะสาร. (2560). ผลกระทบของการบริหารต้นทุนคุณภาพที่มีต่อการพัฒนาการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(1) : 138–151
- ตรีทศ เหล่าศิริหงษ์ทอง. (2552). *กลยุทธ์การผลิต/ปฏิบัติการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธนัตถ์ภัทร ธิธนชติลล. (2558). *การจัดการคุณภาพโดยรวม*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: บุญศรีการพิมพ์.
- ปพฤกษ์บารมี อุดสาหะวานิชกิจ. (2560). การบัญชีต้นทุนคุณภาพและผลการดำเนินงานทางการตลาด: หลักฐานเชิงประจักษ์ จากธุรกิจที่ได้รับ ISO9000 ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์มหาวิทยาลัยบูรพา*, 12(1) : 145–157.

- ปรียาวดี ผลเอนก. (2560). การศึกษาการรับรู้ต้นทุนคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อขีดสมรรถนะของสหกรณ์โคนมวังน้ำเย็นในการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจพิเศษสระแก้ว. *ศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(1) : 33–42
- วรรณิ์ เตโชโยธิน. (2558). การบริหารต้นทุน (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟิลิปปินส์เซ็นเตอร์.
- สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. (2560b). รายชื่อผู้ประกอบการ. ค้นเมื่อ 22 กันยายน 2560 , จาก <http://www.thaieei.com/EIU/TableauPage.aspx?MenuID=18>
- เสกสรร สุธรรมานนท์, รัชชานา สินธวาลย์ และ สรณยา ทวีรัตน์. (2556). การประยุกต์ใช้ต้นทุนคุณภาพสำหรับโรงงานผลิตประเก็นสำเร็จรูป. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 18 (3) : 527–535.
- วิทยา อินทร์สอน และชูชาติ พยอม. (2557). แนวทางการพัฒนาใช้ต้นทุนคุณภาพในงานอุตสาหกรรม. *Industrial Technology Review*, 19 (258) : 106–111.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- 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.), Business Statistics for Contemporary Decision Making. New York: John Wiley and Son
- Blocher, J.E., Stout, E.D., Juras, E.P.& Cokins, G. (2016). *Cost management* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Farooq, M. A., Kirchain, R., Novoa, H. & Araujo, A. (2017). Cost of quality: Evaluating cost-quality trade-offs for inspection strategies of manufacturing processes. *International Journal of Production Economics*, 188, 156 –166
- Hair, J.F., Black, W.C., & Erson, R. E. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed.). New Jersey: pearson
- Holotaa,T.,Hrubeca,J., Kotusa,M., Holienicinovab, M. & Caposovac, E. (2016). The manafement of quality costa analysis model. *Serbian Journal of Management*, 11(1), 119–127.
- Lari, A. & Asllani, A. (2013). Quality cost management support system: an effective tool for organizational performance improvement. *Total Quality Management and Business Excellence*, 24, 432–451

โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี: หลักฐานการใช้เทคโนโลยี NodeMCU

ในการควบคุมโรงเพาะเห็ดในประเทศไทย

Technology Acceptance Model: The Evidence of NodeMCU's Mushroom House Control System in Thailand

พงศธร ตันตระบันฑิตย์* มณีรัตน์ วงษ์ขี้ม² และโอฬาริก สุรินตะ³

Pongsatorn Tantrabundit* Manirath Wongsim² and Olarik Surinta³

Received : June 20, 2019 Revised : August 5, 2019 Accepted : August 7, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนาเทคโนโลยี NodeMCU ในการควบคุมโรงเพาะเห็ดโดยระบบควบคุมอัตโนมัติและควบคุมโดยมนุษย์ (2) สร้างแอปพลิเคชัน (หรือเครื่องมือที่เกี่ยวกับออนไลน์) ที่สามารถรับอุณหภูมิและความชื้นให้เหมาะสมสำหรับทุก ๆ การเจริญเติบโตของเห็ดในแต่ละช่วงเวลาในโรงเห็ดได้ (3) ค้นหาความจริงในการรับรู้การใช้งานเทคโนโลยี NodeMCU ของเกษตรกรโดยใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีโดยใช้ฟาร์มเห็ด "สองพี่น้อง" เป็นกรณีศึกษาสำหรับงานวิจัยนี้ หลังจากติดตั้งเทคโนโลยี NodeMCU ในการควบคุมโรงเพาะเห็ดและพัฒนาแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟนสำหรับเกษตรกรแล้ว เทคโนโลยีนี้สามารถรักษาอุณหภูมิและความชื้นที่เหมาะสมให้กับโรงเพาะเห็ดได้โดยอัตโนมัติหรือควบคุมโดยเกษตรกรผ่านแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟน งานวิจัยนี้จึงเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี NodeMCU ในการควบคุมโรงเพาะเห็ดในอนาคตได้โดยการประยุกต์ใช้โมเดลการยอมรับเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง โรงเพาะเห็ด และฟาร์มอัจฉริยะ

* อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Faculty of Informatics, Mahasarakham University

Abstract

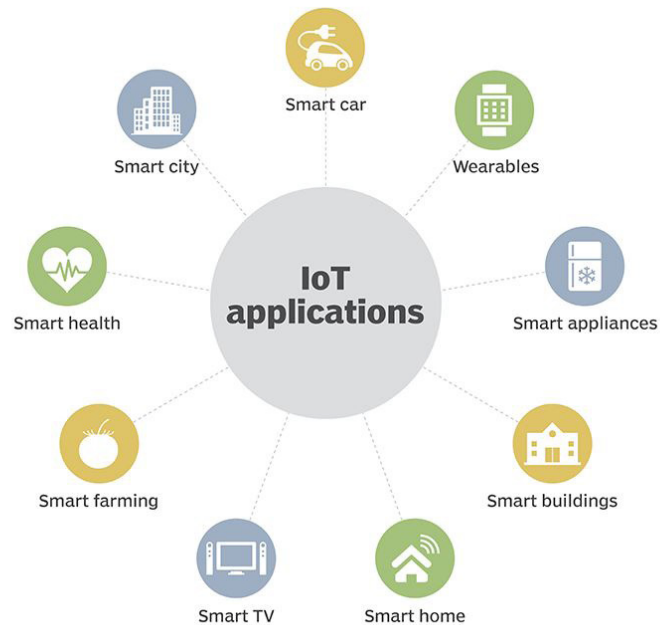
The purpose of this study is to (1) To develop the NodeMCU's mushroom house control system that be able to control by both automatic system and manual system (2) To generate the application (or related online tool) that be able to adjust the suitable humidity and appropriate temperature for each growth stages of mushroom in the mushroom house (3) To determine the perception of the NodeMCU's users by applying TAM model. "Song Pee Nong" mushroom farm was chosen as a case study to implement the NodeMCU's system in this study. After installed the NodeMCU's mushroom house control system and developed the mobile application for the users, the system was able to sustain the most appropriate temperature and humidity in mushroom house by set up the system automatically or by control manually from the users via mobile application. This study also applied technology acceptance model (TAM) to explain the farmer's intention to use the NodeMCU's mushroom house control system in the future.

Keywords: Technology Acceptance Model, Internet of Things, Mushroom House, Smart Farm

1. Introduction

The term "the Internet of things" (IoT) was first coined by Kevin Ashton of Procter & Gamble in 1999. It can be referred as everything is connected with the Internet which allows the Internet users to control equipment and tools through the Internet (Ashton, 2009). According to Babin (2017), the IoT allows objects to be sensed or controlled remotely across existing network infrastructure, creating opportunities for more direct integration of the physical world into computer-based systems, and resulting in improved efficiency, accuracy and economic benefit in addition to reduced human intervention. When IoT is augmented with sensors and actuators, the technology becomes an instance of the more general class of cyber-physical systems, which also encompasses technologies such as smart car, smart appliances, smart home, smart buildings, smart TV, smart farming, intelligent transportation, smart city, and smart health as shown in Figure 1.

Figure 1 Example of IoT applications (Rouse et al., 2019)



In farming businesses, the IoT contributes significantly towards innovating farming methods. Farming challenges caused by population growth and climate change have made it one of the first industries to utilize the IoT. The integration of wireless sensors with agricultural mobile apps and cloud platforms helps in collecting vital information pertaining to the environmental conditions – temperature, rainfall, humidity, wind speed, pest infestation, soil humus content or nutrients, besides others – linked with a farmland, can be used to improve and automate farming techniques, take informed decisions to improve quality and quantity, and minimize risks and wastes (Rouse & Bernstein, 2019). Currently, people are willing to spend more money on healthy products. Mushroom is one of the best options for healthy food. The benefits of mushroom consumption are not only for food but also for medical reasons. Therefore, the consumption of mushroom are increasing which is helping the national economic growth. In 2016, Thailand produced 120,000 tons of overall mushroom to consume both domestically and internationally (Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2019). However, the IoT contributions in farming businesses in Thailand, especially in mushroom houses, were rarely utilized.

The mushroom houses in Thailand were increased steadily because various kinds of mushrooms are suitable to grow up due to the weather conditions and environments. Moreover, most of the mushroom houses in Thailand are made from re-usable materials that help the farmers to reduce the cost of mushroom houses. However, during the growth stages of mushroom, farmers always face with the problems about unappropriated humidity and unsuitable temperature which cause mushroom's deceases and eventually affect the productivity of the mushroom. As a result, due to the varies of weather conditions in Thailand

nowadays, farmers need to spend a lot of time to take care of their mushroom houses in order to reduce the chance of mushroom diseases.

As a result, this research aims to fulfill this gap by developing the NodeMCU's mushroom house control system via the Internet in order to reduce the chance of mushroom diseases and reduce the farmers' time spending on taking care of the mushroom. NodeMCU is the CPU to process the evaluated data system that contains with the board ESP8266. Once connected NodeMCU with other tools and sensors via the Internet, NodeMCU is acted as the monitor to adjust the weather and other related environments to the user's setting point. In this, NodeMCU could be perceived as the tool on IoT. Consequently, the purpose of this study was shown as follows:

1. To develop the NodeMCU's mushroom house control system that be able to control by both automatic system and manual system.
2. To generate the application (or related online tool) that be able to adjust the suitable humidity and appropriate temperature for each growth stages of mushroom in the mushroom house.
3. To determine the perception of the NodeMCU's users by applying TAM model.

2. Theoretical Foundation and Literature Review

2.1 Smart Farming

According to Rouse and Bernstein (2019), Smart farming is a management concept emphasized on providing the agricultural industry with the infrastructure to leverage advanced technology such as big data, the cloud and the internet of things (IoT) in order to track, monitor, automate and analyze agricultural operations. It is software-managed and sensor-monitored system which includes technology such as sensors, telecommunications, advanced networking, GPS, satellites, data analytics tools for decision making and predictions, and the suitable hardware and software for specialized applications that create the IoT-based solutions, robotics and automation. By making farming more connected and intelligent, smart farming is able to reduce overall costs, improve the quality of product, increase the quantity of products, develop the sustainability of agriculture and enhance the new experiences for the consumers. With these smart devices, multiple processes can be activated at the same time. With these automated services, it will enhance product quality and volume by better controlling production processes. In this, IoT technology creates better control agricultural processes to reduce production risks and enhances the ability to foresee production results, which leads to better cost management and waste reduction.

2.2 NodeMCU

NodeMCU is the CPU to process the evaluated data system that contains with the board ESP8266. It is smaller than Arduino but has larger capacity. The mainboard ESP8266 12E has 4MB RAM and 40 MHz ARM which portable with WIFI system. NodeMCU was the key component in this research. Other specialized tools were installed in this study included DTH22, 8 channel relay, DTH22 is the temperature and humidity sensor which usually implements in food industries, warehouse, cold room, computer lab, operating lab, or baking room. Relay is an electrically operated switch. Relays are used where it is necessary to control a circuit by a separate low-power signal, or where several circuits must be controlled by one signal. 8 channel relay module was implemented in this study because it is able to receive 10 A with 5 V and contains of 8 displayed LED. Water pump and sprayer were also employed in this study. A water pump is used to control the humidity and water in the mushroom house. Sprayer was connected to the water pump and hooked up on the ceiling of the mushroom house to spray the water in the way as the smog at 20 – 30 micron. This sprayer was able to reduce the temperature and increase the humidity of mushroom house. Table 1 illustrates all the tools used in this study.

Table 1 Tools implemented in this study

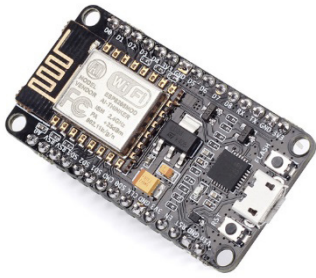
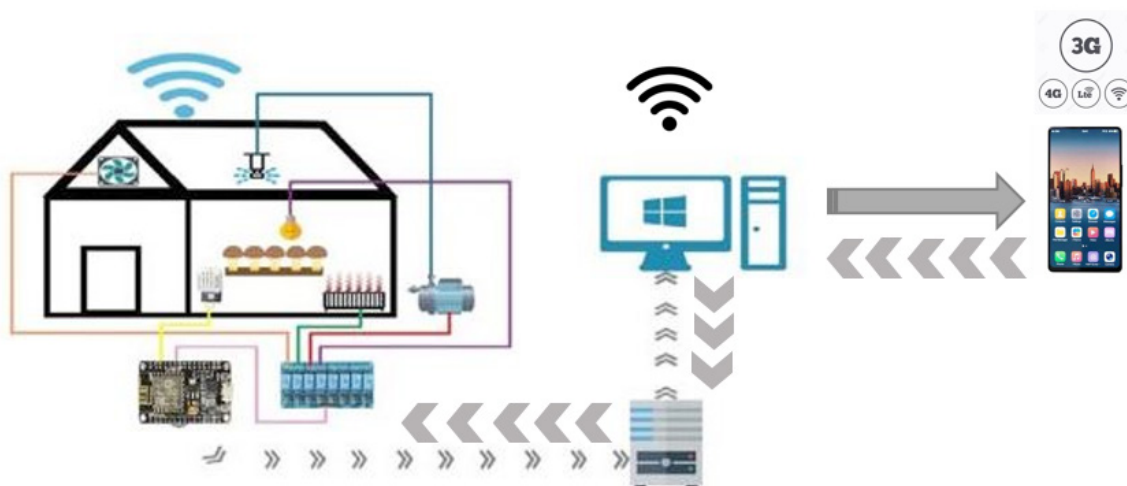
Description	Figure
NodeMCU	
DTH22	
8 Channel Relay Module	
Sprayer	

Table 1 Tools implemented in this study (Continue)

Description	Figure
Water Pump	
electric box with display monitor	

NETPIE is the Apache web server program that provides the spaces for any Internet users. This study developed script and program via NETPIE. By installing some materials in mushroom house and applying all controlling systems in the electric box, the purposed framework for this research was developed as presented in figure 2. The NodeMCU's control system was designed to monitor temperature and humidity of the mushroom house 24 hours a day and transmitted all data to the developed program and mobile application via NETPIE. The owner of mushroom farm is able to see all data by either computer or mobile application on mobile phone. Once the temperature is too high or the humidity is too low, the owner of mushroom farm is able to order water spraying via computer or mobile application without visiting mushroom house in person.

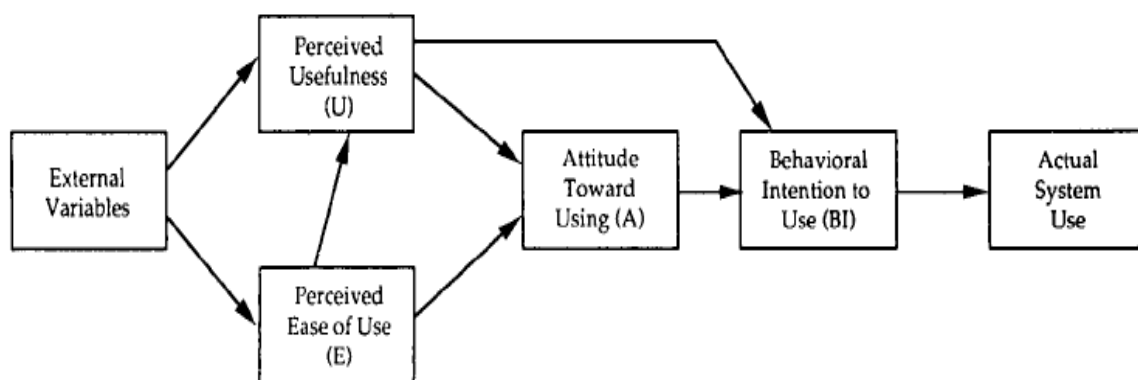
Figure 2 The purposed NodeMCU's mushroom house control system



2.3 Technology Acceptance Model (TAM)

The Technology Acceptance Model (TAM) was first developed by Davis (1989). The main purpose of the TAM is to explain computer-usage behaviors. This model would be well-suited for modelling acceptance and usage of any product and service that involve computer technology (Bosnjak et al, 2006). TAM assumes that technology adoption, intention to use and actual use are depended on perceived usefulness and perceived ease of use of technology as shown in Figure 3.

Figure 3 Technology Acceptance Model (Davis et al., 1989)



According to the model (Davis et al., 1989), it predicts user acceptance and intentions based on the influence of two variables which are perceived usefulness and perceived ease of use. These two variables determine behavior on attitude toward using and then behavioral intentions to use, which behavioral intentions to use finally determines the actual system use. In addition, Davis et al. (1989) also propose a direct relationship between perceived usefulness and behavioral intentions to use. Davis et al. (1989) gave definition for two determinants as follows. “Perceived usefulness (U)” is referred as the degree to which an individual believes that using a particular system will enhance his/her performance. “Perceived ease of use (EOU)” is defined as the degree to which an individual believes that using a particular system will be free from effort.

TAM has been utilized in various studies which include the adoption of instant messaging by Shih and Fan (2013), mobile commerce by Zhou and Lu (2011), mobile shopping by Aldas-Manzano et al. (2009); mobile ticketing by Mallat et al. (2009), digital multimedia broadcasting by Shin (2009), mobile TV by Jung et al. (2009), 3G services by Kuo and Yen (2009), and mobile gaming by Ha et al. (2007). TAM is relevant to this study because this study highly associates with new technology system as well as it involves with networking technology. As a result, this model is able to help the researcher to understand the driven mechanism of farmer’s behavior as well as facilitate the researcher on generating the effective mechanism system in product and application designs in order to create a suitable NodeMCU prototype system for mushroom farm.

3. Research Methods

The purpose of the study was to develop a thorough understanding of what factors influence mushroom farmers and what barriers hinder them from the applying smart farm technology such as NodeMCU. This study employed the qualitative method, using in-depth interviews to explore the mushroom farmer's behavior intention by applying TAM. According to Mariampolski (2001), the qualitative method allows the researchers to generate rich data and have more flexibility to probe into areas of specific behavior that helps to develop a comprehensive understanding of all the influences shaping that specific behavior. In this, qualitative approach provides a necessary and complementary perspective on human behavior

3.1 Sample Selection

The study was conducted in Thailand and the participants were Thai mushroom farmers who have experienced on mushroom farming for more than a year. Moreover, participants in this study had to allow the researchers to install all equipment and tools for NodeMCU's mushroom house control system at least 6 months in order to investigate farmer's behaviors as well as develop this smart farm technology. After contacting several mushroom farms in the North-east region of Thailand, "Song Pee Nong" mushroom farm was chosen due to several reasons. Firstly, the owners of "Song Pee Nong" mushroom farm would like to test the NodeMCU's on all four mushroom houses and allowed the researchers to collect data without restrictions. Secondly, "Song Pee Nong" mushroom farm has started mushroom business since 2015. Thirdly, "Song Pee Nong" mushroom farm meets all requirements for mushroom house. It has own spawn production line through sterilization process, provides mushroom incubation room for spawn run, stocks and sells packages of sprouting mushrooms, and collects fresh mushrooms from mushroom house. Lastly, "Song Pee Nong" mushroom farm is located on Ban Tam-Yay, Na-Sri-Nuan sub-district, Kantarawichai district, Mahasarakham which takes around twenty minutes from Mahasarakham University by car. This location was appropriate for this research because the NodeMCU's mushroom house control system was on the development prototype phase. Therefore, the researchers needed to be ready for analyzing and solving any problematical issues related to this smart farm technology on time in order to eliminate any unexpected consequences.

3.2 Data Collection Procedures

Semi-structured in-depth interviews with Thai mushroom farmers were used to gather the data; this technique was particularly suitable to understanding the farmers' intention behavior toward NodeMCU's mushroom house control system. In-depth interviews allowed a more comprehensive insight into the farmers' thoughts, feelings, and experiences. Additionally, the flexible nature of in-depth questioning enabled the interviewer to return to a topic several times during an interview if needed. An interview guide was developed to ensure that the interviews did not get lost in topics that were of no relevance to the study's objectives. All nine main questions were derived from Davis et al. (1989), Venkatesh & Bala (2008) and Behrend et al. (2011). These questions motivated the interviewees to express their feelings, thoughts, and experiences freely. The ordering of questions was flexible and was mainly dictated by the 4 interviewee's responses. The interviews were audio-taped and transcribed for analysis and interpretation.

4. Results

4.1 Prior the installation of NodeMCU's mushroom house control system

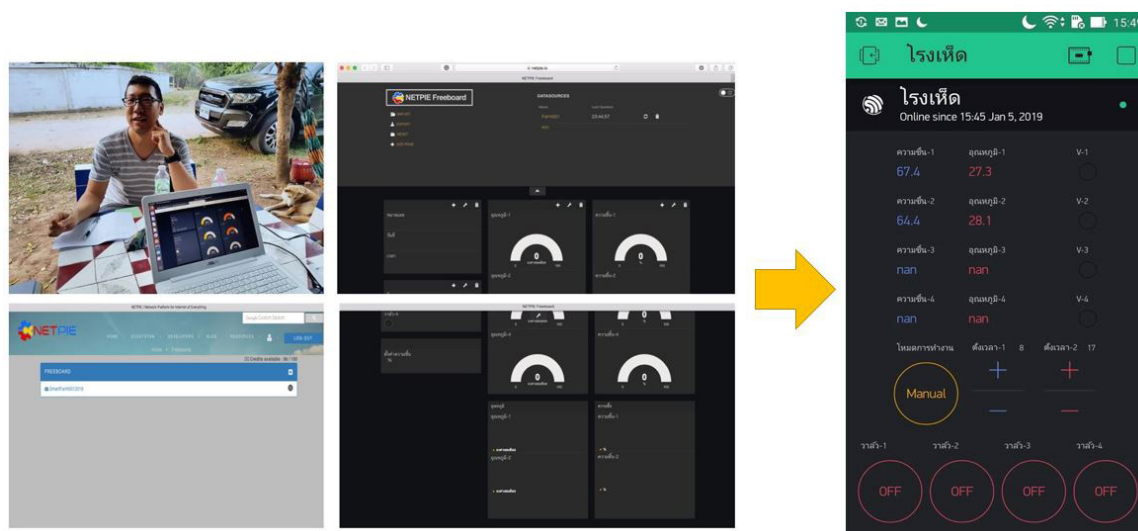
"Song Pee Nong" mushroom farm had two full-time workers and two part-time workers. There were four mushroom houses and each mushroom house was able to produce around 10 kg of fresh mushroom per day. There were around 4,000 mushroom bags on each mushroom house. The farmers always collect fresh mushroom twice a day (in the morning at 6 am and in the afternoon at 4:30 pm). They sprayed water on mushroom bags directly at least twice a day (generally, in the morning at 6:30 am and in the afternoon at 5:00 pm). Each worker spent time on water spraying about 10-20 minutes per one mushroom house and it took around 218 liters of water for each time. However, on some days, the weather is too hot and makes the temperature of the mushroom house too high. The farmers need to spray water at lunch time around 10 minutes which used about 109 liters of water in order to reduce the temperature and increase the humidity of mushroom house. The materials used for setting up the mushroom houses were mostly reused and recycled material which include steel structure tubing, bamboo woven, shade cloth thatching and roof vents. Each mushroom house costs about ฿10,000. The appropriate temperature inside the mushroom house was around 20-25 degree Celsius with the humidity above 80%. The contamination of fresh mushroom in "Song Pee Nong" mushroom farm included green mold and black mold which normally affected around 10 percent of the collected products.

4.2 After the installation of NodeMCU's mushroom house control system

NodeMCU's mushroom house control system was first introduced to "Song Pee Nong" mushroom farm in September 2018 and explained in details on how to applied and utilized the system. After "Song Pee Nong" mushroom farm agreed with all given conditions, NodeMCU was installed in early October 2018. The researchers had also developed the application to control NodeMCU via NETPIE. NodeMCU was set automatically to do the water spraying for 5 minutes if the mushroom house's temperature reached 30 degree Celsius or the humidity went lower than 70%. At the beginning, NodeMCU could only be controlled manually with the control box due to the limitation of the internet networking from the local internet provider. However, after solved the problem with internet networking, NodeMCU was able to be controlled via computer or mobile application developed by the researchers as shown in the figure 4. Both controlled systems on computer and mobile application were not only set to present all important data of the mushroom house 24 hours a day but also were able to control the water spraying by simply click on spraying button. "Song Pee Nong" mushroom farm could set or change the time for water spraying by using this technology without visiting farm in person.

For security and privacy issues, NodeMCU control system was set to require a password or finger print (mobile application version) to log-in prior system access. It was also set to limit the number of users by system administrators and automatically log-out after inactivated program for 10 minutes. In different levels of users, the system limits some data access and some functions in order to secure the data and control system.

Figure 4 NodeMCU's control system on computer program version and mobile application



Due to the set up at the beginning (if farm temperature reached 30 degree Celsius or the humidity went lower than 70% – NodeMCU would order water spraying for 5 mins), the farmers said that their mushroom houses were rotten because water sprayed frequently. Therefore, NodeMCU control system was reset to a new set-up by automatically spraying water only 3 times a day (6:00-6:05 am, 12:00-12:05 pm and 18:00-18:05 pm). In this, if the weather was too high during other times of the day, the NodeMCU's system was set for the users to see the data about temperature and humidity in mushroom house and made the decision on whether to turn on water or not by users via mobile application and computer program. The farmers were easily able to control the temperature and humidity in mushroom farm under the best condition 24 hours a day. As a result, the products of "Song Pee Nong" mushroom farm increased around 15% compare with the amount of products produced prior install NodeMCU. Moreover, NodeMCU also helped "Song Pee Nong" mushroom farm on decreasing the energy usage for the water pump as well as reducing the water usage because the water spraying system. All farmers of "Song Pee Nong" mushroom farm agreed that they had got more time to do other things because they did not need to spray the water in person. The application of NodeMCU was easy to use and it was very useful for them on taking care of mushroom houses.

4.3 Results related with TAM

Since the core components of TAM consist of four constructs: Perceived Usefulness (PU), Perceived Ease of Use (PEOU), and Behavioral Intention (BI) as shown in figure 3. At the beginning, only the owner of "Song Pee Nong" mushroom farm believed that the NodeMCU's mushroom house control system would create a lot of benefits for her farm. The other farmers were still not sure about the results. Moreover, due to the system required internet connection with mobile application, "Song Pee Nong" mushroom farm needed to install internet broadband from Thai-internet provider as well as provided smart phones for the workers in order to install and utilize the NodeMCU's application. The first version of NodeMCU's mobile application and computer program was set up the display as analogue gauge. So, it was hard to read the

correct number of the temperature and humidity. As a result, the researchers needed to develop the second version by adjusting all displays into digital gauge. In this, the farmers' perceived ease of use (PEOU) of the NodeMCU's application and asked the researchers to develop a better friendly reading version. After adjusting the display, all users were able to read the gauge easily and took action immediately. After using the NodeMCU for about one month, every workers agreed that this system was useful for them similarly as shown in TAM's perceived usefulness (PU) and they used the NodeMCU mobile application every day because it was very efficient, effective and usefulness. Then, the researchers showed them the overall costs of installing and developing the mobile application for the NodeMCU's mushroom house control system and asked them about the intention to use this system (behavior intention to use in TAM) if they needed to invest by themselves. All of them would love to invest the NodeMCU's mushroom house control system in every mushroom farms that they had because they believed that this system is useful for them in many aspects and it was very easy to use.

5. Conclusion and Limitations

In conclusion, this study had fulfilled the objectives on developing the NodeMCU's mushroom house control system for mushroom farm as well as developing both computer program and mobile application to control the NodeMCU's system. The famers were able to set the program automatically or control the system manually at their own wills. The NodeMCU's control system was able to eliminate the problems about high temperature or low humidity in the mushroom house by adjust the suitable humidity and appropriate temperature for each growth stages of mushroom in the mushroom house.

This study applied technology acceptance model (TAM) to explain the famer's intention to use the NodeMCU's mushroom house control system in the future. The results confirmed that after the famers perceived the usefulness (PU) of the NodeMCU's system (on saving time, water, energy, workers and other expenses as well as increasing their final products by 15%) and PEOU of this system (receive all data and control the system via mobile phone application), all of them agreed that the NodeMCU's mushroom house control system was helpful and would like to purchase the system in the future. In addition, the NodeMCU's system had made "Song Pee Nong" mushroom farm to become an example of smart mushroom farm in the future and "Song Pee Nong" mushroom farm was broadcasted by Thai-TV national channel 7 as presented in Figure 5.

Figure 5 “Song Pee Nong” mushroom farm broadcasting by Thai-TV national channel 7



There were several limitations in this study. Firstly, due to the limited budget, this study was able to test the NodeMCU's mushroom house control system with only one farm. Including other mushroom farms in future research could obtain more quality feedbacks and data to develop the NodeMCU's system. Secondly, apply the NodeMCU's control system with other plants rather than mushroom could be a challenging result for this technology on smart farm industry. In this, set up the NodeMCU's system with fixed time automatically for vegetables such as lettuce or cabbage might create a good results because the vegetables were not get rotten easily by spraying water frequently. Lastly, install the NodeMCU's control system in other countries could produce the interesting results. Due to the different conditions on whether in different countries, it could help to develop a better version of the NodeMCU's control system in the future.

References

- Aldas-Manzano, J., Ruiz-Mafe, C., & Sanz-Blas, S. (2009). Exploring individual personality factors as drivers of M-shopping acceptance. *Industrial Management & Data Systems*, 109 : 739–757.
doi: 10.1108/02635570910968018.
- Ashton, K. (2009, June 22). That 'Internet of Things' Thing. *RFID Journal*. Retrieved from <https://www.rfidjournal.com/articles/view?4986>
- Babin, N. (2017). Internet of Things or connected objects. *The Internet of Things*. Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/internet-things-connected-objects-nicolas-babin-l-i-o-n/>
- Behrend, T. S., Wiebe, E. N., London, J. E., & Johnson, E. C. (2011, March–April). Cloud computing adoption and usage in community colleges. *Behaviour & Information Technology*, 30(2) : 231–240.
- Davis, F.D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3) : 319-340.

- Davis F.D., Bagozzi R.P., Warshaw P.R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8) : 982-1003.
- Department of Agricultural Extension. (2019). Agricultural Statistics Information, *Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand*. Retrieved from https://www.doae.go.th/doae/km_list.php?Cat=SXpUV-VF0TGdXb0Y1SIRFOVNBdnhqUT09
- Ha, I., Yoon, Y., & Choi, M. (2007). Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment. *Information & Management*, 44(3) : 276-286.
- Jung, Y., Perez-Mira, B., & Wiley-Patton, S. (2009). Consumer adoption of mobile TV: Examining psychological flow and media content. *Computers in Human Behavior*, 25(1) : 123-129.
- Kuo, Y. F., & Yen, S. N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(1) : 103-110.
- Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V. K., & Oorni, A. (2009). The impact of use context on mobile services acceptance: The case of mobile ticketing. *Information & Management*, 46(3) : 190-195.
- Mariampolski, H. (2001). *Qualitative market research: A comprehensive guide*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Rouse, M. & Bernstein, C. (2019, June). Smart Farming. *TechTarget*. Retrieved from <https://internetofthingsagenda.techtarget.com/definition/smart-farming>
- Rouse, M., Rosencrance, L., Shea, S. & Wigmore, I. (2019, March). Internet of Things (IoT). *TechTarget*. Retrieved from <https://internetofthingsagenda.techtarget.com/definition/Internet-of-Things-IoT>
- Shih, Y. & Fan, S. (2013). Adoption of instant messaging by travel agency workers in Taiwan: Integrating technology readiness with the theory of planned behavior. *International Journal of Business and Information*, 8(1) : 120-136.
- Shin, D. H. (2009). Understanding user acceptance of DMB in South Korea using the modified technology acceptance model. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 25, 173-198.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008, May). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2) : 273-315.
- Zhou, T. & Lu, Y. (2011). The effects of personality on user acceptance of mobile commerce. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 27(6) : 545-561.

**ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของ
นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม**
**Factors of Procurement Administration on Procurement Administration Efficiency
of Supply Analyst in Mahasarakham University**

เฉลิมชัย อุทการ*

Chalermchai Utakarn*

Received : June 5, 2019 Revised : August 5, 2019 Accepted : August 7, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 63 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง และด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม

คำสำคัญ: การบริหารงานพัสดุ ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ นักวิชาการพัสดุ

* นักวิชาการพัสดุ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Supply Analyst, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to examine the Factors of procurement administration on procurement administration efficiency of supply analyst in Mahasarakham University. This study used a questionnaire of collecting data from 63 of supply analyst in Mahasarakham University. The statistics used for data analysis are mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regressions analysis. The results of this study indicated that procurement administration in term of purchasing, inventory control, maintenance, and disposal positively affects overall procurement administration efficiency.

Keywords: Procurement Administration, Procurement Administration Efficiency, Supply Analyst

1. บทนำ

ประเทศไทยมีการบริหารพัสดุของภาครัฐโดยการจัดทำเป็นระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติสำหรับกระทรวง ทบวง กรม และจังหวัด โดยได้อาศัยกฎหมายแม่บทในการบริหารราชการแผ่นดิน คือ กฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน และออกเป็นระเบียบคณะรัฐมนตรีหรือระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ ซึ่งมีการกำหนดขึ้นตั้งแต่ยุคการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปีพุทธศักราช 2475 เป็นต้นมา และได้มีการปรับปรุงแก้ไขหรือการยกฐานะเป็นฉบับใหม่เรื่อยมาตามลำดับ โดยระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุได้ใช้มาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2535 และมีการแก้ไขเพิ่มเติมในบางเรื่องให้รัดกุมและทันสมัยมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการบริหารงานพัสดุของภาครัฐได้มีการเปลี่ยนแปลงโดยดำเนินการยกเลิกการใช้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พุทธศักราช 2535 และได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พุทธศักราช 2560 ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พุทธศักราช 2560 รวมถึงกฎกระทรวงการคลังขึ้นมาแทนระเบียบเดิม ซึ่งมีแนวคิดเพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของภาครัฐ มีการใช้เงินงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่า และเพื่อป้องกันปัญหาการทุจริต โดยให้หน่วยงานของรัฐปฏิบัติตามแนวทางของพระราชบัญญัติ ระเบียบ กฎกระทรวง และประกาศของคณะกรรมการที่ออกตามความในพระราชบัญญัติ โดยให้ความสำคัญกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงานของรัฐต้องก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานของรัฐ (ผาณิต นิติทัณฑ์ประภาศ, 2560)

การบริหารงานพัสดุ (Procurement Administration) เป็นการบริหารงานเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุ โดยจะเริ่มต้นจากการกำหนดความต้องการหรือการวางแผนการจัดทำงบประมาณการจัดหาพัสดุ การจัดหาพัสดุ การควบคุม การซ่อมบำรุงรักษา และการจำหน่ายพัสดุ เป็นต้น (ธีรยุทธ์ สำราญทรัพย์, 2551) โดยการบริหารงานพัสดุเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานขององค์การ ซึ่งถือว่าเป็นงานที่ให้บริการเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนงานหลักหรือโครงการต่าง ๆ ให้ดำเนินไปตามเป้าหมาย (สุวรรณ นิสิตล, 2549 : 39) เพื่อให้การบริหารงานพัสดุที่มีประสิทธิภาพ ผู้ปฏิบัติงานควรประยุกต์ใช้กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาการบริหารงานพัสดุ เพื่อให้การบริหารงานพัสดุมีความถูกต้องตามระเบียบ เกิดความคุ้มค่าในการใช้เงิน และมีความเป็นธรรมและโปร่งใส และมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อ (ทัศนีย์ เสียงดัง, 2560) ซึ่งการบริหารงานพัสดุมีองค์ประกอบ 4 ด้าน (เนตรพินณา ยาวีราช, 2556) ประกอบด้วย ด้านการจัดหาพัสดุ (Purchasing) ด้านการควบคุมพัสดุ (Inventory Control) ด้านการซ่อมบำรุง (Maintenance) และด้านการจำหน่ายพัสดุ (Disposal)

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ (Procurement Administration Efficiency) เป็นความสามารถของผู้ปฏิบัติงานและองค์กรในการร่วมมือกันดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนา การบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพ (เบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี, 2558) โดยประสิทธิภาพ การบริหารงานพัสดุมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานทุกแห่ง ทั้งนี้ เพราะพัสดุเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การบริหารงานพัสดุจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัด ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบันแล้ว ซึ่งการมีความพร้อมด้านวัสดุ ครุภัณฑ์ จะทำให้องค์กรดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้น หากองค์กรใดขาดหลักการบริหารงานพัสดุที่ดีแล้ว การทำงานย่อมจะเกิดความซ้ำซ้อน ล้มเหลว และจะทำให้องค์กรนั้นด้อยประสิทธิภาพด้วย ประกอบกับงานพัสดุเป็นงานที่สนับสนุนแผนงานและโครงการต่าง ๆ ให้มีพัสดุเพียงพอต่อการใช้งาน เป็นผลทำให้งานและโครงการสามารถดำเนินงานไปได้ตามแผนการดำเนินงาน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2554) ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุมองค้ประกอบ 4 ด้าน (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560) ประกอบด้วย ด้านความคุ้มค่า (Worthiness) ด้านความโปร่งใส (Transparency) ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) และด้านการตรวจสอบ (Inspection)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Mahasarakham University) เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี โท และเอก รวมถึงเป็นสถาบันที่มุ่งมั่นในการส่งเสริม แสวงหาความเป็นเลิศทางวิชาการ โดยศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับวิทยาการที่เป็นสากลให้เกิดความองงามทางสติปัญญา สามารถพัฒนาตนเองให้เทียบพร้อมด้วยวิชาการ จริยธรรม และคุณธรรม (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562) ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยได้มีนโยบายและการพัฒนามหาวิทยาลัยมหาสารคามในหมวดนโยบาย หมวดภารกิจหลัก และหมวดการบริหารจัดการ โดยเป็นสถาบันที่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นที่ยอมรับของสังคม มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะการทำงานที่ดี สร้างความมั่นคงและความสุขในการทำงาน และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตบุคลากรเพื่อขับเคลื่อนภารกิจของสถาบันได้ มีระบบการเงิน การบัญชี การบริหารงานพัสดุและการบริหารงานงบประมาณที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพและสามารถตรวจสอบได้ (กองคลังและพัสดุ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562) เพื่อให้การดำเนินงานสอดคล้องกับนโยบายการบริหารจัดการด้านพัสดุที่ดี กลุ่มการบริหารงานพัสดุ มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้ให้ความสำคัญของนโยบายดังกล่าว จึงได้ส่งเสริมให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานทางด้านพัสดุมีการพัฒนาองค์ความรู้ โดยการจัดการอบรม การสัมมนา เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เป็นผู้ปฏิบัติงานด้านพัสดุ ทุกคนได้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุ เพื่อลดปัญหาในการปฏิบัติงานด้านพัสดุ

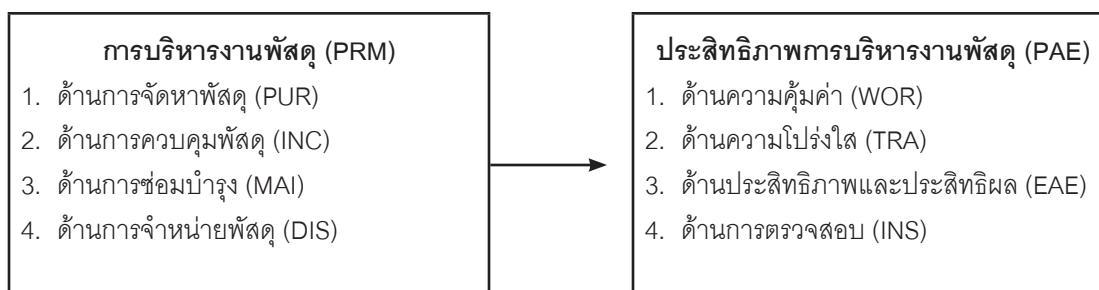
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการบริหารงานพัสดุ มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการพิจารณาและประเมินผลการปฏิบัติงานของนักวิชาการพัสดุของหน่วยงาน และเป็นข้อมูลสำหรับนักวิชาการพัสดุในการที่นำ หลักการบริหารงานพัสดุไปยึดถือปฏิบัติ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานด้านพัสดุให้มีความถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ การบริหารงานพัสดุได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีผลกระทบกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิด ในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลการวิจัยการบริหารงานพัสดุและประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ



2.1 การบริหารงานพัสดุ (Procurement Administration)

การบริหารงานพัสดุ หมายถึง การบริหารจัดการเกี่ยวกับพัสดุ เพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุ โดยมีขั้นตอนตั้งแต่การจัดหาพัสดุ การควบคุมพัสดุ การซ่อมบำรุง และการจำหน่ายพัสดุ องค์ประกอบเหล่านี้จะสนับสนุนและสนองความต้องการในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน โดยการบริหารงานพัสดุประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน (เนตรพิณณา ยาวีราข, 2556) ดังนี้

2.1.1 ด้านการจัดหาพัสดุ (Purchasing) หมายถึง กระบวนการหรือวิธีปฏิบัติ เพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุที่ต้องการโดยการซื้อ จ้าง เช่า แลกเปลี่ยน หรือโดยนิติกรรมอื่นตามที่กำหนดในกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ

2.1.2 ด้านการควบคุมพัสดุ (Inventory Control) หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการพัสดุ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีพัสดุที่ต้องการใช้งานให้เพียงพอ มีจำนวนไม่มากเกินไป และไม่น้อยจนเกินไป เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณขององค์กร

2.1.3 ด้านการซ่อมบำรุง (Maintenance) หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่มีความมุ่งหมายที่จะรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพพร้อมที่จะใช้งานได้ เช่น การทำความสะอาด การตรวจสอบสภาพ การวัดและการทดสอบ การซ่อมแซม การดัดแปลงแก้ไข รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลในการซ่อมบำรุง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประเมินค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงรักษา

2.1.4 ด้านการจำหน่ายพัสดุ (Disposal) หมายถึง การตัดยอดพัสดุออกจากบัญชีคุม โดยดำเนินการปลดพัสดุในครอบครองของหน่วยงานออกจากความรับผิดชอบด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่ การขาย การโอน การบริจาค การแลกเปลี่ยน การนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น รวมถึงการแปรสภาพหรือทำลาย

2.2 ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ (Procurement Administration Efficiency)

ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ หมายถึง ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานและองค์กรในการร่วมมือกันดำเนินงานด้านการบริหารงานพัสดุให้ดีขึ้น เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและการพัฒนาการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงาน โดยประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560) ดังนี้

2.2.1 ด้านความคุ้มค่า (Purchasing) หมายถึง การนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างให้ได้พัสดุที่มีคุณภาพ หรือมีคุณลักษณะที่ตอบสนองตามความต้องการใช้งานของหน่วยงาน มีราคาที่เหมาะสม มีแผนการบริหารพัสดุที่เหมาะสม และมีความชัดเจน

2.2.2 ด้านความโปร่งใส (Transparency) หมายถึง การนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่กระทำโดยเปิดเผย เปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการปฏิบัติต่อผู้ประกอบการทุกรายโดยเท่าเทียมกัน มีระยะเวลาที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการยื่นข้อเสนอมูล มีหลักฐานการดำเนินงานชัดเจน และมีการเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุในทุกขั้นตอน

2.2.3 ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Efficiency and Effectiveness) หมายถึง การนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุล่วงหน้า เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีการกำหนดเวลาอย่างเหมาะสม รวมถึงการประเมินและเปิดเผยผลสัมฤทธิ์ของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุ

2.2.4 ด้านการตรวจสอบ (Inspection) หมายถึง การนำความรู้ความสามารถมาใช้ในการจัดเก็บเอกสาร การรวบรวมข้อมูลของการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุให้เป็นระบบ เพื่อใช้ประโยชน์ในการตรวจสอบ

2.3 พัสต หมายถึง วัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง รวมทั้งทรัพย์สินที่เป็นของใช้สิ้นเปลือง

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การบริหารงานพัสดุมีความสำคัญกับการบริหารงานขององค์กร ซึ่งการบริหารงานพัสดุเป็นงานที่ให้บริการเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนงานหลักขององค์กรและโครงการต่าง ๆ ให้ดำเนินไปตามเป้าหมายขององค์กร ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสมมุติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย: การบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 75 คน (กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 63 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด ประกอบด้วย สังกัดหน่วยงานคณะ/วิทยาลัย/บัณฑิต สังกัดหน่วยงานกอง สังกัดหน่วยงานสำนัก/สถาบัน และสังกัดหน่วยงานโรงเรียน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน และหน่วยงานที่สังกัด ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุ ในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 17 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดหาพัสดุ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง วิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง ด้านการควบคุมพัสดุ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม

เกี่ยวกับ การดำเนินการเกี่ยวกับการควบคุมพัสดุ การประมาณการความต้องการใช้พัสดุให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้งาน ด้านการซ่อมบำรุง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการบำรุงรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน การรวบรวมข้อมูลการซ่อมบำรุงเพื่อการวิเคราะห์และประเมินค่าในการใช้จ่าย ด้านการจำหน่ายพัสดุ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการตัดยอดพัสดุออกจากบัญชีคุมพัสดุ การดำเนินการจำหน่ายพัสดุที่ไม่จำเป็นต่อการใช้งาน ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความคุ้มค่า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างที่ได้พัสดุมีคุณภาพ การจัดซื้อจัดจ้างที่ตอบสนองความต้องการใช้ และการมีแผนการบริหารพัสดุที่เหมาะสมและชัดเจน ด้านความโปร่งใส จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่กระทำโดยเปิดเผย การเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม และมีการเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุในทุกขั้นตอน ด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวางแผนการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องและกำหนดเวลาที่เหมาะสม ด้านการตรวจสอบ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลของการจัดซื้อจัดจ้าง การรวบรวมข้อมูลของการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุอย่างเป็นระบบเพื่อประโยชน์ในการตรวจสอบ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบกับนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้วยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค (Item – total Correlation) ซึ่งการบริหารงานพัสดุ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5050 – 0.7300 และประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5150 – 0.7310 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารงานพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8270 – 0.9020 และประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8110 – 0.8990 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้ โดยระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ดังนั้น แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ Procurement Administration Efficiency} = \beta_0 + \beta_1 \text{ Purchasing} + \beta_2 \text{ Inventory Control} + \beta_3 \text{ Maintenance} + \beta_4 \text{ Disposal} + \mathcal{E}$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของการบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตัวแปร	PAE	PUR	INC	MAI	DIS	VIFs
$\bar{X}$	4.16	4.16	4.15	4.20	4.21	
S.D	0.37	0.45	0.51	0.43	0.37	
PAE	—	0.719*	0.734*	0.727*	0.664*	
PUR		—	0.626*	0.622 *	0.608*	2.225
INC			—	0.627*	0.487*	1.956
MAI				—	0.520*	1.986
DIS					—	1.689

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารงานพัสดุในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.664 - 0.734 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในลำดับต่อมา พบว่า การบริหารงานพัสดุในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.689 – 2.225 แสดงว่าการบริหารงานพัสดุในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหาการร่วมเส้นตรงเชิงพหุ ซึ่งสอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIF ที่มีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาการร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ตาราง 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวมของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การบริหารงานพัสดุ	ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ โดยรวม (PAE)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.505	0.305	1.656	0.103
ด้านการจัดหาพัสดุ (PRU)	0.164	0.082	2.006**	0.046
ด้านการควบคุมพัสดุ (INC)	0.230	0.068	3.369*	0.001
ด้านการซ่อมบำรุง (MAI)	0.239	0.081	2.938*	0.005
ด้านการจำหน่ายพัสดุ (DIS)	0.242	0.087	2.792*	0.007
F = 41.132 p < 0.0001 Adj R ² = 0.721				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า การบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม เนื่องจาก การจัดหาพัสดุเป็นกระบวนการจัดหาพัสดุเพื่อมาใช้ในหน่วยงาน ซึ่งหากหน่วยงานมีการจัดหาพัสดุที่มีความเหมาะสม ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับย่อมจะทำให้การปฏิบัติงาน ด้านพัสดุมีประสิทธิภาพ ได้พัสดุตรงตามความต้องการใช้งาน และไม่ก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แววมยุรา เนียมสา (2555 : 97) พบว่า การบริหารพัสดุเชิงกลยุทธ์ ด้านการจัดหาพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เนื่องจาก การจัดหาพัสดุเป็นกระบวนการสำคัญที่ สถานศึกษาจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยการจัดหาพัสดุจะต้องคำนึงถึง ความเหมาะสมของพัสดุดต่อการปฏิบัติงาน ตรงตามความต้องการ ซึ่งสถานศึกษาได้มีกระบวนการจัดหาพัสดุที่ดีย่อมจะ ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีผลการดำเนินงานเป็นที่พึงพอใจต่อบุคคลที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับงานวิจัย ของ เฉลิมชัย อุทการ (2559 : 30) พบว่า ความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ มีความสัมพันธ์และ ผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากการจัดหาพัสดุ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผู้ปฏิบัติงานพัสดุต้องเป็นบุคคลที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพื่อจะได้จัดหาพัสดุที่มีคุณสมบัติที่ตรงตาม ความต้องการใช้งาน มีจำนวนที่ถูกต้องและราคาที่เหมาะสม เพื่อช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงานหรือโครงการต่าง ๆ ขององค์กรให้สามารถดำเนินไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหาร พสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 (2560) ได้บัญญัติไว้ว่า การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุของหน่วยงานต้องก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงาน โดยพัสดุที่จัดซื้อจัดจ้างต้องมีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่ตอบสนองของวัตถุประสงค์ ในการใช้งาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของหน่วยงาน

การบริหารงานพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การบริหาร งานพัสดุโดยรวม เนื่องจากการควบคุมพัสดุมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพของการบริหารงานพัสดุ เพราะการดำเนินงาน ขององค์กรต้องมีการใช้พัสดุอย่างต่อเนื่อง หากองค์กรมีการควบคุมพัสดุที่ดีแล้ว ย่อมทำให้องค์กรมีจำนวนพัสดุ เพียงพอต่อการใช้งาน มีจำนวนไม่มากเกินไปและไม่น้อยจนเกินไป จึงเป็นผลทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แววมยุรา เนียมสา (2555 : 97) พบว่า การบริหารพัสดุเชิงกลยุทธ์ ด้านการควบคุมพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เนื่องจากการควบคุมพัสดุเป็นกระบวนการหนึ่ง ในการบริหารพัสดุที่มีความสำคัญมากที่จะทำให้การบริหารพัสดุมีประสิทธิภาพ ซึ่งการควบคุมพัสดุที่ดีและมี ประสิทธิภาพนั้นจะส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามนโยบายขององค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ วรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์ (2547 : 175) ได้กล่าวไว้ว่า การควบคุมพัสดุของส่วนราชการมีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความประหยัด การควบคุมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพจะต้องมีพัสดุเพียงพอต่อความต้องการ ของหน่วยงาน และการควบคุมเพื่อประหยัดจะต้องเก็บพัสดุด้วยจำนวนที่น้อยที่สุด แต่สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ได้มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งทิพา วงศ์ราษฎร์ (2559 : 74) พบว่า การบริหารงานพัสดุ ด้านแจกจ่ายและ ควบคุมพัสดุ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ เนื่องจากการบริหารงานพัสดุ ด้านแจกจ่ายและ ควบคุมพัสดุมีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร เพราะการดำเนินงานขององค์กรต้องมีการใช้พัสดุอย่างต่อเนื่อง เมื่อองค์กรมีการควบคุมพัสดุที่ดีโดยมีปริมาณพัสดุที่เพียงพอต่อการใช้งาน จึงเป็นส่วนช่วยสนับสนุนให้องค์กรสามารถ ดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง และไม่เกิดปัญหาการขาดแคลนพัสดุที่จะนำมาใช้งาน

การบริหารงานพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การบริหารงาน พสดุโดยรวม เนื่องจากการซ่อมบำรุงเป็นการดูแลพัสดุให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และเป็นการซ่อมบำรุงพัสดุที่ชำรุด เสียหายให้กลับคืนสู่สภาพที่ใช้งานได้ หากองค์กรสามารถดูแลพัสดุโดยการตรวจสภาพ การดัดแปลงแก้ไข และ การซ่อมคืนสภาพเพื่อรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้เสมอ จึงเป็นผลทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้

อย่างต่อเนื่อง สามารถใช้ครุภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่าและสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์ (2547 : 133) ได้กล่าวไว้ว่า การซ่อมบำรุงรักษามีความสำคัญต่อการบริหารงานของหน่วยงานทุกแห่ง เพราะการบำรุงรักษามีผลเกี่ยวข้องกันไปยังขั้นตอนต่าง ๆ ของ การปฏิบัติงาน เช่น ถ้าหน่วยงานใดไม่มีการบำรุงรักษาพัสดุหรืออุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว จะมีผลต่อการดำเนินงาน การปฏิบัติงานของหน่วยงานนั้น คือ เมื่อพัสดุมีการเสียหาย เสื่อมสภาพเร็วกว่าปกติย่อมมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงาน งานเกิดความล่าช้า และก็ต้องมีการจัดซื้อหรือจัดหาของใหม่มาเพิ่มเติมหรือทดแทนมากขึ้น ดังนั้น ไม่ว่าองค์กรประเภทใดก็ตามจะให้ความสนใจในด้านการบำรุงรักษา เพราะจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ในค่าวัสดุและครุภัณฑ์นั้น ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ เกียรติศักดิ์ จันทร์แดง (2550) ได้กล่าวไว้ว่า การซ่อมบำรุงเครื่องมือเครื่องใช้และอุปกรณ์ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานให้ได้เต็มสมรรถนะในเวลาที่ปฏิบัติงาน โดยไม่มีการชำรุด จะทำให้ระบบการทำงานสามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้กำหนด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย อุทการ (2559 : 31) พบว่า ความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากการซ่อมบำรุงรักษาเป็นงานที่มุ่งหมายที่จะรักษาให้ครุภัณฑ์ต่าง ๆ อยู่ในสภาพ ที่ใช้งานได้ โดยมีการตรวจสอบสภาพ การทดลอง การบริการ การคัดแยก การซ่อมสร้าง การดัดแปลงแก้ไข และการซ่อมคืนสภาพเพื่อรักษาพัสดุให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน จึงทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องไม่หยุดชะงักในขณะปฏิบัติงาน

การบริหารงานพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การบริหารงานพัสดุโดยรวม เนื่องจากการจำหน่ายพัสดุมีความสำคัญต่อการบริหารงานพัสดุของหน่วยงาน ซึ่งกระบวนการจำหน่ายพัสดุเป็นการนำพัสดุที่ไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้งาน หรือพัสดุที่ชำรุด เสื่อมสภาพออกจาก การครอบครองของหน่วยงาน จึงทำให้หน่วยงานสามารถประหยัดงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษา หรือค่าซ่อมบำรุงพัสดุที่ไม่มีความจำเป็นที่ต้องใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แววมยุรา เนียมสา (2555 : 98) พบว่า การบริหารพัสดุเชิงกลยุทธ์ ด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพ การดำเนินงาน เนื่องจากการจำหน่ายพัสดุเป็นขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อจำหน่ายพัสดุที่หมดอายุการใช้งานหรือประสิทธิภาพการใช้งานลดน้อยลง ซึ่งหลังจากการจำหน่ายพัสดุจะมีดำเนินการจัดหาพัสดุใหม่เพื่อนำมาทดแทนของเดิม จึงทำให้หน่วยงานได้ใช้พัสดุใหม่ที่มีคุณภาพ และพร้อมใช้งานได้เสมอ และสอดคล้องกับแนวคิดของ วรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์ (2547 : 145) ได้กล่าวไว้ว่า การจำหน่ายพัสดุ เป็นการปลดปล่อยความรับผิดชอบ ที่เกี่ยวกับพัสดุ ครุภัณฑ์ ออกจากการควบคุมและความรับผิดชอบของผู้ใช้หรือผู้บริหาร ซึ่งสาเหตุของการจำหน่ายพัสดุ เนื่องจากพัสดุเหลือใช้ พาสุด้าสมัย พาสุดูเสื่อมสภาพหรือหมดอายุการใช้งาน ซึ่งสาเหตุเหล่านี้จะก่อให้เกิดปัญหา ความสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บและบำรุงรักษา ดังนั้น องค์กรต้องมีการจำหน่ายพัสดุเหล่านี้ออกจากบัญชี เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายจากการจัดเก็บและบำรุงรักษาพัสดุที่ไม่จำเป็นต่อการใช้งานแล้ว

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การวิจัยในครั้งนี้การบริหารงานพัสดุได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น ผลกระทบของความเครียด โดยศึกษาผลกระทบของความเครียดมีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุหรือไม่ อย่างไร เพื่อองค์กรจะได้ใช้เป็นแนวทางในการป้องกันปัญหาการเกิดความเครียดที่จะเกิดขึ้นในการทำงานของบุคลากรในองค์กร

5.1.2 การวิจัยในครั้งนี้ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรตาม ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรตามอื่น ๆ เช่น ความสำเร็จขององค์กร โดยศึกษาว่าการบริหารงานพัสดุมีผลกระทบต่อ

ความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ เป็นอย่างไร เพื่อองค์กรจะได้ใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการปฏิบัติงานด้านพัสดุให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จขององค์กร

5.1.3 การวิจัยในครั้งนี้ได้ดำเนินการในช่วงเริ่มต้นของการประกาศใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นบ้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ในการวิจัย

นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม สามารถนำผลของการวิจัยปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุไปใช้ประโยชน์ โดยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุในทุก ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง และด้านการจำหน่ายพัสดุ เนื่องจากการบริหารงานด้านพัสดุเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งของการบริหารงานขององค์กร และเป็นกลไกที่จะขับเคลื่อนกระบวนการต่าง ๆ ในองค์กรให้สามารถดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ และในปัจจุบันการบริหารงานด้านพัสดุมีแนวทางปฏิบัติเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น นักวิชาการพัสดุจำเป็นต้องมีการเพิ่มองค์ความรู้ทั้งด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง และด้านการจำหน่ายพัสดุ ความเข้าใจถึงหลักการปฏิบัติงานตามระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ในภาคราชการ รวมทั้งคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวม เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานด้านพัสดุมากยิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง และด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การบริหารงานพัสดุได้มีบทบาทและมีความสำคัญในการช่วยสร้างประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุ ดังนั้น นักวิชาการพัสดุต้องให้ความสำคัญกับการบริหารงานพัสดุ โดยการจัดหาพัสดุที่มีคุณภาพ มีราคาที่เหมาะสม มีวางแผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ดี เพื่อให้ได้มีพัสดุเพียงพอต่อการใช้งาน และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การซ่อมบำรุง เพื่อใช้ในการประเมินค่าใช้จ่ายการซ่อมบำรุง รวมถึงการตัดยอดพัสดุที่ไม่จำเป็นต่อการใช้งานออกจากบัญชีคุมพัสดุ

เอกสารอ้างอิง

กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2562). *คั่นหาบุคลากร*. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2562,

จาก www.pd.msu.ac.th/pd4/hr-สถิติบุคลากร.

กองคลังและพัสดุ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, (2562). *นโยบายการบริหาร*. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2562,

จาก http://fin.msu.ac.th/th/?page=news_form.php&news_type=ManagementPolicy.

เกียรติศักดิ์ จันทร์แดง. (2550). *การบริหารและการดำเนินการ*. กรุงเทพฯ : วิดีทัศน์ กวีป.

เฉลิมชัย อุทการ (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านการบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

บุคลากรทางด้านพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*. 8 (3) : 24 – 33.

ทัศนีย์ เสียงดัง. (2560). *กลยุทธ์การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถาบันอุดมศึกษา*

ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. *วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต* ลำปาง :

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

- ธีรยุทธ์ สำราญทรัพย์. (2551). *การบริหารงานพัสดุขององค์กรส่วนท้องถิ่น*. นนทบุรี : สถาบันพระปกเกล้า.
- เนตรพัฒนา ยาวีราข. (2556). *การจัดการสำนักงาน*. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- เบญญาภา ยาโตปมา และพิพัฒน์ ไทยอารี. (2558). การบริการพัสดุอย่างมีประสิทธิภาพของสำนักงาน ปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*. 4 (3) : 1010-1017.
- ผาณิต นิติทัณฑ์ประภาศ. (2560). *การบริหารพัสดุ*. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.parathikarn.police.go.th/web/kob29/langkarnpassadu.pdf>.
- พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. (2560). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134. ตอนที่ 24 ก. หน้า 13 – 54. 24 กุมภาพันธ์ 2560.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2562). *ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2562, จาก <http://www.web.msu.ac.th/msucont.php?mn=mhistory>.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2554). *แผนแม่บทบริหารทรัพย์สินด้านพัสดุ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปี 2554 – 2558*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รุ่งทิพา วงศ์ราษฎร์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานพัสดุที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนบน*. วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- วรรณวิมล อัมรินทร์นุเคราะห์. (2547). *การบริหารงานพัสดุ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- แววมยุรา เนียมสา. (2555). *ผลกระทบของการบริหารพัสดุเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปรัชญามหาบัณฑิต มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุวรรณ นิสดล. (2549). *การบริหารพัสดุและสินทรัพย์ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา อุบลราชธานี เขต 2*. วิทยานิพนธ์ อุบลราชธานี : วิทยาลัยโปลีเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. 4th ed. USA : John Wiley&Son.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd ed. New York : McGraw-Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงาน
สายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

The Relationship between Professional Ethics and Work Quality of
Supporting Staff in Mahasarakham University

วรัชฐานันท์ เครือวรรณ*

Waratanan Kruawan*

Received : May 19, 2019 Revised : August 2, 2019 Accepted : August 6, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม และด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม

คำสำคัญ: จรรยาบรรณวิชาชีพ คุณภาพการทำงาน พนักงานสายสนับสนุน

* หัวหน้าสำนักงานเลขานุการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Chief Secretary Office, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this research was to examine The Relationship between professional ethics and work quality of supporting staff in Mahasarakham University. This study used a questionnaire of collecting data from 300 of supporting staff in Mahasarakham University. The statistics used for data analysis are mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regressions analysis. The result of research indicated that Professional Ethics in term of independence, accuracy, and honesty have a positively after overall work quality.

Keywords: Professional Ethics, Work Quality, Supporting Staff

1. บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง และมีการเปลี่ยนแปลง ด้านเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ทุกองค์กรต่างปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อให้มีผลประกอบการที่ดีและมีผลกำไร ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยที่คอยสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จในการทำงานโดยปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลมีด้วยกันหลายปัจจัยที่ส่งผลดีต่อคุณภาพการทำงานและต่อองค์กร (สมใจ ลักษณะ, 2552) ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทำให้ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังมีการแข่งขันสูงขึ้นในสังคมยุคปัจจุบันโดยเฉพาะสภาพเศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี อีกทั้งปัญหาความไม่สงบภายในประเทศ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ทำให้ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาบุคลากร สร้างความสุข และความรื่นรมย์ในการทำงาน เพื่อให้บุคลากรเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้เจริญก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการปรับปรุงจรรยาบรรณขององค์กรให้เหมาะสม ก็เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้บุคลากรมีความสุขในการทำงาน และส่งผลต่อคุณภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กร (รวมศิริ เมนะโพธิ, 2550 : 34)

จรรยาบรรณวิชาชีพ (Professional Ethics) เป็นการประมวลความประพฤติที่ใช้กำหนดกฎเกณฑ์สำหรับยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน เพื่อให้เกิดคุณค่าทั้งต่อตนเอง ต่อหน้าที่ ต่อองค์กร และต่อสังคม (วันชัย ปานจันทร์, 2560 : 7) จรรยาบรรณมีความสำคัญในการช่วยควบคุมมาตรฐานและรับประกันคุณภาพ ในการปฏิบัติงาน ช่วยควบคุมจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพ ช่วยส่งเสริมมาตรฐานคุณภาพและปริมาณงานที่มีคุณค่า ช่วยลดปัญหาการคดโกง การฉ้อฉล การเอาเปรียบและช่วยกำหนดบทบาทหน้าที่ตามกฎหมายสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพ (พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น, 2557) โดยองค์ประกอบสำคัญของจรรยาบรรณที่ใช้ในการประกอบวิชาชีพประกอบด้วย 4 ด้าน (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2553) ได้แก่ ด้านความโปร่งใส (Transparency) ด้านความเป็นอิสระ (Independence) ด้านความเที่ยงธรรม (Accuracy) และด้านความซื่อสัตย์สุจริต (Honesty)

คุณภาพการทำงาน (Work Quality) เป็นความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการดำเนินการตามแผนปฏิบัติงานที่วางไว้ เพื่อส่งผลทำให้คุณภาพในการทำงานและเพื่อความก้าวหน้าขององค์กร (เข็มพร ศรีมงคล, 2560) คุณภาพการทำงานของบุคลากรและกระบวนการทำงานเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรในปัจจุบันซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ประสิทธิผลบรรลุความสำเร็จได้ การพัฒนาคุณภาพในการทำงานจึงเป็นเป้าหมายความสำเร็จขององค์กร ซึ่งองค์กรดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพของคนและขององค์กร ดังนั้นทั้งสองส่วนจำเป็นต้องพัฒนาไปพร้อมกันเพื่อความ

สมดุลในการบริหารองค์กรให้ได้ทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล (กรวิทย์ ต้นศรี, 2549) โดยองค์ประกอบหลักของคุณภาพการทำงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน (Peterson and Plowman, 1953) ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน (Quality of Work) ด้านต้นทุนของงาน (Cost of Work) ด้านปริมาณงาน (Quantity of Work) และด้านเวลา (Time)

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (Mahasarakham University) เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐที่มุ่งมั่นในการส่งเสริมแสวงหาความเป็นเลิศทางวิชาการ โดยศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับวิทยาการที่เป็นสากลให้เกิดความก้าวหน้าทางสติปัญญา สามารถพัฒนาตนเองให้เทียบพร้อมด้วยวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรม นอกจากนี้มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยให้มีประสิทธิภาพและยกระดับการบริหารงานให้มีธรรมาภิบาล มุ่งเน้นการพัฒนาทั้งระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล การเงิน รวมไปถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มหาวิทยาลัยมีความแข็งแกร่งสามารถเลี้ยงตนเองได้ และยังเน้นระบบธรรมาภิบาลในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับสภามหาวิทยาลัยไปจนถึงระดับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการ โดยการมีระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ชัดเจน ตั้งแต่นโยบายและกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล การจัดหา และการจัดการอัตรากำลัง การบริหารระบบค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ การวัด และประเมินผลการดำเนินงาน รวมถึงการจัดทำแผนการพัฒนาศูนย์บุคลากร (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562) ดังที่กล่าวมาข้างต้น มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้มีข้อบังคับมหาวิทยาลัยมหาสารคามว่าด้วยจรรยาบรรณบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พ.ศ. 2554 ที่กำหนดไว้ให้พนักงานสายสนับสนุนได้ยึดถือปฏิบัติและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อทำให้เกิดคุณภาพในการทำงาน และเกิดคุณค่าทั้งต่อตนเอง ต่อหน้าที่ ต่อองค์กร และต่อสังคม

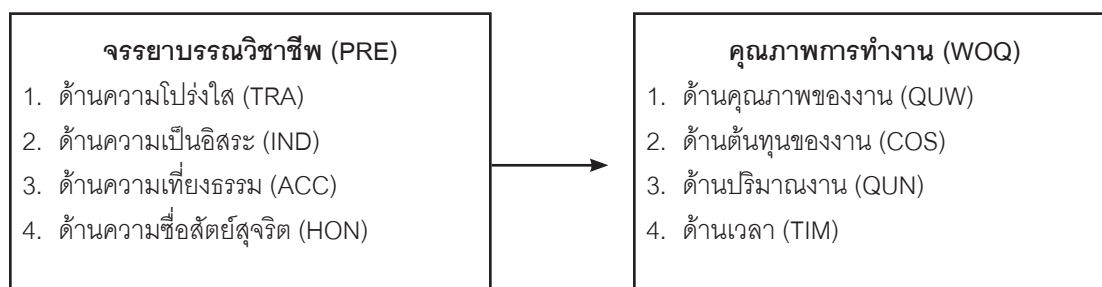
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าจรรยาบรรณวิชาชีพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุน หรือไม่ อย่างไร ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถเป็นแนวทางในการเสริมสร้างพฤติกรรมและทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ และสามารถนำจรรยาบรรณวิชาชีพไปยึดถือปฏิบัติ เพื่อส่งเสริมให้การทำงานของพนักงานสายสนับสนุนให้มีคุณภาพการทำงานมากยิ่งขึ้น

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ จรรยาบรรณวิชาชีพได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงานที่ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรตาม จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลการวิจัยจรรยาบรรณวิชาชีพและคุณภาพการทำงาน



2.1 จรรยาบรรณวิชาชีพ (Professional Ethics)

จรรยาบรรณวิชาชีพ หมายถึง หลักความประพฤติอันเหมาะสมที่แสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพที่กลุ่มบุคคลแต่ละสาขาวิชาชีพประมวลขึ้นไว้เป็นหลัก เพื่อให้สมาชิกในสาขาวิชาชีพนั้น ๆ ยึดถือปฏิบัติ เพื่อรักษาชื่อเสียงและส่งเสริมเกียรติคุณของสาขาวิชาชีพของตน โดยจรรยาบรรณวิชาชีพประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2553) ดังนี้

2.1.1 ด้านความโปร่งใส (Transparency) หมายถึง ภาวะลักษณะที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส โดยไม่ปิดบังซ่อนเร้น บิดเบือนหรือเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน มีการกำกับดูแลที่ดีและสามารถตรวจสอบได้

2.1.2 ด้านความเป็นอิสระ (Independence) หมายถึง การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยมิได้มีข้อจำกัด และสามารถตัดสินใจได้โดยปราศจากการแทรกแซง

2.1.3 ด้านความเที่ยงธรรม (Objectivity) หมายถึง การใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ คงไว้ซึ่งความเป็นกลางในการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติงาน

2.1.4 ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) หมายถึง การประพฤติตนในหน้าที่ด้วยความซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง

2.2 คุณภาพการทำงาน (Work Quality)

คุณภาพการทำงาน หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าและมีการสูญเสียให้น้อยที่สุด บุคคลมีความพอใจจะเพิ่มพูนคุณภาพและปริมาณของผลงาน คิดค้น ดัดแปลงวิธีการทำงานให้ได้ผลดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ โดยคุณภาพการทำงาน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน (Peterson and Plowman, 1953) ดังนี้

2.2.1 ด้านคุณภาพของงาน (Quality of Work) หมายถึง ผลงานที่มีความถูกต้อง ประณีตและมีความเรียบร้อยของงาน ไม่มีความผิดพลาดเกิดขึ้น

2.2.2 ด้านต้นทุนของงาน (Cost of Work) หมายถึง ผลการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานในบทบาทหน้าที่ โดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและความประหยัด

2.2.3 ด้านปริมาณงาน (Quantity of Work) หมายถึง ผลงานที่ทำสำเร็จเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่กำหนด หรือปริมาณงานที่ควรจะได้ในเวลาหรือมาตรฐานที่ควรจะเป็น

2.2.4 ด้านเวลา (Time) หมายถึง ผลการทำงานตามปริมาณงานที่กำหนดให้แล้วเสร็จก่อนภายในระยะเวลาที่องค์กรกำหนด

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า จรรยาบรรณวิชาชีพมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุน เนื่องจากจรรยาบรรณวิชาชีพ จะเป็นหลักในการควบคุมความประพฤติของผู้ปฏิบัติงานให้แสดงออกถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพของแต่ละบุคคล ดังนั้น หากพนักงานสายสนับสนุนมีการนำจรรยาบรรณวิชาชีพมาถือปฏิบัติย่อมจะส่งผลให้เกิดคุณภาพในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสมมุติฐานไว้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัย:

H1 : จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

H2 : จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเป็นอิสระ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

H3 : จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

H4 : จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 708 คน (กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ผู้วิจัยได้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกตามหน่วยงานที่สังกัด ประกอบด้วย สังกัดหน่วยงานคณะ/วิทยาลัย/บัณฑิต สังกัดหน่วยงานกอง สังกัดหน่วยงานสำนัก/สถาบัน และสังกัดหน่วยงานโรงเรียน

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Multiple Choice) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ต่อเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน และหน่วยงานที่สังกัด ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความโปร่งใส จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลโดยไม่บิดเบือนหรือเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน ด้านความเป็นอิสระ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมีอำนาจในการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานที่ปราศจากการแทรกแซงบุคคลอื่น ด้านความเที่ยงธรรม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้ดุลยพินิจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ การปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง และด้านความซื่อสัตย์สุจริต จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ด้วยความซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง และการปฏิบัติงานที่ตรงตามความเป็นจริง และตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่ได้ผลงานมีความถูกต้อง ความเรียบร้อยของงาน การลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน ด้านต้นทุนของงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงาน การลดปริมาณการใช้ทรัพยากร และการประหยัดในการใช้ทรัพยากร ด้านปริมาณงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลงานที่ทำสำเร็จตามเป้าหมาย ปริมาณของงานที่ได้ตามมาตรฐานของหน่วยงาน และด้านเวลา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุผลสำเร็จได้ตามเวลาที่กำหนด และการบริหารเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม โดยทำการทดสอบกับพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ด้วยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค (Item – total Correlation) ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพมีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.5604 – 0.7740 และคุณภาพการทำงาน มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.6570 – 0.8490 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งจรรยาบรรณวิชาชีพมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8780 – 0.9060 และคุณภาพการทำงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8960 – 0.9440 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้ โดยระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี ดังนั้น แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจริงได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ WOQ} = \beta_0 + \beta_1 \text{ TRA} + \beta_2 \text{ IND} + \beta_3 \text{ ACC} + \beta_4 \text{ HON} + \epsilon$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของจรรยาบรรณวิชาชีพกับคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตัวแปร	WOQ	TRA	IND	ACC	HON	VIFs
$\bar{X}$	4.06	4.25	4.17	4.21	4.16	
S.D	0.67	0.55	0.69	0.64	0.56	
WOQ	–	0.561*	0.688*	0.708*	0.750*	
TRA		–	0.663*	0.555*	0.574*	1.957
IND			–	0.686*	0.603*	2.452
ACC				–	0.685*	2.428
HON					–	2.133

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการทำงาน โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.561 - 0.750 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในลำดับต่อมา พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.957 – 2.452 แสดงว่าจรรยาบรรณวิชาชีพในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity สอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIF ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10

แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาการร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

ตาราง 2 การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ โดยใช้ตัวแปรตามเป็นคุณภาพการทำงานโดยรวมของพนักงาน สายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

จรรยาบรรณวิชาชีพ	คุณภาพการทำงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.768	0.125	3.932*	< 0.001
ด้านความโปร่งใส (TRA)	0.017	0.056	0.299	0.765
ด้านความเป็นอิสระ (IND)	0.258	0.051	5.108*	< 0.001
ด้านความเที่ยงธรรม (ACC)	0.235	0.055	4.306*	< 0.001
ด้านความซื่อสัตย์สุจริต (HON)	0.505	0.058	8.764*	< 0.001
F = 150.395 p < 0.001 Adj R ² = 0.667				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเป็นอิสระ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ความเป็นอิสระเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการปฏิบัติงาน หากพนักงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานอย่างเป็นอิสระภายใต้กรอบวิชาชีพ และสามารถตัดสินใจได้โดยปราศจากอิทธิพลของบุคคลอื่น ย่อมส่งผลทำให้ได้ผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทวรรณ เอ่งฉ้วน และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560 : 120) พบว่า ความเป็นอิสระในการทำงาน มีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิผลการทำงาน เนื่องจากความเป็นอิสระในงานเป็นลักษณะงานที่เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานมีอิสระเสรีภาพ สามารถใช้ดุลพินิจ และตัดสินใจด้วยตนเอง ในการกำหนดเวลาทำงาน และวิธีปฏิบัติงาน จึงทำให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ มีความทุ่มเทในการปฏิบัติงานและทำประโยชน์ให้แก่องค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพัชร พานทอง (2555 : 80) พบว่า ความเป็นอิสระในการทำงานมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงาน เนื่องจากในการปฏิบัติงานผู้บังคับบัญชาได้มีการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของหน่วยงาน และมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการทำงาน สามารถวิพากษ์วิจารณ์หรือออกความคิดเห็นเพื่อเสนอแนะเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับนโยบายการทำงาน จึงทำให้พนักงานในองค์กรมีความเป็นอิสระในการทำงานและส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้ผลการปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุไรวรรณ ศรีหานาม และคณะ (2558) พบว่า ความเป็นอิสระส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลการตรวจสอบภายใน เนื่องจากความเป็นอิสระส่วนบุคคลและแสดงความคิดเห็นที่มีเหตุผลสนับสนุนโดยปราศจากอคติ ไม่ลำเอียง เป็นหลักสำคัญยิ่งสำหรับการปฏิบัติงาน และจะทำให้การปฏิบัติงานมีความน่าเชื่อถือ

จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ความเที่ยงธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการปฏิบัติงาน หากพนักงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานโดยใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความตรงไปตรงมา ปราศจากความลำเอียงและอคติ รวมถึงการปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างให้ได้รับความเชื่อมั่นและไว้วางใจ ส่งผลการปฏิบัติงานเกิด

ความราบรื่นและได้ผลงานที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา แดงเทโพธิ์ (2561 : 144) พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ ความเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน เนื่องจากบุคลากรทางด้านการเงินและการบัญชีต้องปฏิบัติงานด้วยความความเที่ยงธรรม ยุติธรรม ซื่อตรงต่อวิชาชีพ และต้องไม่มีส่วนได้เสียในงานที่ตนรับผิดชอบ และมีการใช้ดุลยพินิจบนหลักฐานที่เชื่อถือได้โดยปราศจากความมีอคติและความลำเอียง จึงทำให้สามารถปฏิบัติงานให้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุษา ดั่งช้าง และประเวศ เพ็ญอุณกุล (2561) พบว่า มาตรฐานการปฏิบัติงาน ด้านความเที่ยงธรรม มีอิทธิพลต่อศักยภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจาก การปฏิบัติงานด้วยความเที่ยงธรรม มีการปรับปรุง และพัฒนาตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีแล้ว จะช่วยยกระดับศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีทั้งทางด้านคุณภาพผลงาน ด้านปริมาณผลงาน ด้านความทันเวลา และด้านความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรบุคคลอย่างคุ้มค่าและองค์กรสามารถปรับตัว และพัฒนาเพื่อให้ดำรงอยู่ต่อไปได้อย่างมั่นคง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์ (2561 : 88) พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเที่ยงธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในจังหวัดลำปาง เนื่องจากพนักงานมีการปฏิบัติหน้าที่ตามจรรยาบรรณวิชาชีพ โดยมีการปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม ซื่อตรงต่อวิชาชีพ มีการรู้และความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนที่ต้องปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพ จึงทำให้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ

จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจากความซื่อสัตย์สุจริตมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงาน หากพนักงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตโดยการประพฤติตนในหน้าที่ด้วยความซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คิดคดโกง ไม่คิดหลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง ย่อมทำให้ได้รับความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อร่วมงาน และส่งผลทำให้การปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอมิกา ภูยาตวง และคณะ (2558) พบว่า ความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงาน เนื่องจากการมีความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ และมีคุณธรรมเป็นความดีงามที่ถูกปลูกฝังขึ้นในจิตใจ มีความกตัญญูซื่อสัตย์ มีวินัยและเป็นสุภาพชน เป็นต้น จนเกิดจิตสำนึกที่ดีรู้สึกรับผิดชอบชั่วดี เกรงกลัวต่อการกระทำความชั่ว เพราะเมื่อบุคคลทำงานด้วยความซื่อสัตย์ในวิชาชีพและมีคุณธรรมแล้ว งานที่ออกมาจะมีความถูกต้อง เที่ยงตรง ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำงานต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณิ ทัทธานี และคณะ (2561 : 56-57) พบว่า ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพในการทำงาน เนื่องจากการมีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานเริ่มต้นจากความซื่อสัตย์ต่อตนเองเป็นพื้นฐานต่อความซื่อสัตย์ต่อบุคคลอื่น ต่อหน้าที่ และต่อหมู่คณะไปตามลำดับ โดยความซื่อสัตย์ยังเป็นจรรยาบรรณข้อแรกสำหรับผู้ปฏิบัติงานต้องยึดถือปฏิบัติ และเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องพึงปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซื่อตรงต่อวิชาชีพ ไม่คดโกง ไม่หลอกลวง ปฏิบัติงานตรงตามความเป็นจริง และที่สำคัญที่สุดข้อมูลที่นำเสนอต้องมีความน่าเชื่อถือ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจิตตรา แสนชัย (2559 : 81) พบว่า การปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชี นอกจากที่จะต้องเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถแล้ว จะต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน ด้วยความซื่อสัตย์ ขยันหมั่นเพียร มีความรับผิดชอบ เก็บรักษาความลับ ของข้อมูลทางราชการเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานการตรวจสอบ

จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานโดยรวม เนื่องจากการปฏิบัติงานของพนักงานในมหาวิทยาลัยมหาสารคามได้มีกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่กำหนดไว้ให้พนักงานได้นำมายึดถือปฏิบัติและนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน จึงอาจเป็นผลทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใสของพนักงานในมหาวิทยาลัยมหาสารคามไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พจณี ศรีสุนนท์ (2559 : 48) พบว่า จรรยาบรรณวิชาชีพ

ด้านความโปร่งใส ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี อาจเนื่องจากตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไม่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในเรื่องนี้ และอาจเกิดจากผู้ปฏิบัติงานต้องปฏิบัติงานตามข้อกำหนดหรือข้อบังคับที่มีอยู่แล้ว จึงเป็นทำกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความโปร่งใส ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเท่านั้น ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไป นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นบ้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น

5.1.2 การวิจัยในครั้งนี้จรรยาบรรณวิชาชีพได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยศึกษาว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานจะมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อคุณภาพการทำงานหรือไม่ เป็นอย่างไร เพื่อองค์กรจะได้ทราบและใช้เป็นแนวทางในการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้สอดคล้องกับลักษณะงานของพนักงานในองค์กร

5.1.3 การวิจัยในครั้งนี้คุณภาพการทำงานได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรตาม ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรตามอื่น ๆ เช่น ผลการดำเนินงาน โดยศึกษาว่าจรรยาบรรณวิชาชีพจะมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อผลการดำเนินงานหรือไม่ เป็นอย่างไร เพื่อองค์กรจะได้ทราบและใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมีจรรยาบรรณวิชาชีพและนำมาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานที่ดียิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ในการวิจัย

พนักงานในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ควรให้ความสำคัญจรรยาบรรณวิชาชีพ ทั้งทางด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม และด้านความซื่อสัตย์สุจริต เนื่องจากจรรยาบรรณวิชาชีพด้านดังกล่าวมีความสำคัญที่จะช่วยทำให้การปฏิบัติงานของพนักงานสายสนับสนุนมีคุณภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น โดยพนักงานสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยต้องมุ่งมั่นปฏิบัติงานด้วยความเป็นกลาง รวมถึงการใช้อำนาจในการตัดสินใจในงานที่ได้รับมอบหมายบนพื้นฐานของความถูกต้อง และปฏิบัติงานโดยยึดหลักมาตรฐานวิชาชีพ หรือตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด

6. สรุปผลการวิจัย

จรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม และด้านความซื่อสัตย์สุจริต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการทำงานโดยรวม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า จรรยาบรรณวิชาชีพมีบทบาทและความสำคัญในการช่วยสร้างคุณภาพการทำงานของพนักงานสายสนับสนุน ดังนั้น พนักงานสายสนับสนุนควรให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณวิชาชีพ ทั้งด้านความเป็นอิสระ ด้านความเที่ยงธรรม และด้านความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อนำมายึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงเพื่อให้เกิดคุณภาพในการทำงาน และเกิดคุณค่าทั้ง ต่อตนเอง ต่อหน้าที่ ต่อองค์กร และต่อสังคม

เอกสารอ้างอิง

- กรวิทย์ ต้นศรี. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรและคุณภาพการทำงานของนักบัญชีธนาคารแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กองการเจ้าหน้าที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. *คั่นหาบุคลากร*. (2562). ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2562, จาก www.pd.msu.ac.th/pd4/hr-สถิติบุคลากร.
- เข็มพร ศรีมงคล. (2560). *ผลกระทบของขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานที่มีต่อคุณภาพการทำงานของนักบัญชีสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ฉันทวรรณ เอ่งฉ้วน และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). อิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 7 (1) : 104 – 123.
- ณัฐพัชร พานทอง. (2555). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองในการปฏิบัติงานของพนักงานการไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (ส่วนกลาง)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- นริศรา แดงเทพโพธิ์. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณวิชาชีพและประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรทางการเงินและการบัญชีในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. *วารสารสาระคาม*. 9 (2) : 130-152
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น. (2557). *จรรยาบรรณในวิชาชีพ*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2561, จาก http://home.npru.ac.th/pongsada/sheet_2.htm.
- พจณี ศรีสุนนท์. (2559). *การปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีและคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีสหกรณ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2562). *ประวัติความเป็นมา*. ค้นเมื่อ 20 มกราคม 2562, จาก http://www.web.msu.ac.th/msucont.php?mn=mhistory&paction=SHOW_ABOUTMSU.
- รวมศิริ เมนะโพธิ์. (2552). *เครื่องมือวัดการทำงานอย่างมีความสุข กรณีศึกษา นักศึกษาภาคพิเศษ ระดับปริญญาโท สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วันชัย ปานจันทร์. (2560). *การพัฒนาจรรยาบรรณวิชาชีพของนักพัฒนาศักยภาพกรมบัญชี*. งานวิจัย. กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาศักยภาพกรมบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สภาวิชาชีพ ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ฉบับที่ 19) เรื่อง จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ พ.ศ. 2553, *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่มที่ 127. ตอนที่ 127ง. หน้า 68-69. 3 พฤศจิกายน 2553.
- สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา : กรุงเทพฯ.
- สุจิตตรา แสนชัย. (2559). *ผลกระทบของจริยธรรมทางวิชาชีพบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุพรรณิ ทัทธานี ศุทธิณี ปราชญ์ศรีภูมิ และเกสินี หิมนไธสง. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานกับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบัญชีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 10(1) : 50-59.

- อนงค์วรรณ อุปะดิษฐ์. (2561). ความสัมพันธ์ของจรรยาบรรณวิชาชีพกับผู้ที่ปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี
ในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*. 11 (1) : 81 – 91.
- อรอุษา ดั่งช้าง และประเวศ เพ็ญภูมิกุล. ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชี
ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(28) : 223-230.
- อุไรวรรณ ศรีหานาม สุพรรณ เอี่ยมวิจารณ์ และวราพร เปรมพาณิชย์กุล. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็น
อิสระในการตรวจสอบภายในกับประสิทธิผลการตรวจสอบภายในของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาใน
ประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 7(2) : 149-160.
- เอมิกา ภูยาตวง อัครเดช ฌวีรักษ์ และศุภรักษ์ จันทร์จรัสจิตต์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างความซื่อสัตย์ในวิชาชีพ
กับความสำเร็จในการทำงาน ของผู้ทำบัญชีในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 34(4) : 233-242.
- Black, K., (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. 4 th ed. USA : John Wiley & Son.
- Nunnally, J. C., (1978). *Psychometric theory*. 2 nd ed. New York : McGraw-Hill.
- Petersen, E. & Plowman, G.E., (1953). *Business organization and management*. Illinois : Irwin.

ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
กับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย
Relationships between New Product Development Capabilities
and Marketing Success of Beverage industry in Thailand

สุภัสสร อุ่นศิริ*, จินดารัตน์ เป็มณี² และพงศธร ตันตระบัณฑิตย์³

Supussorn Unsiri*, Jindarat Peemanee² and Pongsatorn Tantrabundit³

Received : June 20, 2019 Revised : August 10, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาด ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย จำนวน 248 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1. ด้านนวัตกรรม 2. ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ 3. ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ มีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จทางการตลาด ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ควรมีการส่งเสริมในเรื่องของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนากลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด อันจะส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ : ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสำเร็จทางการตลาด และธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationships between the new product development capabilities and marketing success in beverage business in Thailand. This study applied questionnaire as a tool to collect data from 248 marketing executives from beverage industry in Thailand. Data analysis tools utilized in this study included (ANOVA and MANOVA), multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results represented that the new product development capabilities Innovation Product Planning and Product Development had positive relationships with marketing success and had positive effects on marketing success. Therefore, marketing executives of beverage business in Thailand should promote the design and development of new products on modern design as well as promote the creation process. Moreover, they should develop the original product to have a modern style according to the technology that changes rapidly. They also need to support the creation of product strategy, price, location and marketing promotion in order to attract the attentions of consumers to get the greatest satisfaction on marketing success in future.

Keywords: New Product Development Capabilities, Marketing Success and Beverage Industry in Thailand.

1. บทนำ

จากสภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่มีการเติบโต องค์การภาคธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างมาก ทำให้สภาพแวดล้อมทางการตลาดมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการให้กับบุคคลหรือกลุ่มต่าง ๆ โดยความคิดสร้างสรรค์และการวางแผนทางการตลาดเพื่อการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาทั้งจากปัจจัยภายในประเทศและภายนอกประเทศ คนในสังคมปัจจุบันมีการพัฒนาการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันมีการใช้สื่อความรู้ทางเทคโนโลยีการสื่อสารหรือการใช้สินค้าจากต่างประเทศ ทำให้สินค้ามีความหลากหลายในแต่ละประเภทมากขึ้น และก่อให้เกิดภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้าง ความแตกต่างให้กับสินค้า ทำให้สินค้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้นในการเลือกบริโภคสินค้าให้ตรงตามความพึงพอใจของตน ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคโดยเป็นภาพรวมของความพอใจ ความรู้สึก ความนึกคิด และรับรู้ถึงการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นโดยให้ข้อหนึ่งนั่นเอง (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2556) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากในวงการการตลาดทั่วโลก เพราะผลิตภัณฑ์ที่ดี มีความทันสมัย และแข็งแกร่ง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการและธุรกิจนั้น ๆ ได้อย่างมากมาย การที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำให้ประสบความสำเร็จสูงในด้านคุณภาพของสินค้า ด้านการตลาด และสามารถสร้างภาพลักษณ์ของสินค้านั้นได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่งได้ เพื่อให้ธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จ สามารถสร้างจุดยืนที่โดดเด่นอย่างชัดเจน (ฉัตรยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวินิช, 2556: 123)

ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development Capabilities) เป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์เดิมให้เกิดความแปลกใหม่และแตกต่าง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากกว่าผลิตภัณฑ์เดิม หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด

มีจำนวนมาก ส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความใหม่ที่แตกต่าง (Perreault and McCarthy, 1991: 342) ดังนั้น การที่องค์กรภาคธุรกิจจะอยู่รอดได้นั้น จึงจำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านนวัตกรรม (Innovation) 2) ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning) 3) ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และ 4) ด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) (สืปชาติ อันทะไชย, 2556: 248) ถ้าองค์กรใดให้ความสำคัญกับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จทางการตลาด และยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ความสำเร็จทางการตลาด (Marketing Success) เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานโดยการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรจากความสำเร็จด้านการตลาด สามารถอธิบายได้ว่าธุรกิจในปัจจุบันนี้มีความสำเร็จด้านการตลาดอย่างไร สามารถวัดคุณค่าของการทำการตลาด สามารถอธิบายการปฏิบัติงานด้านการตลาด เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทางการตลาด เพื่อเป็นภาพลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ สามารถวัดคุณค่ามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างความแตกต่างและกฎระเบียบการบริหารที่ชัดเจน มีการพัฒนาองค์ความรู้อยู่เสมอ เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสำเร็จของธุรกิจ ความสำเร็จทางการตลาดจะทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่ได้วางไว้ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมั่นในองค์กร ทำให้เกิดการเติบโตและอยู่รอดสามารถขยายตลาด มีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งได้ ซึ่งความสำเร็จทางการตลาดสามารถวัดได้จาก

1) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) 2) ด้านการเพิ่มจำนวนของลูกค้า (Increased Number of Customer) 3) ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) และ 4) ด้านยอดขาย (Sales) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, 2558: 38) ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จทางการตลาดเหล่านี้ จะทำให้องค์กรมีศักยภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อมุ่งสู่ความสามารถในการแข่งขันในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้

ธุรกิจเครื่องดื่ม (Beverage Business) เป็นธุรกิจที่โดดเด่นและมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว (สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการลงทุน, 2558: เว็บไซต์) มีการขยายตัวแบบก้าวกระโดดกว่าร้อยละ 20 ซึ่งนับว่าอยู่ในระดับสูงอุตสาหกรรมเครื่องดื่มมีการเติบโตของเศรษฐกิจทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเป็นตลาดที่มีความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ตลาดนักท่องเที่ยวของไทยในปี พ.ศ. 2561 ที่คาดว่าจะเติบโตในเกณฑ์สูง ถือเป็นปัจจัยหนุนตลาดเครื่องดื่มให้เติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะเครื่องดื่มตามร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การดื่มเป็นความต้องการพื้นฐานในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปและคนที่ชอบเข้าสังคม จึงถือเป็นธุรกิจในปัจจุบันที่มีการเติบโตและเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันพัฒนาเป็นตลาดที่ใหญ่ขึ้น ส่งผลให้นักการตลาดจำเป็นต้องแสวงหาแนวคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอด และประสบความสำเร็จมากขึ้น ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้บริโภค (นันท์ช จิระวุฒินันท์, 2559: 2) ธุรกิจเครื่องดื่มถือเป็นตลาดที่ใหญ่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอย่างมาก มีการเติบโตทางเศรษฐกิจทำให้ตลาดมีจุดเด่น ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นกับคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงทำให้ตลาดใหญ่ขึ้นเป็นผลให้นักการตลาดจำเป็นต้องแสวงหาแนวคิดใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ พัฒนาสินค้าและการบริการมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้มากขึ้น และต้องมีการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดให้ได้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และรักษาความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ด้วยการทำให้กลุ่มเหล่านั้นเกิดความพึงพอใจ และความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานมากที่สุด ดังนั้น นักการตลาดจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ใหม่ ๆ เพื่อการสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเน้นความสามารถในการสร้างแนวคิดให้เกิดภาพลักษณ์ของสินค้า เพื่อเป็นเครื่องมือในการแข่งขันนั่นเอง (รัตชพงษ์ เขียวพันธ์, 2557: เว็บไซต์)

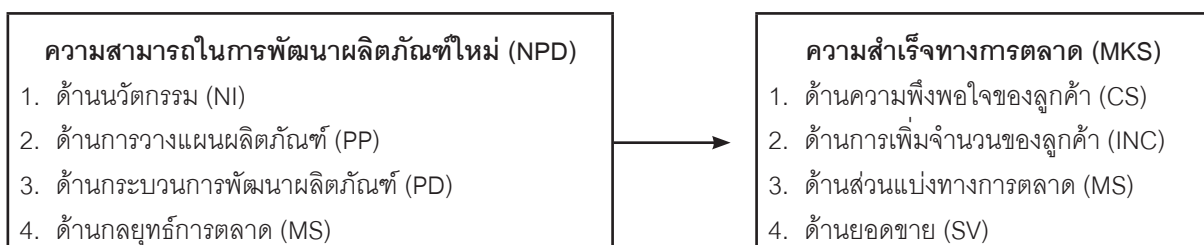
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดหรือไม่ อย่างไร โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นข้อเสนอแนะในการประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้ที่มีความสนใจประกอบธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการสร้างรายได้เปรียบทางการตลาด และการบริหารงานด้านการตลาดให้ประสบความสำเร็จมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ และมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาด จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลของความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และความสำเร็จทางการตลาด



2.1. ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development Capabilities)

ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development Capabilities) หมายถึง กระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม มีการปรับปรุง ดัดแปลงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยการพัฒนาแนวคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เข้ากับเทคโนโลยีสารสนเทศทางการตลาด โดยผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาของธุรกิจ (สืบชาติ อันทะไชย, 2556: 248) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านนวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความทันสมัย แปลกแตกต่างจากคู่แข่ง และมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

2.1.2 ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ (Product Planning) หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความคิดที่จะผลิตสินค้าใหม่และการบริการใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด

2.1.3 ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) หมายถึง กระบวนการค้นคว้า การคิดออกแบบ การแก้ไข และปรับปรุง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีและอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่ การมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าจากแบบเดิมให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า จึงต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นระบบและกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

2.1.4 ด้านกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) หมายถึง การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด และมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตลาด เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

2.2 ความสำเร็จทางการตลาด (Marketing Success)

การดำเนินงานโดยการวางแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรในด้านการตลาด และความสามารถของธุรกิจประสบผลสำเร็จหลังจากการดำเนินกิจการที่เกิดจากการดำเนินงานทางด้านการตลาด โดยวัดคุณค่าของการทำการตลาดในช่วงระยะเวลาที่กำหนดจากการพิจารณาศักยภาพของธุรกิจ (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล, 2558: 38) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง การประสบความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการและการคาดหวังของลูกค้า โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ด้วยบริการบริการก่อน ระหว่าง และหลังการขาย แสดงการรับรู้เชิงบวกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คุณภาพสินค้า

2.2.2 ด้านการเพิ่มจำนวนของลูกค้า (Increased Number of Customer) หมายถึง จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการที่มีจำนวนหรืออัตราที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มของกิจการไปใช้ในชีวิตประจำวัน และมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ จนทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า และเกิดการซื้อซ้ำอีก

2.2.3 ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) หมายถึง ส่วนของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในระดับใดระดับหนึ่ง มีการขยายตลาดที่มากขึ้น คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายทั้งหมดของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด โดยมีสัดส่วนและแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ผู้ผลิตจะมีโอกาสประสบความสำเร็จทางการตลาดได้มากขึ้น

2.2.4 ด้านยอดขาย (Sales Volume) หมายถึง ผลกำไรในด้านการขายในรูปแบบจำนวนเงินหรือยอดขายสินค้าที่ได้รับจากการขาย หรือการให้บริการในแต่ละช่วงเวลา โดยจัดเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี ตามช่วงรอบระยะเวลาการขาย โดยมีผู้จัดการฝ่ายการตลาดทำการวิเคราะห์ถึงยอดขายเพื่อทำการเปรียบเทียบ เช่น กำไรสุทธิ รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยเป็นยอดขายและยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ และการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้ารายเดิม

สมมุติฐานของการวิจัย : ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จทางการตลาด

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้น ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย จำนวน 793 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2561 : เว็บไซต์) โดยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามถึงผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยทำการเริ่มส่งแบบสอบถามวันที่ 1 กันยายน 2561 จำนวน 793 ฉบับ ตามชื่อ ตำแหน่ง ที่อยู่ของธุรกิจเครื่องดื่มของผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยแนบซองจดหมายตอบกลับไปพร้อมกับแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดให้ส่งจดหมายตอบกลับทางไปรษณีย์ภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถาม เมื่อครบกำหนด เมื่อครบตามระยะเวลา 15 วัน คือวันที่ 15 กันยายน 2561 ตรวจนับแบบสอบถามที่ตอบกลับมาสสมบูรณ์จำนวน 96 ชุด ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการโทรศัพท์ติดตามสอบถามไปยังผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทยที่ยังไม่ได้ตอบกลับมา หลังจากนั้นจนถึงวันที่ 10 ธันวาคม 2561 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมามากอีกจำนวน 152 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา

จำนวนทั้งสิ้น 248 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 90 วัน แล้วนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งมีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 31.27 เมื่อ ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker et al. (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่าข้อมูลเพียงพอต่อการวิเคราะห์

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านนวัตกรรม ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการสร้างแนวความคิด การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีมาก่อน หรือเป็นผลิตภัณฑ์ดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้จริง 2) ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความคิดที่จะผลิตสินค้าใหม่และการบริการใหม่ โดยการคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด 3) ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการกระบวนการค้นคว้า การคิดออกแบบ การแก้ไข และปรับปรุง เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีและอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความใหม่ การมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าจากแบบเดิมให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า จึงต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นระบบและกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ 4) ด้านกลยุทธ์การตลาด ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด และมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตลาด เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ความสำเร็จทางการตลาด เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการประสบความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการและการคาดหวังของลูกค้า โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ด้วยการบริการก่อน ระหว่าง และหลังการขาย แสดงการรับรู้เชิงบวกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการเพิ่มจำนวนของลูกค้า ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการเพิ่มจำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการที่มีจำนวนหรืออัตราที่เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องดับไฟของกิจการไปใช้ในชีวิตประจำวัน และมีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ จนทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า และเกิดการซื้อซ้ำอีก 3) ด้านส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับส่วนของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าในระดับใดระดับหนึ่ง มีการขยายตลาดที่มากขึ้น คิดเป็นสัดส่วนต่อยอดขายทั้งหมดของสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด โดยมีสัดส่วนและแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ผู้ผลิตจะมีโอกาสประสบความสำเร็จทางการตลาดได้มากขึ้น และ 4) ด้านยอดขาย ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับผลกำไรในด้านการขายในรูปแบบจำนวนเงินหรือยอดขายสินค้าที่ได้รับจากการขาย หรือการให้บริการในแต่ละช่วงเวลา โดยจัดเป็นรายวัน รายเดือน และรายปี ตามช่วงรอบระยะเวลาการขาย โดยมีผู้จัดการฝ่ายการตลาดทำการวิเคราะห์ถึงยอดขายเพื่อทำการเปรียบเทียบ เช่น กำไรสุทธิ รายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา โดยเป็นยอดขายและยอดรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ และการใช้บริการที่เพิ่มขึ้นของลูกค้ารายเดิม

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.735 – 0.938 และความสำเร็จทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.677 – 0.906 ซึ่งสอดคล้องกับสุวิมล ติรภานันท์ (2551: 137) ได้นำเสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.60 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ในการเก็บแบบสอบถามได้ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant power) โดยใช้เทคนิค Item - total correlation ซึ่งความสามารถในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ใหม่ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.409 – 0.883 และความสำเร็จทางการตลาด

มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.419 – 0.901 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978: 245) ได้นำเสนอ ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาด ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$\text{สมการ MKS} = \beta_0 + \beta_1 \text{NI} + \beta_2 \text{PP} + \beta_3 \text{PD} + \beta_4 \text{MS} + \Sigma$$

เมื่อ MKS	หมายถึง	ความสำเร็จทางการตลาด
NI	หมายถึง	ด้านนวัตกรรม
PP	หมายถึง	ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์
PD	หมายถึง	ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์
MS	หมายถึง	ด้านกลยุทธ์การตลาด

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาด โดยรวมของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

ตัวแปร	MKS	NI	PP	PD	MS	VIFs
$\bar{X}$	4.11	4.34	4.31	4.21	4.25	
S.D.	0.40	0.59	0.41	0.66	0.56	
MKS	-	0.503*	0.433*	0.509*	0.467*	
NI		-	0.408*	0.454*	0.472*	1.409
PP			-	0.531*	0.434*	1.480
PD				-	0.626*	1.949
MS					-	1.792

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีค่าตั้งแต่ 1.409 - 1.949 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญที่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006: 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม (MKS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.433 - 0.509 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบ

พหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม (MKS) ได้ดังนี้

$$MKS = 1.734 + 0.194NI + 0.130PP + 0.136PD + 0.095MS$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความสำเร็จทางการตลาด โดยรวม (MKS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 37.003$; $p < 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ปรับปรุง ($Adj R^2$) เท่ากับ 0.368 (ตาราง 2) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละด้านกับตัวแปรตาม ความสำเร็จทางการตลาด โดยรวม (MKS) ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณของความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	ความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.734	0.221	7.846	<0.000*
ด้านนวัตกรรม (NI)	0.194	0.041	4.696	<0.000*
ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ (PP)	0.130	0.056	2.314	0.021*
ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (PD)	0.136	0.043	3.150	0.002*
ด้านกลยุทธ์การตลาด (MS)	0.095	0.048	1.956	0.052
$F = 37.003$ $p < 0.0001$ $Adj R^2 = 0.368$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านนวัตกรรม ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จทางการตลาดโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 1, 2 และ 3 สำหรับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านกลยุทธ์การตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จทางการตลาดโดยรวม ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และความสำเร็จทางการตลาดมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากธุรกิจเครื่องดื่มจะให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น เพื่อสามารถครองตลาดเมื่อนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด มีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายในกระบวนการบริหารงาน เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการส่งเสริมกระบวนการสร้าง และพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ผู้บริโภค และมุ่งเน้นให้พนักงานในองค์กรได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเต็มที่เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนา และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญบา หรือวัธน (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะช่วยให้ลูกค้ายอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ช่วยในการเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และนำไปสู่ความสำเร็จในตัวผลิตภัณฑ์ โดยการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคว่ามีความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใดบ้าง เป็นการแก้ปัญหาสำหรับผู้ผลิตที่ต้องเผชิญเกี่ยวกับการที่ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ไม่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค การศึกษาดังกล่าวเป็นการใช้การออกแบบผลิตภัณฑ์ ให้มีการพัฒนารูปแบบ ลักษณะ

เช่น ความสะดวกสบายในการใช้งาน และคุณลักษณะของการประเมินความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในการทำความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความสนใจสำหรับผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทำให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สินค้าอุปโภคที่มีประสิทธิภาพในการใช้งาน ขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งานนั้น ๆ ประสิทธิภาพในการผลิต และทางเลือกในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญต่อการรองรับความต้องการของผู้บริโภค

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความสำเร็จทางการตลาดของธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น ธุรกิจจำหน่ายสินค้าพร้อมด้วยการบริการหลังการขายสินค้า เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

5.1.2 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาด ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องดับเพลิงถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการในการบริหารงานให้พนักงานในองค์กรสามารถสร้างความรู้ ความสามารถ และกลยุทธ์ในการบริหารช่องทางการตลาดออกมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

5.1.3 ควรให้ความสำคัญด้านกลยุทธ์การตลาด ซึ่งกิจกรรมจะต้องมีการส่งเสริมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อทดสอบตลาดให้เกิดการยอมรับของตลาดเป้าหมาย และเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันเพื่อความพึงพอใจแก่ลูกค้าในการนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด ได้ความคิดเห็นจากลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้าที่สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนา นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจต่อไป

5.1.4 นอกจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่น ๆ บ้าง เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดที่ตรงประเด็นและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดับเพลิงในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรม โดยกิจการต้องมุ่งเน้นให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง เพราะจะทำให้กิจการมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทันสมัยให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อส่งผลต่ออัตราส่วนแบ่งทางตลาดที่เพิ่มขึ้น และได้รับผลกำไรตามเป้าหมายที่กำหนด

5.2.2 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดับเพลิงในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านการวางแผนผลิตภัณฑ์ เพราะกิจการต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมายในกระบวนการบริหารงาน เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยให้กิจการหรือบริษัทได้อัตราการเพิ่มขึ้นของลูกค้าที่มีอยู่ตลอดเวลาในความต้องการของสินค้า และเพื่อให้ได้ผลกำไรจากยอดขายมากที่สุดให้ทันตามโอกาสของตลาด

5.2.3 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดับเพลิงในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งกิจการต้องให้พนักงานในองค์กรได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเต็มที่ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น เพราะจะสามารถทำให้กิจการหรือบริษัทมีผลต่อผลกำไร อัตราการเติบโต และยอดขายจากลูกค้าใหม่ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่องและตลอดไป

5.2.4 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านกลยุทธ์การตลาด ซึ่งกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด เพื่อการส่งเสริมการนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใหม่ นำมาทดสอบตลาดให้เกิดการยอมรับของตลาดเป้าหมาย และเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขัน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในการนำเสนอสินค้าที่ลูกค้าต้องการมากที่สุด จากการศึกษาที่ได้ความคิดเห็นจากลูกค้าและพฤติกรรมของลูกค้าที่สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนา นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จทางการตลาด ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ควรส่งเสริมในเรื่องของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย ส่งเสริมกระบวนการสร้าง และพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรูปแบบที่ทันสมัยตามเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว และสนับสนุนการสร้างกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด อันจะส่งผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. (2558). *ความเป็นมาของธุรกิจเครื่องดื่ม*. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2561.

จาก <https://www.dtn.go.th/index.php/policy-brief/6.html>.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2561). *ฐานข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2560.

จาก <http://www.diw.go.th/hawk/content.php?mode=data1search>.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). *การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ : กรุงเทพมหานคร.

ฉัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันท์ วารวิณิช. (2556). *หลักการตลาด = Principle of Marketing*. ซีเอ็ดดูเคชั่น :

กรุงเทพมหานคร.

ชีวรรณ เจริญสุข. (2556). *บทที่ 1 แนวคิดทฤษฎีทางการตลาด (MARKETING THEORY)*. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2560.

จาก <https://maymayny.wordpress.com/2014/12/07/>.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล. (2558). *การวางแผนธุรกิจ*. ซีเอ็ดดูเคชั่น : กรุงเทพมหานคร.

ฐิตินันท์ วารวิณิช. (2548). *หลักการตลาด*. ซีเอ็ดดูเคชั่น : กรุงเทพมหานคร.

นันทัช จิระอุฒนันท์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ตราสินค้ากับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการตลาด คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุษบา ทรัพย์รัตน์. (2559). *ผลกระทบของศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2545). *การจัดการองค์กรและการจัดการ*. ธรรมสาร : กรุงเทพมหานคร.

รัชพงษ์ เขียวพันธ์. (2557). *ลักษณะเฉพาะตัวของแบรนด์ (Brand Characteristics) เพื่อสร้างแบรนด์ (Brand) อย่างยั่งยืน = Creating Unique Brand Characteristics for Sustainable Brand Building*.

ค้นเมื่อ 28 พฤษภาคม 2560. จาก <http://opac.lib.buu.ac.th/servlet>.

สุวิมล ติรภานันท์. (2551). *การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ*.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สืปชาติ อันทะไชย. (2556). *การบริหารการตลาด = Marketing Management*. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานคณะกรรมการการส่งเสริมการลงทุน. (2558). *การส่งเสริมการลงทุนธุรกิจเครื่องดับไฟ*. ค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2560.

จาก <http://www.boi.go.th/index.php?page=index&language=th>.

Aaker, J. L., Benet-Martinez, V. & Garolera, J. (2001). Consumption symbols as carriers of culture: A study of Japanese and Spanish brand personality constructs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(3) : 492-508.

Black, W. C. (2006). *Multivariate data analysis*. 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

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

Perreault, W. D. & McCarthy, E. J. (1991). *Basic marketing*. New York : McGraw-Hill College.

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กร ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

The Relationships between Online Marketing Strategy and Organizational Success of Tourism Businesses in Thailand

นันทิพร พงษ์ศิริยะกุล¹ นิติพงษ์ สงครีโรจน์² และ สุวรรณ หวังเจริญเดช³

Nanthiporn Pongsiriyakul¹ Nitiphong Songsrirote² and Suwan Wangcharoendat³

Received : June 25, 2019 Revised : August 8, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 141 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง เพื่อให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จขององค์กรต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ความสำเร็จขององค์กร ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

* 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 รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationships between online marketing strategy and organizational success of tourism businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 141 marketing executive of tourism businesses. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results showed that online marketing strategy in the aspects of responses to market on time had a positive relationship with effect on overall organizational success. Therefore, marketing executive of tourism businesses in Thailand should focus on the importance of online marketing strategy, especially for the ability to learn a competitor. In order to give the businesses a competitive advantage, which will result in the success of the organization.

Keywords : Online Marketing Strategy, Organizational Success, Tourism Businesses in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้การแข่งขันทางธุรกิจในประเทศไทยนั้น มีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจที่ถดถอยซึ่งส่งผลกระทบต่อการค้าไปทั่วโลก ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตามต่างต้องหาวิธีการในการที่จะให้ธุรกิจของตนเองนั้นอยู่รอดได้ หากผู้ประกอบการใด ๆ ก็ตามที่หยุดนิ่งหรือขาดการพัฒนาขึ้น อาจทำให้คู่แข่งทันจนฉวยโอกาสในการพัฒนาธุรกิจให้ดีกว่า เพราะในแต่ละปีนั้น สินค้าและบริการต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงช่องทางของผู้บริโภคในการเข้าถึงสินค้าหรือบริการนั้นมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ทางเลือกของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นมีมากขึ้นด้วย ซึ่งช่องทางในปัจจุบันที่ธุรกิจต่าง ๆ นิยมใช้กันอย่างมากคือ ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพราะเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยจากสถิติการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ จะเห็นผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยอยู่ที่ 46 ล้านคน คาดว่าจะเพิ่มเป็น 59 ล้านคนภายในปี พ.ศ. 2563 โดยเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือประมาณ 30 ล้านคน (วสิทธิ์ สถิตวรพงศ์, 2560) ซึ่งทำให้ธุรกิจต่างเห็นความสำคัญทางด้านออนไลน์มากขึ้นและทำให้เกิดการแข่งขันเพิ่มขึ้นมากมายเช่น ธุรกิจนาฬิกา ที่ได้นำสื่อออนไลน์มาทำการตลาดเพื่อเป็นการลดต้นทุนในด้านต่าง ๆ และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วโดยสัดส่วนนักท่องเที่ยวคนไทยท่องเที่ยวภายในปี พ.ศ. 2560 ประมาณ 156.2 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 9.3 แสนล้านบาท ในขณะที่ปี พ.ศ. 2561 จะเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 165.4 ล้านคน คิดเป็นมูลค่า 9.9 แสนล้านบาท และสัดส่วนนักท่องเที่ยวคนไทยเที่ยวต่างประเทศในปี พ.ศ. 2560 ประมาณ 8.8 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 10 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2561 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561: เว็บไซต์) ซึ่งจะเห็นว่าการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้นั้นเป็นประโยชน์อย่างมากและจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด ที่จะต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางตลาดของทางธุรกิจ และการจัดทำแผนหรือกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ให้กับธุรกิจด้วย

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing Strategy) เป็นกระบวนการในการวางแผนงานทางกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยใช้เทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ในการทำการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าชมเว็บไซต์ เลือกซื้อสินค้า และรับบริการ ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดให้กับธุรกิจได้อย่างมาก ซึ่งในการทำกลยุทธ์การตลาดออนไลน์นั้น จะทำให้สินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่รู้จักและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์จึงประกอบไปด้วย ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า (Focus on Customer Communication Channels) ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Variety of Products) ด้านความสามารถในการเรียน

รู้คู่แข่ง (The Ability to Learn a Competitor) และด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา (Responses to Market on Time) (Chathinok, K Ussahawanitichakit, P and Jhundra – indra P, 2015: 36) ดังนั้น การตลาดออนไลน์จึงเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันที่สำคัญเพราะจะทำให้องค์กรมีต้นทุนที่ต่ำลง และง่ายต่อการต่อการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หากองค์กรมีกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่ดีแล้ว จะนำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรต่อไป

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นผลลัพธ์จากการที่องค์กรได้ร่วมกันดำเนินกิจกรรมกันอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จนเกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กรตามที่ต้องการ มีกระบวนการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐาน การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพการทำงานและมีคุณภาพ มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยการทำงาน จนทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย (วิยาดา พินตพร, 2559: 6) โดยปัจจัยที่มีต่อผลความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ในองค์กร เช่น นโยบายขององค์กร การวางเป้าหมาย ผู้บริหารระดับสูงที่เป็นผู้กำหนดเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการวัดความสำเร็จขององค์กรสามารถวัดได้จาก การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (พสุ เดชะรินทร์, 2548: 25) ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพขององค์กรสามารถทำให้องค์กรรับรู้ จุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กรเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่แต่ละองค์กรนำไปใช้ โดยเฉพาะผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว (Tourism Businesses) เป็นธุรกิจที่หวังผลตอบแทนด้านกำไรในการจัดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปชมทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่กำหนดให้โดยมีความชำนาญในเชิงธุรกิจการจัดบริการด้านการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร และมัคคุเทศก์ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 4) ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญต่อสังคมในทาง ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมือง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับประเทศ (นิศศา ศิลปเสวี, 2560: 60) ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวนั้นแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศและธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนไปและมีการให้สื่อออนไลน์มากขึ้น จึงเป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ จะต้องปรับตัวเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและสามารถแข่งขันในตลาดได้ ดังนั้น นักการตลาดจะต้องสามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการทางออนไลน์ให้ตรงกับลูกค้า และต้องมีความรวดเร็วในการนำเสนอเพื่อเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า

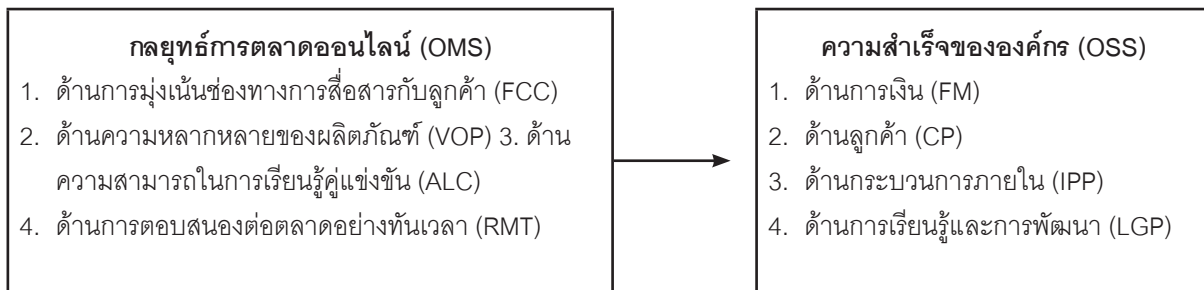
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์การตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จะสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถช่วยให้เป็นข้อมูลในพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการตัดสินใจทางด้านการตลาดและการพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กร ของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ และความสำเร็จขององค์กร



2.1 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ (Online Marketing Strategy)

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ หมายถึง การวางแผนงานทางกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ในการทำตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้าชมเว็บไซต์ เลือกซื้อสินค้า และรับบริการ ซึ่งสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดให้กับธุรกิจได้อย่างมาก ซึ่งประกอบด้วย (Chathinok, K Ussahawanitichakit, P and Jhundra – indra P, 2015: 36)

2.1.1 ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า (Focus on Customer Communication Channels) หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่ใช้เครื่องมือสื่อสารออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารให้ความรู้และเชื่อมต่อกับลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย โดยให้พวกเขาสามารถพูดคุยเกี่ยวกับความสนใจร่วมกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้า

2.1.2 ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Variety of Products) หมายถึง ความพยายามขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการนำเสนอรูปแบบ การบริการที่หลากหลายรวมถึงการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางสื่อสารออนไลน์ ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาจขึ้นอยู่กับลักษณะบรรจุภัณฑ์การออกแบบและภาพลักษณ์ของแบรนด์

2.1.3 ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง (The Ability to Learn a Competitor) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตรวจสอบและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขันอย่างต่อเนื่องเพื่อคาดการณ์การและประเมินสถานการณ์การแข่งขัน การเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับโปรไฟล์ขององค์กร กิจกรรมทางการตลาดกลยุทธ์หรือข้อตกลงของคู่แข่งที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.1.4 ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา (Responses to Market on Time) หมายถึง การกำหนดทิศทางเพื่อการตอบสนองตลาดตามความสามารถขององค์กรในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นพบทำความเข้าใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคตในเวลาที่เหมาะสม

2.2 ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success)

ความสำเร็จขององค์กร หมายถึง การร่วมมือกันของคนในองค์กรในการผลักดันให้องค์กรขับเคลื่อนไปตามเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้ ให้ประสบความสำเร็จโดยมีการจัดสรรและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างคุ้มค่า และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในกระบวนการปฏิบัติงาน เพื่อให้เป็นส่วนช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย ซึ่งการวัดความสำเร็จขององค์กรสามารถวัดได้จาก การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย (พสุ เดชะรินทร์, 2548: 25)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลการดำเนินของธุรกิจในด้านทางการเงินว่ามีสภาพคล่องในการบริหารองค์กร การลดต้นทุน การสร้างกำไร รวมถึงการลงทุนในด้านต่าง ๆ ที่เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กร ผู้ถือหุ้น และส่วนแบ่งทางการตลาด

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความสามารถในการรักษาลูกค้ารายเก่า และการเพิ่มขึ้นของฐานลูกค้ารายใหม่ โดยจะต้องมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพรวดเร็ว และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง การวัดประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงและพัฒนาให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการทำงานที่รวดเร็วและมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การมีกระบวนการในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน โดยมุ่งเน้นด้านทักษะความสามารถ ทักษะคิด จริยธรรม รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ เพื่อจะได้เป็นแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน ดังนั้น จึงตั้งเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 : กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 : กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่งขัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 4 : กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 9,895 คน (สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สาขากรุงเทพมหานคร: 2561) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2556: 42) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวตามภูมิภาคของประเทศไทย แล้วสุ่มตัวอย่างทุกระดับชั้นโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเริ่มส่งแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม ถึงวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561 จำนวน 400 ฉบับ เมื่อครบกำหนดผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์

กลับมาเป็นจำนวน 141 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 35.25 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่าขนาดตัวอย่างที่ได้ มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา รูปแบบในการให้บริการทางด้านข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ และการสร้างกิจกรรมทางสื่อออนไลน์ เพื่อเพิ่มระดับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้ามากขึ้น 2) ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางช่องทางออนไลน์ การรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ และการออกแบบบริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า 3) ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่งชั้น ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การเรียนรู้ศักยภาพขององค์กรอื่น การพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ และการศึกษาวิธีการปฏิบัติสู่ความสำเร็จภายในธุรกิจเดียวกัน และ 4) ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การให้บริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การให้ความสำคัญกับข้อสงสัยเมื่อลูกค้าสอบถาม และการใช้สื่อออนไลน์ เพื่อให้รับรู้ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างเจาะจง

ความสำเร็จขององค์กร เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน ประกอบด้วย 4คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การมีผลกำไรและผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และการมีอัตราค่าใช้จ่ายลดลงจากปีก่อน ๆ ที่ผ่านมา 2) ด้านลูกค้า ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การนำคำติชมมาวิเคราะห์และปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการเพิ่มบริการใหม่ และการแสวงหาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ 3) ด้านกระบวนการภายใน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การแจ้งนโยบายและแนวทางการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม การตรวจสอบกระบวนการทำงานภายในอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น และการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อการเรียนรู้และนำไปพัฒนากลยุทธ์ของกิจการ 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การปรับโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานทุกระดับ และการนำเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มาช่วยในการทำงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.428 – 0.830 และความสำเร็จขององค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.261 – 0.902 ซึ่งสอดคล้องกับ บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ (2549: 442) แสดงให้เห็นว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 0.20 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.712 – 0.862 และความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.720 – 0.915 ซึ่งสอดคล้องกับสราวุธ กันหลง (2555: 5) แสดงให้เห็นว่าค่า Alpha มากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ ถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยมีประสิทธิภาพ

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad \text{OSS} = \beta_0 + \beta_1 \text{FCC} + \beta_2 \text{VOP} + \beta_3 \text{ALC} + \beta_4 \text{RMT} + \epsilon$$

เมื่อ	OSS	แทน	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม
	FCC	แทน	กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า
	VOP	แทน	กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
	ALC	แทน	กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง
	RMT	แทน	กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย

ตัวแปร	OSS	FCC	VOP	ALT	RMT	VIFs
$\bar{X}$	4.05	4.05	4.00	4.03	4.28	
S.D.	0.48	0.44	0.72	0.49	0.54	
OS		0.431*	0.366*	0.534*	0.413*	
FCC			0.480*	0.503*	0.500	1.628
VOP				0.375*	0.536*	1.541
ALC					0.450*	1.450
RMT						1.648

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มีค่าอยู่ในระหว่าง 1.450 – 1.648 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006: 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์กับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OSS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.248	0.352	3.544	0.001*
ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า (FCC)	0.149	0.098	1.524	0.130
ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (VOP)	0.062	0.058	1.072	0.286
ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง (ALC)	0.365	0.082	4.472	0.000*
ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา (RMT)	0.113	0.079	1.434	0.154
F = 17.863 p = 0.000 Adj R ² = 0.235				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง (ALC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OSS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมุติฐานที่ 3 สำหรับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า (FCC) ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (VOP) และด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา (RMT) ไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OSS)

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง (ALC) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OSS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นองค์กรควรศึกษาคู่แข่งทางธุรกิจ หากองค์กรไหนสามารถรู้กลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้ ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรไชย พรภักดิ์สรกร (2560: 37) พบว่า การประเมินต้นทุนคู่แข่งและการประเมินผล การดำเนินงานคู่แข่ง มีผลกระทบสำคัญต่อศักยภาพทางการตลาดและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การติดตามตำแหน่งทางการแข่งขันมีอิทธิพลสำคัญต่อศักยภาพทางการตลาด ประสิทธิภาพทางการตลาด และผลการดำเนินงานทางการตลาด นอกจากนี้ ศักยภาพทางการตลาด ประสิทธิภาพทางการตลาด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน การวิจัยนี้พยายาม บูรณาการการประเมินต้นทุนคู่แข่ง การติดตามตำแหน่งทางการแข่งขัน และการประเมินผลการดำเนินงาน คู่แข่งของการบัญชีคู่แข่งในกรอบแนวคิดเดียวกัน และก่อให้เกิดประโยชน์โดยสามารถขับเคลื่อนศักยภาพทางการตลาดและประสิทธิภาพทางการตลาด สอดคล้องกับแนวคิดของ สุทธยา สมสุข (2556: 111-117) ที่กล่าวว่า การศึกษาคู่แข่ง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทางธุรกิจไม่สามารถขาดได้ เพราะจะส่งผลต่อการออกผลิตภัณฑ์ที่ล้มเหลวได้ เมื่อธุรกิจมีการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดอย่างรอบด้านนั้นจะเอื้อหนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุชนนี เมธิโยธิน (2555: 127-133) กล่าวว่า การเรียนรู้คู่แข่งธุรกิจจะต้องทำการประเมินสภาพการแข่งขันของธุรกิจ ว่าตอนนี้อยู่ในสถานะเป็น ผู้นำ ผู้ทำชิง ผู้ตาม หรือผู้เจาะตลาดส่วนเล็ก ซึ่งกลยุทธ์ในการแข่งขันนั้นแบ่งออกเป็น 3 วิธีคือ 1) การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม 2) การสร้างความแตกต่าง 3) การมุ่งตลาดเฉพาะ

ส่วน โดยผู้บริหารจะต้องศึกษาสภาวะตลาดในปัจจุบันเป็นหลัก และต้องเปลี่ยนแปลงตามสภาวะนั้น ๆ รวมทั้งการแก้ไข ปัญหาในการถูกคุกคามจากคู่แข่งขั้นให้รวดเร็วที่สุด พร้อมทั้งหาแนวทางป้องกันและการแก้ไข เพื่อสร้างความมั่นใจ ในตัวสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภค

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า (FCC) ด้านความหลากหลายของ ผลิตภัณฑ์ (VOP) และ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา (RMT) ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับ ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม (OSS) เนื่องจาก ทุกองค์กรใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า และเสนอขายสินค้าหรือบริการเหมือนกัน ซึ่งการติดต่อสื่อสารออนไลน์เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยตรง และลูกค้าสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา โดยที่ลูกค้าสามารถพูดคุย สอบถาม หรือออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ต่าง ๆ ในรูปแบบที่ลูกค้าเกิดต้องการ แต่องค์กรอาจจะไม่สามารถที่จะออกแบบผลิตภัณฑ์และการให้บริการให้ตรงใจ หรือตรงความต้องการของลูกค้าได้ทุกคน เพราะถ้าหากออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า ก็จะมีส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการดำเนินการเพิ่มมากขึ้น และยังส่งผลให้องค์กรไม่สามารถจะตอบสนองต่อตลาดได้ อย่างทันเวลา เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา ดังนั้นปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดความสำเร็จขององค์กร แต่เป็นเพียงปัจจัยเสริมที่นำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาใช้ เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัจฉรา สุขกลิ่น เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ นนทิภัค เพียรโรจน์ (2561: 91-100) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน เนื่องจากปัจจุบัน เทคโนโลยีการสื่อสารถูกพัฒนาขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเกิดการปรับตัว ทำให้เกิดการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรองรับ พฤติกรรมของผู้บริโภค ที่มี การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาด เกี่ยวกับ สินค้าเกษตรที่สำคัญ โดยการตลาดผ่านสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญอย่างมากสำหรับ ผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะที่ สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคที่ชัดเจน ส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรไปยัง กลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญญา วัศมีโกเมน และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2559: 1139) พบว่า กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ ประกันชีวิต กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของบริษัทประกันชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเริ่มเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน การแข่งขันจะรุนแรงมากขึ้น การใช้ด้านเทคโนโลยี เช่น Smartphone และการสื่อสารผ่านช่องทาง social media ที่เอื้อให้บริษัทประกันชีวิตเข้าถึงและเข้าใจรูปแบบการใช้ชีวิต รวมทั้งความต้องการของผู้บริโภค บริษัทประกันชีวิตต้องอาศัยช่องทางนี้ออกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความจำเป็น ของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของสังคมได้ ก็สามารถชิงส่วนแบ่งการตลาดได้มาก

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบและความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ในด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสายการบิน หรือ ธุรกิจของตัวโรงพยาบาลนตร์ เพื่อสามารถนำข้อมูลในการวิจัยไปเปรียบเทียบและปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมต่อธุรกิจ

5.1.2 ควรศึกษาตัวแปรกลางอื่นที่ไม่ใช่ความสำเร็จขององค์กร เช่น ผลการดำเนินงาน ความได้เปรียบ ในการแข่งขัน และ ความสำเร็จทางการตลาด เป็นต้น

5.1.3 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจนำเที่ยวใน ประเทศไทย เพราะจะทำให้องค์กรรับรู้ถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อเป็นแนวทางใน การปรับปรุงและพัฒนาต่อไป

5.1.4 ควรเพิ่มเติมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำวิจัยต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปปฏิบัติ

5.2.1 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง เพราะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญ ต่อการศึกษาศาสนาการณ์ในทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก โดยมุ่งเน้นในการเรียนรู้ศักยภาพของ องค์กรอื่น และบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดพันธมิตรที่แข็งแกร่ง

5.2.2 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านั้นได้เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การที่องค์กรให้ความสำคัญในการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น เพื่อศึกษาถึงความต้องการจะเป็นประโยชน์ในการให้บริการด้านข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้เกิดรูปแบบบริการที่สามารถตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างทันทั่วทั้ง

5.2.3 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า โดยองค์กรมุ่งเน้นในการสร้างกิจกรรมทางสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มระดับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้ามากขึ้น เช่น ให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นผ่านทางออนไลน์ การแนะนำโปรแกรมท่องเที่ยว ที่ต้องการ รวมทั้งการเผยแพร่และแนะนำข้อมูลข่าวสาร เช่น การแนะนำแพ็คเกจทัวร์ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ การเดินทางทั้งในและนอกประเทศ

5.2.4 ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ ด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ดังนั้นการมุ่งเน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มทางเลือกในการให้บริการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งการออกแบบบริการให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า

5.3 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ สามารถเป็นข้อสนเทศในการนำไปใช้ในการพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย โดยที่สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ในการตัดสินใจทางด้านการตลาด และเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารฝ่ายการตลาด ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาทางด้านธุรกิจเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและเสริมสร้างความสำเร็จของธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

6. สรุปผลการวิจัย

กลยุทธ์การตลาดออนไลน์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ โดยเฉพาะความสามารถในการเรียนรู้คู่แข่ง เช่น การเรียนรู้ศักยภาพขององค์กรอื่น การพยากรณ์สภาพการแข่งขันทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ และการศึกษาวิธีการปฏิบัติสู่ความสำเร็จภายในธุรกิจเดียวกัน ควรให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์การแข่งขัน เพื่อเตรียมความพร้อมและรับมือสำหรับกิจกรรมทางการตลาดในอนาคต ซึ่งการเรียนรู้คู่แข่งจะนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร และนอกจากนี้ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญต่อ

การตอบสนองต่อตลาดอย่างทันเวลา เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าได้เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นการที่องค์กรให้ความสำคัญในการใช้สื่อออนไลน์ เช่น Facebook Line และ Instagram เป็นต้น เพื่อให้เกิดรูปแบบบริการที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายอย่างทันท่วงที ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นช่องทางการสื่อสารกับลูกค้า โดยมุ่งเน้นในการสร้างกิจกรรมทางสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มระดับความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของลูกค้ามากขึ้น และผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยว ควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพราะความต้องการของลูกค้าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน เพื่อเพิ่มทางเลือกในการให้บริการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่ายและเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรไชย พรลภัสสรกร. (2560) การบัญชีคู่แข่งชั้นและผลการดำเนินงาน ทางการตลาด: การตรวจสอบเชิงประจักษ์ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 37(4) : 35-55.
- นิศศา ศิลปะเสรีรัฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เพิร์มข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- เบญญา รัชมีโกเมน และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2559). กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธุรกิจประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 9(1) : 1129-1142.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). *Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภณีย์วิจัยกสิกร. (2561). *แนวโน้มเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวปี 2561*. ค้นเมื่อ 22 กรกฎาคม 2561, จาก <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว18012561.pdf>
- สรายุธ กันหลง. (2555). *การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha*. ค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2562, จาก <http://www.ipernity.com/blog/252172/477>
- สุชนนี เมธิโยธิน. (2555). กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน. *วารสารนักบริหาร*, 32(3), 127-133.
- สุทธยา สมสุข. (2556). *การบริหารผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ: ทริปปี้ด เอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์สากลกรุงเทพมหานคร. (2561). *จำนวนได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2561, จาก <https://www.dot.go.th/department/getIndexMaster/3>
- วสิษฐ์ สถิตวรพงศ์. (2560). “Google” เผย “สถิติข้อมูล” น่าสนใจ ว่าด้วย “คนไทย” กับการ ใช้ “อินเทอร์เน็ต.” *มติชนสุดสัปดาห์*ฉบับวันที่ 7-13 เมษายน 2560.
- วิดา พินทร. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการจัดเก็บภาษีที่ดีกับความสำเร็จขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดร้อยเอ็ด*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อัจฉรา สุขกลิ่น, เกษราภรณ์ สุดตาพงศ์ และนนทิภักดิ์ เพียรโรจน์. กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะ. *วารสารนักบริหาร*, 38(1) : 91-100.

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*. USA: John Wiley & Sons.

Chathinok, K., Ussahawanitichakit, P. & Jhundra –indra, P. (2015). Social Media Marketing Strategy and Marketing Outcomes: A Conceptual Framework. *Proceeding of the academy of marketing studies*, 15(2015), 35

ปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Factors Affecting the Graduation of Graduate Students Mahasarakham University

ชลธิชา อินอุ้นโชติ*

Cholticha Inouchot*

Received : June 19, 2019 Revised : August 10, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 284 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน F-test (ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์ ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านระเบียบ/ ข้อบังคับ/แนวปฏิบัติ ซึ่งเกิดจากกระบวนการในการทำวิทยานิพนธ์แต่ละขั้นตอนใช้ระยะเวลานาน กระบวนการในการจัดทำวิทยานิพนธ์มีขั้นตอนที่หลากหลาย ซับซ้อน ทำให้คณะต้องมีการบริหารการจัดการและวางแผนในเรื่องของ กระบวนการ อาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาและต้องมีเวลาในการดูงานและอ่านงานให้ทันสัปดาห์ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : การสำเร็จการศึกษาล่าช้า และนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา

* นักวิชาการศึกษา คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Academic Service, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The research objective was to test examine factors affecting the graduation of graduate students Mahasarakrm University. Data were collected from 284 Graduate Students Mahasarakrm University and using stratified random sampling as sampling method and a questionnaire as an instrument. The statistics used for analyzing the collected data were percentage frequency mean standard deviation F-test (ANOVA). The findings revealed that the finding revealed that the graduate students Mahasarakrm University agreed with having factors affecting the graduation as a whole and in each of the following aspects at a high level: thesis preparation, thesis advisor , factors related to learners , teaching and learning management and regulations / regulations / guidelines. In conclusion, factors that cause graduates to delay their education according to educational level / curriculum of the same level students at all educational levels, both doctoral degree and master's degree, which is the subject of the same thesis in every field. Which is caused by the process of making a thesis, each step takes a long time The process of preparing a thesis has a variety of complex steps that require the faculty to have management, management and planning of the process. The advisor in counseling and must have time to see the work and read the work to the students. Which will effectively affect the duration of graduation

Keyword : Affecting the Graduation , Graduate Students Mahasarakrm University

1. บทนำ

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยมีอยู่เป็นจำนวนมากทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ซึ่งทำให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ไม่สามารถหลีกเลี่ยงภาวะการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันได้ ส่งผลให้แต่ละสถาบันต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการศึกษา ทำความเข้าใจและเรียนรู้ถึงพฤติกรรมของนักศึกษา จากเดิมที่มีการมุ่งเน้นไปที่เนื้อหาของหลักสูตร เปลี่ยนมาเป็นการมุ่งเน้นไปที่ตัวของนักศึกษา รวมถึงคุณภาพทางการศึกษาเป็นสำคัญ การพยายามในการรักษากลุ่มผู้เรียนเดิมและการสร้างกลุ่มผู้เรียนใหม่ ทำให้ต้องมีการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการศึกษา เพื่อเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในกลุ่มนักศึกษาอย่างยั่งยืน ในแต่ละปีการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนมีจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ปริมาณข้อมูลนักศึกษาที่มีความจำเป็นต่อการจัดเก็บเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยขณะเดียวกันข้อมูลเหล่านั้นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างมากในช่วงเวลาที่กำลังศึกษาอยู่ แต่เมื่อสำเร็จการศึกษาหรือพ้นสภาพการเป็นนักศึกษาไปแล้วข้อมูลเหล่านั้นยังได้รับการเก็บรักษาเอาไว้เป็นอย่างดีแต่ยังไม่ได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างจริงจังเท่าที่ควรอีกทั้ง ในแต่ละสถาบันยังคงมีนักศึกษาจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจบการศึกษาตามหลักสูตรที่ทางสถาบันได้กำหนดไว้ โดยอาจเกิดจากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการพ้นสภาพการเป็นนักศึกษา อาทิ การเลือกเรียนในสาขาที่ไม่เหมาะสมกับตนเอง ผลการเรียนสะสมต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน พฤติกรรมในการเรียนของนักศึกษา กระบวนการบริหารจัดการของหลักสูตร เป็นต้น และหากสถาบันได้รับทราบถึงปัญหาหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้นักศึกษาไม่สามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามหลักสูตรแล้วนั้น ทางสถาบันยังสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปกำหนดหรือวางแผนในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา หลักสูตรของทางสถาบัน รวมถึงการให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษา การแนะแนวหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ต่อไป เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษา (เทิดศักดิ์ ไชยสมบัติ, 2559 : เว็บไซต์)

การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คือ การศึกษาสำหรับผู้สำเร็จการศึกษาดังแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ซึ่งมีฐานะเป็นบัณฑิต เรียกว่า บัณฑิตศึกษา หมายถึงการศึกษาของบัณฑิต ปริญญาบัณฑิต ปริญญาโท ปริญญามหาบัณฑิต ปริญญาเอก อยู่ในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ถึงการศึกษาระดับ ปริญญาเอก ว่า มหาบัณฑิตศึกษา อาจเป็นเพราะปริญญาเอกบางสาขา รับผู้จบ ปริญญาตรี ที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสะสม เกียรตินิยม เข้าศึกษา และอ้างอิงจาก พันธกิจของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) เป็นสถาบันที่จัดการศึกษาระดับ บัณฑิตศึกษาเปิดสอนหลักสูตรสำหรับผู้จบ ปริญญาตรี ขึ้นไป สอนจนถึงระดับ ปริญญาเอก และ ปริญญาบัณฑิต เหมือนกันกับอนุปริญญาโท ซึ่งสามารถนำเอารายวิชาเพื่อเทียบโอนสำหรับศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ปริญญามหาบัณฑิต ซึ่งเหมือนกับ อนุปริญญาเอก สามารถนำเอารายวิชาไปเทียบโอนในระดับปริญญาเอกได้เช่นเดียวกัน (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2560 : เว็บไซต์)

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ เป็นหน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามระเบียบมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2541 มีลักษณะของการดำเนินงานและรูปแบบการบริหารงานแบบนอกระบบราชการ เน้นความคล่องตัวมีประสิทธิภาพ และพึ่งตนเองมากที่สุดในการจัดการศึกษา โดยมีสภามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทำหน้าที่กำกับดูแลและควบคุมซึ่งเป็นไปตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง เกณฑ์มาตรฐานการศึกษาหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2557 และระเบียบมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ว่าด้วยการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา พ.ศ. 2557 ที่ระบุระยะเวลาการศึกษาระดับปริญญามหาบัณฑิต ทุกหลักสูตรโดยกำหนดโครงสร้างหลักสูตร แผนการศึกษา รายละเอียดเกี่ยวกับระยะเวลาการสำเร็จการศึกษา คือ หลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต กำหนดระยะเวลาในโครงสร้างหลักสูตร 2 ปี การศึกษา และไม่เกิน 5 ปีการศึกษา และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต กำหนดระยะเวลาในโครงสร้างหลักสูตร 3 ปี 6 เดือน และไม่เกิน 6 ปีการศึกษา ปัจจุบันคณะกรรมการบัญชีและการจัดการมีการจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา โดยแบ่งเป็นหลักสูตรมหาบัณฑิต จำนวน 4 หลักสูตร 7 สาขาวิชา และหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต จำนวน 3 หลักสูตร (คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ, 2561 : เว็บไซต์)

จากข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษาและพันสภาพการเป็นนิสิตของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระหว่างปี 2557-2559 (กองทะเบียนและประมวลผล, 2560 : เว็บไซต์) พบว่านิสิตระดับบัณฑิตศึกษาใช้เวลาในการศึกษาเกินกว่าแผนการจัดการเรียนการสอนของหลักสูตรทำให้เกิดความสูญเปล่าด้านบุคลากรที่จะไปประกอบอาชีพ การสูญเสียงบประมาณเพิ่มขึ้น สูญเสียรายได้จากการทำงานที่บุคคลสามารถออกไปประกอบอาชีพการสำเร็จการศึกษาล่าช้ายังส่งผลกระทบต่อตัวชี้วัดที่ 2.19 ร้อยละของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาที่จบตามกำหนดเวลา ซึ่งส่งผลกระทบเกณฑ์การประเมินของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบการตีพิมพ์และเผยแพร่ล่าช้า ทำให้งานวิจัยไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำให้ไม่สามารถรับเป็นที่ปรึกษาให้กับนิสิตอื่นได้หากนิสิตในที่ปรึกษายังไม่สำเร็จการศึกษา

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษา วิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษา เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการพัฒนางานบัณฑิตศึกษาของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และปรับปรุงการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพประกอบ 1

โมเดลของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา



วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่า การสำเร็จการศึกษาลำช้าของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษามาจากหลายปัจจัย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในงานวิจัย 5 ด้าน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านการจัดการเรียนการสอน ประกอบไปด้วย

1.1 หลักสูตร การจัดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษาได้กำหนดให้มีระเบียบว่าด้วยการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ต้องมีการศึกษาเพื่อสะสมหน่วยกิตการศึกษามีกำหนดระยะเวลาในการศึกษาตามที่กำหนดไว้ในแต่ละหลักสูตรของแต่ละสาขาวิชา ในระหว่างศึกษาอาจมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษา เช่น กฎระเบียบของมหาวิทยาลัย รวมถึงการเรียนการสอน หลักสูตร ความวิตกกังวล ความกลัวที่จะไม่มั่งคั่ง (สุทธาทิพย์ จรรยาอารีกุล, 2549)

1.2 คุณภาพการสอนและพฤติกรรมการสอนของอาจารย์

Carroll (2003) ให้ความหมายคุณภาพการสอนว่า หมายถึงการจัดเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนการสอนในลักษณะที่ช่วยให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูง กล่าวคือ นักเรียนมีความเข้าใจ จุดมุ่งหมาย และขั้นตอนในการทำงานอย่างดียิ่งว่าตนต้องการเรียนอย่างไร มีการจัดลำดับเนื้อหาและกิจกรรมการเรียนจากง่ายไปสู่ยากและจัดการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการและลักษณะของผู้เรียน

2. ปัจจัยด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์

2.1 แรงจูงใจในการทำวิทยานิพนธ์ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการเรียนและการทำงานของบุคคล เป็นอย่างมากหากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้รับแรงจูงใจระดับสูงจะทำให้เกิดการตั้งใจเรียนหรือตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถโดยไม่ย่อท้อ (ชัยนาถ นาคบุปผา, 2549) และจากการศึกษาพบว่า ได้มีผู้กล่าวถึงความหมายของแรงจูงใจไว้ดังนี้

ทฤษฎีความต้องการของแมคเคลแลนด์ (McClelland's Need Theory) แมคเคลแลนด์ได้จำแนกความต้องการของบุคคลไว้ 3 ประเภท คือ (เดชา ลุนาวงค์, 2546)

ประเภทที่ 1 ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Achievement Need) คือ ความต้องการความสำเร็จใน

สิ่งที่ตนมุ่งหวัง โดยที่บุคคลจะมีแรงจูงใจในการทำงานให้บรรลุความสำเร็จโดยที่เห็นว่างานนั้นไม่ยากลำบากเกินไปกว่าความสามารถที่บุคคลนั้นจะกระทำได้และมีแรงจูงใจในการแสวงหาความพึงพอใจจากความสำเร็จในงานนั้น ๆ ด้วย

ประเภทที่ 2 ความต้องการผูกพัน (Affiliation Need) คือความต้องการที่จะร่วมมือกันการมีความผูกพันในทางบวกต่อกันของกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ความอบอุ่นในมิตรภาพที่มีต่อกันและยังรวมถึงความรู้สึกต่าง ๆ ที่มีต่อบุคคลอื่นด้วย เช่น ความชอบพอ ความปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับนับถือ ตลอดจนความปรารถนาที่จะได้รับการยกย่องจากบุคคลอื่นเมื่อกระทำผิด เป็นต้น

ประเภทที่ 3 ความต้องการอำนาจ (Power Need) คือ ความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือกว่าบุคคลอื่น รวมถึงการที่บุคคลแสดงออกซึ่งความรู้สึกต่าง ๆ ต่อการมีอิทธิพลเหนือสถานการณ์เหล่านั้นด้วย เป็นต้นว่า การแสดงความพึงพอใจเมื่อได้รับชัยชนะ หรือการแสดงความโกรธเมื่อผิดหวัง นอกจากนี้ยังได้แก่ความต้องการในการใช้อิทธิพลในการปฏิบัติงาน เช่น การให้ข้อคิดเสนอแนะ การใช้อำนาจบังคับบัญชา การแสวงหาความเชื่อถือ และการใช้อิทธิพลในการลงโทษ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

สัมพันธภาพระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์กับนิสิต เป็นการสัมพันธภาพระหว่างบุคคล เป็นผลรวมของการปฏิบัติและความประพฤติระหว่างบุคคลซึ่งเกิดจากการที่บุคคลได้ร่วมกันทำกิจกรรมและมีส่วนร่วมในด้านการติดต่อสื่อความร่วมมือการเปลี่ยนแปลงการแก้ปัญหาและการจูงใจซึ่งกันและกัน (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2539 : 115-117) และจากการศึกษาพบว่าผู้ให้ความหมายของสัมพันธภาพระหว่างบุคคล ไว้ดังนี้

ทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล คือ พฤติกรรมและบุคลิกภาพของมนุษย์เป็นผลมาจากสัมพันธภาพระหว่างบุคคล บุคคลไม่สามารถแยกความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้เลยนับตั้งแต่เกิด มนุษย์นั้นเป็นผลผลิตของการมีความสัมพันธ์กันทางสังคม การเปลี่ยนแปลงสรีระวิทยา เป็นเครื่องบ่งชี้ความต้องการของบุคคลและบอกทิศทางของการเจริญเติบโต (สุชาติพิทย์ จรรยาอารีกุล, 2549 อ้างอิงมาจาก ฮอลล์ และลิเชย์, 2005 : 198)

3.1 ทฤษฎีสัมพันธภาพระหว่างบุคคล มีความเชื่อว่ามนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน 2 ประการ คือ ความต้องการพึงพอใจ เป็นความต้องการทางสรีระวิทยา เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความต้องการความมั่นคง เป็นความต้องการด้านจิตสังคม รวมถึงความสุขสบายใจ การมีความคิดและค่านิยมที่อยู่เ็นกรอบกับการยอมรับของสังคม สิ่งเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ขึ้นอยู่กับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล โดยที่บุคคลจะได้รับความอบอุ่นใจ เพราะมีเพื่อน

3.2 ความสำคัญของสัมพันธภาพระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์กับนักศึกษาสัมพันธภาพระหว่างนักศึกษากับอาจารย์นั้นเป็นการติดต่อสัมพันธ์การขอคำปรึกษาในส่วนของเนื้อหาวิชาการและปัญหาการเรียน ความผูกพันสนิทสนมระหว่างนักศึกษากับอาจารย์สอนเสริมอาจารย์ประจำชมรมและอาจารย์ประจำวิชา (ณรงค์ ที่ประชัย, 2557) นอกจากนี้ยังมีผลการศึกษาของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสำคัญของสัมพันธภาพระหว่างอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และนักศึกษาการทำวิทยานิพนธ์ถือเป็นประสบการณ์ครั้งแรกในการทำวิจัยของนิสิต (ทวีพร บุญวานิช, 2551) ซึ่งนิสิตนักศึกษาจะทำงานวิจัยโดยลำพังไม่ได้ ต้องได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในด้านเวลาในการให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถจำแนกความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์ของมหาบัณฑิตที่ใช้เวลาในการการศึกษาต่างกัน โดยทำให้โอกาสในการที่จะสำเร็จการศึกษาภายในสองปีการศึกษาเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากอาจารย์ที่ปรึกษามีเวลาในการให้คำปรึกษาแก่นิสิตอย่างเพียงพอ เมื่อเกิดปัญหาในการทำวิทยานิพนธ์นิสิตสามารถปรึกษาอาจารย์ได้ตลอดทำให้นิสิตสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

การให้คำปรึกษาของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้มนิสิตประสบความสำเร็จในการศึกษา นิสิตนักศึกษาควรได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับกระบวนการวิทยานิพนธ์ทุกขั้นตอน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์จะต้องเป็นผู้ให้คำแนะนำและตรวจสอบอย่างใกล้ชิด นักศึกษาจะต้องพบอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์บ่อยครั้ง จึงจะประสบความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์

4. ปัจจัยด้านระเบียบ/ข้อบังคับ/แนวปฏิบัติ

ระเบียบ/ข้อบังคับ/แนวปฏิบัติ เป็นตัวกำหนดแนวทางในศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นตัวกำหนดและแนวทางในการปฏิบัติสำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาทุกคนจะต้องศึกษา ทำความเข้าใจ และยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ดังนั้น นิสิตจะต้องทำความเข้าใจและศึกษาระเบียบข้อบังคับ เพื่อที่จะได้ปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2560)

5. ปัจจัยด้านที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน

สำหรับความสามารถทางการวิจัยของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาผู้วิจัยได้ศึกษาจากสมรรถภาพของนักวิจัยที่จำเป็นทางด้านความรู้ความสามารถที่ผู้ศึกษาไว้ (จิระศักดิ์ บุษราคัม, 2546: 29) ดังนี้

- 5.1 สามารถเลือกค้นหา และใช้ความรู้จากงานวิจัยที่ผ่านมาได้อย่างรวดเร็ว
- 5.2 มีความสามารถในการใช้กระบวนการทดลองที่เหมาะสมกับสภาพปัญหาและมีความสามารถในการใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์และตรรกวิทยาในการทดลอง
- 5.3 มีทักษะในการใช้เครื่องมือการทดลองที่เหมาะสม
- 5.4 มีทักษะในวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล รู้ว่าข้อมูลใดใช้สถิติแบบใด และสามารถเขียนและแปลกราฟได้เป็นอย่างดี
- 5.5 สามารถสรุปผลข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 5.6 มีทักษะในการทดสอบ วิพากษ์วิจารณ์ พยากรณ์ข้อมูล จัดระบบข้อมูลและรายงานผล

สมมุติฐานของการวิจัย : นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้สำเร็จการศึกษาล่าช้าโดยรวมแตกต่างกัน

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับกรวิจัยนั้น ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2557-2559 จำนวน 327 คน (กองทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2560 : เว็บไซต์) จำแนกตามหลักสูตรที่สำเร็จการศึกษา ได้แก่ ระดับบัณฑิตศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) จำนวน 79 คน มหาบัณฑิต (บช.ม.) จำนวน 132 คน เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) จำนวน 27 คน การจัดการมหาบัณฑิต (กจ.ม.) จำนวน 14 คน ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการบัญชี จำนวน 41 คน ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการจัดการ จำนวน 15 คน และปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาการจัดการการตลาด จำนวน 19 คน และดำเนินการจัดทำแบบสอบถามให้มีจำนวนเท่ากับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับผู้สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 327 ชุด โดยการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางอีเมล และ Facebook ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามที่ได้รับตอบกลับทั้งหมด 284 ชุด

ซึ่งมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 86.85 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย ร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 23 วัน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำช้าเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน (คู่มือนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา, 2556) ดังนี้ 1) ด้านการจัดการเรียนการสอน ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ 1) คณะมีการจัดนิสิตหลายสาขาให้เรียนร่วมกันส่งผลทำให้เกิดความแตกต่างด้านการรับรู้ 2) คณะไม่ได้จัดรายวิชาตามแผนที่แจ้งไว้ในเบื้องต้น 3) คณะจัดรายวิชาเรียนในแต่ละภาคการศึกษาเกินไป ทำให้ไม่มีเวลาในการศึกษาค้นคว้างานวิจัย 4) คณะไม่มีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมที่ช่วยในการสร้างเสริมประสบการณ์ และองค์ความรู้ใหม่เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ 5) รูปแบบการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ ขาดการเชื่อมโยงกับกระบวนการวิทยานิพนธ์ 6) สื่อเทคโนโลยีสารสนเทศขาดประสิทธิภาพในการสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมของนิสิต 2) ด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ 1. กระบวนการในการทำวิทยานิพนธ์แต่ละขั้นตอนใช้เวลานาน เช่น การเสนอหัวข้อ การตรวจแบบสอบถาม การขึ้นสอบ การแก้ไขหลังสอบ การตรวจรูปแบบความถูกต้องของเล่มวิทยานิพนธ์ 2. กระบวนการในการจัดทำวิทยานิพนธ์มีขั้นตอนที่หลากหลาย ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของคณะและมหาวิทยาลัย 3. มหาวิทยาลัยหรือคณะ มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการ และหลักเกณฑ์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์บ่อยครั้งส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ 4. กระบวนการในตีพิมพ์ผลงานวิจัยใช้เวลานาน 3) ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ 1. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไม่มีเวลาให้คำปรึกษาอย่างเพียงพอ 2. ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไม่ตรงกับสาขาหรืองานวิจัยที่ศึกษาส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ 3. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ขาดประสบการณ์ในการดูแลงานวิจัยให้กับนิสิต 4. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์มีกระบวนการตรวจงานและอ่านงานให้นิสิตล่าช้า 4) ด้านระเบียบ/ข้อบังคับ/แนวปฏิบัติ ซึ่งครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ 1. ขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติ สำหรับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มีมาตรฐานที่สูงเกินไปเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น 2. คณะ และมหาวิทยาลัย ยังขาดการประชาสัมพันธ์ขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติอย่างทั่วถึง และชัดเจน 3. ระเบียบ ข้อบังคับ แนวปฏิบัติ มีการปรับเปลี่ยนใหม่บ่อย กะทันหันจนบางครั้งนิสิตไม่สามารถที่จะปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง หรือบางทีก็เกิดความผิดพลาดในการดำเนินการ 4. แนวปฏิบัติที่มีความซับซ้อน ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนนาน 5) ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน ซึ่งครอบคลุมเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับ 1. นิสิตขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการอ่าน เขียน ติดต่อ สื่อสารหรือทำวิจัย 2. นิสิตขาดประสบการณ์ในการทำวิทยานิพนธ์ส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนานกว่าหากเทียบกับคนที่มีความรู้ 3. นิสิตไม่ปฏิบัติตามแผน ตามกระบวนการที่ทางคณะได้กำหนดไว้ให้ 4. นิสิตไม่รู้กระบวนการของการทำงานวิจัยที่ชัดเจน เพื่อให้งานวิจัยได้จบตามกระบวนการที่กำหนดไว้ 5. นิสิตไม่มีความรับผิดชอบ ไม่มีการวางแผน และไม่มีการบริหารเวลาที่ดีในการจัดทำวิทยานิพนธ์ 6. นิสิตขาดทักษะในการเขียนบทความวิจัย เพื่อตีพิมพ์ หรือนำเสนอผลงานวิจัย

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำช้า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.737-0.901 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำชาที่มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.762-0.958 สอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้เสนอ ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน F-test (ANOVA)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำชาของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา

คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวม

ปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำชา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการจัดการเรียนการสอน	3.91	0.69	มาก
2. ด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์	4.02	0.79	มาก
3. ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	3.99	0.98	มาก
4. ด้านระเบียบ/ข้อบังคับ/แนวปฏิบัติ	3.80	0.63	มาก
5. ด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน	3.93	0.51	มาก
โดยรวม	3.93	0.49	มาก

จากตาราง 1 พบว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำชา โดยรวมอยู่ในระดับ มากทุกด้าน โดยเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์ ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ($\bar{X} = 3.99$) และด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน ($\bar{X} = 3.93$) ตามลำดับ

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาลำชา

โดยรวม ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ที่มีระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาแตกต่างกัน (ANOVA)

	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	$p-value$
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6	3.893	0.649	2.712	0.014*
	ภายในกลุ่ม	277	66.277	0.239		
	รวม	283	70.170			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ที่มีระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้า โดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาล่าช้า โดยรวม ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่มีระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาแตกต่างกัน (ANOVA)

ระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษา		ปรด.บัญชี	ศ.ม.	ปรด.การ ตลาด	ปรด.การ จัดการ	บช.ม.	กจ.ม.	บธ.ม.
	$\bar{X}$	3.80	3.82	3.83	3.84	3.90	3.96	4.13
ปรด.บัญชี	3.80	-	0.857	0.814	0.853	0.256	0.355	0.001*
ศ.ม.	3.82		-	0.937	0.981	0.466	0.459	0.011*
ปรด.การ ตลาด	3.83			-	0.959	0.557	0.501	0.031*
ปรด.การจัดการ	3.84				-	0.628	0.544	0.048*
บช.ม.	3.90					-	0.730	0.003*
กจ.ม.	3.96						-	0.309
บธ.ม.	4.13							-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ที่มีระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีปัจจัยที่มีต่อผลการสำเร็จการศึกษาล่าช้า โดยรวม มากกว่า ระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปรด.) สาขาวิชาการบัญชี หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปรด.) สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปรด.) สาขาวิชาการจัดการ และหลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต (บช.ม.) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาสำเร็จการศึกษาล่าช้าตามตัวแปรระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาของนิสิตระดับปริญญาโท และปริญญาเอก เกี่ยวกับการจัดทำวิทยานิพนธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และตัวผู้เรียนเอง ซึ่งเป็นเรื่องของกระบวนการจัดทำวิทยานิพนธ์เหมือนกันทุกสาขาวิชา ซึ่งเกิดจากกระบวนการในการทำวิทยานิพนธ์แต่ละขั้นตอนใช้ระยะเวลานาน กระบวนการในการจัดทำวิทยานิพนธ์มีขั้นตอนที่หลากหลาย ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของคณะและมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหรือคณะ มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการ และหลักเกณฑ์ในการทำวิทยานิพนธ์บ่อยส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการในตีพิมพ์ผลงานวิจัยใช้ระยะเวลานาน ทำให้คณะต้องมีการบริหารจัดการและวางแผนในเรื่องของกระบวนการ อาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาและต้องมีเวลาในการดูงานและอ่านงานให้ทันสัปดาห์ และนิสิตมีงานประจำด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยรามคำแหง (2556 : บทคัดย่อ) พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในสาขาวิชาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จในการศึกษาระดับปริญญาตรีแตกต่างกัน เนื่องจากนักศึกษามีความคิดเห็นมากเป็นอันดับแรกคือ เอกสารตำรา

ความเหมาะสมที่จะเรียนด้วยตัวเอง รองลงมา คือได้อ่านตำรา/เอกสารด้วย ตนเองอย่างจริงจัง ได้ทบทวนแบบฝึกหัดด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ช่วงเวลาก่อนสอบมีเพียงพอให้เตรียมตัวล่วงหน้า มีความเข้าใจเนื้อหาตำราเรียน เพราะผู้สอนมีเทคนิคที่ดี ได้ติดตามบทเรียนตามตารางบรรยายอย่างสม่ำเสมอ ได้ค้นคว้าเนื้อหาในบทเรียนเพิ่มเติมจากห้องสมุด มีโอกาสเข้าฟัง บรรยายสรุปในห้องเรียนมากเพียงพอ เข้าใจเนื้อหาถ่องแท้จากการได้ซักถาม อาจารย์ผู้สอน มีโอกาสฟังบรรยายทางอินเทอร์เน็ตอย่างครบถ้วนและเพียงพอ และมีโอกาสฟังบรรยายสดทางดาวเทียมอย่างครบถ้วนและเพียงพอ และนักศึกษาที่มีวุฒิที่ใช้สมัครเรียนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จ ในการศึกษาในระดับปริญญาตรีแตกต่างกันซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.1.1 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในด้านกระบวนการจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างมาก เพราะในเรื่องกระบวนการ ขั้นตอน การเสนอหัวข้อยังทำให้เกิดเป็นกระบวนการที่ใช้ระยะเวลาที่ยาวนานสำหรับนิสิต ส่งผลต่อการสำเร็จของนักศึกษาทั้งระดับปริญญาเอกและปริญญาโท

5.1.2 ผู้บริหารคณะควรมุ่งเน้นในการแก้ไขปัญหาในเรื่องด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพราะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไม่มีเวลาให้คำปรึกษาอย่างเพียงพอ ความเชี่ยวชาญของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ไม่ตรงกับสาขาหรืองานวิจัยที่ศึกษาส่งผลให้เกิดปัญหาในการดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ ส่งผลต่อระยะเวลาของนักศึกษาในการดำเนินต่อไปในกระบวนการต่าง ๆ ทำให้เสียเวลาและมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการรักษาสุขภาพอยู่ตลอด

5.1.3 ผู้บริหารคณะและมหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการประชาสัมพันธ์ขั้นตอนระเบียบ ข้อบังคับ และแนวปฏิบัติอย่างทั่วถึง และความชัดเจนเพื่อที่นักศึกษาจะได้ยึดเป็นแนวทางและการปฏิบัติที่เหมือนกัน ซึ่งง่ายต่อการติดต่อและการใช้งานในรูปแบบของการเป็นนักศึกษาให้เกิดประโยชน์มากที่สุดและจะส่งผลต่อการเข้าใจในระบบมากยิ่งขึ้นต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการสำเร็จการศึกษาซ้ำของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา ของหน่วยงานหรือมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นต้น เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร

5.2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของการศึกษา ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยสังกัด ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการในการบริหารงานจัดการในหน่วยงานและกระบวนการให้บริการในกระบวนการทางการศึกษาทุกหน่วยงานรับผิดชอบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.3 ควรมีการเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indept – Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลการสัมภาษณ์มาประกอบการสรุปผลการวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่ทำให้นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาสำเร็จการศึกษาลำดับตามตัวแปรระดับการศึกษา/หลักสูตรที่ศึกษาของนิสิตระดับปริญญาโท และปริญญาเอก 3 ประเด็นหลัก ๆ เกี่ยวกับด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์ ด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และด้านปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน ซึ่งเป็นเรื่องของด้านการจัดทำวิทยานิพนธ์เหมือนกันทุกสาขาวิชา ซึ่งเกิดจากกระบวนการในการทำวิทยานิพนธ์แต่ละขั้นตอนใช้ระยะเวลานาน กระบวนการในการจัดทำวิทยานิพนธ์

มีขั้นตอนที่หลากหลาย ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของคณะและมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหรือคณะ มีการเปลี่ยนแปลง กระบวนการ และหลักเกณฑ์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์บ่งชี้ส่งผลให้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และจะส่งผลต่อกระบวนการในตีพิมพ์ผลงานวิจัยใช้ระยะเวลานาน ทำให้คณะต้องมีการบริหาร การจัดการและวางแผนในเรื่องของกระบวนการ ตัวอาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำปรึกษาและต้องใช้เวลาในการดูงาน และอ่านงานให้ทันสัปดาห์ ซึ่งจะส่งผลต่อระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

กองทะเบียนและประมวลผล มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2560). จำนวนผู้สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา.

ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561. <<http://regpr.msu.ac.th/th>>

คณะการบัญชีและการจัดการ . (2561). ประวัติความเป็นมาคณะการบัญชีและการจัดการ. ค้นเมื่อ

20 สิงหาคม 2561. <<http://www.mbs.msu.ac.th/th/index.php?sc=About/Academic>>

จิระศักดิ์ บุชราภรณ์. (2546). การศึกษาปัญหาการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ การศึกษา

มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. วิทยานิพนธ์ การศึกษา

มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ชัยนาถ นาคบุปผา. (2549). จิตลักษณะกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์. เชียงใหม่ :

ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ณรงค์ ที่ประชัย. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับความท้อแท้ในการศึกษาของ

นักศึกษาระดับปริญญาตรีในระบบการศึกษาทางไกล มหาวิทยาลัยเปิดของรัฐ. วิทยานิพนธ์

การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เดชา ลุนาวงศ์. (2546). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนิสิตปริญญาโทมหาวิทยาลัย

มหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทวีพร บุญวานิช. (2551). การประยุกต์โมเดลลือกิลเนียร์ในการวิเคราะห์สาเหตุเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาของมหาบัณฑิตทางสังคมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. บัณฑิตวิทยาลัย.

เทอดศักดิ์ ไชยสมปาน. (2559). ปัญหาการศึกษาไทยและแนวทางการแก้ไข. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561.

<<https://www.gotoknow.org/posts/409185>>

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2539). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2560). คู่มือการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2560). การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561.

<<http://www.nida.ac.th/th/> 2560>

สุรชาติ จรรยาอารีกุล. (2549). ปัญหาการเรียน ส่วนตัว สังคม ของนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิค สังกัดกรม

อาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร . บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

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

Carroll, J. B. (2003). *A model of school learning*. New York : Teachers College Record, 74, 185-189.

Nunnally, J. C. & I. H. Bernstein. (1978). *Psychometric theory*. New York : McGraw – Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ
และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย

The Relationship between Professional Accounting Competency Orientation
and Job Performance Efficiency of Accountant in Thailand

นภัทร จันทรจตุรภัทร*

Napat Janjaturapath*

Received : April 5, 2019 Revised : August 2, 2019 Accepted : August 7, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือนักบัญชีจำนวน 568 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ ได้แก่ 1) การตัดสินใจ 2) การวัดผลการดำเนินงาน 3) การจัดเตรียมรายงาน 4) ทักษะด้านการค้นคว้า และ 5) การใช้เทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักบัญชีควรใช้มุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพในการวางแผน ปรับปรุง เพื่อให้การปฏิบัติงานทำให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

* อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Lecture, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to investigate the relationship between professional accounting competency orientation and job performance efficiency of accountant in Thailand. The sample in this research was 568 accountants. The research was conducted by using questionnaires as a tool for collecting data. Statistics used for data analyses were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results indicated that professional accounting competence orientation in aspects 1) Decision modeling 2) Measurement of performance 3) Preparation of reporting 4) Research skill and 5) Use of technology have positive effect on job performance efficiency. Results from research indicate that the accountant should apply the professional accounting competence orientation to plan and improve performance effectiveness.

Keywords: Professional Accounting Competency Orientation, Job Performance Efficiency

1. บทนำ

ในปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันรุนแรงทางด้านเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ทำให้ประเทศต่าง ๆ รวมตัวกันเป็นสมาคมประชาชาติแห่งภาคตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asian Nations : ASEAN) การรวมตัวเป็นกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของกลุ่มประชาคมอาเซียน (AEC) ที่มีข้อตกลงยอมรับการให้ความร่วมมือในวิชาชีพโดยเฉพาะกรอบข้อตกลงว่าด้วยการให้บริการทางวิชาชีพบัญชีที่จะมีบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2558 ทำให้นักบัญชีจำเป็นต้องมีพัฒนาสมรรถนะของตนเองให้มีศักยภาพที่เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการแข่งขันกับนานาประเทศ และพร้อมที่จะก้าวสู่ AEC อย่างมีประสิทธิภาพ สาขาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลวิชาชีพบัญชีเป็นหนึ่งในสมาชิกของสมาพันธ์นักบัญชีโลก (IFAC : International of Federation of Accountants) พยายามที่จะพัฒนามาตรฐานวิชาชีพในประเทศไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล จึงได้มีการนำมาตรฐานการศึกษาทางการบัญชีสากล (International Education Standard, IES) ฉบับที่ 2 เรื่องสมรรถนะด้านวิชาชีพการบัญชี ที่ระบุว่านักบัญชีจะต้องมีความรู้ในวิชาชีพที่ครอบคลุมเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป ความรู้ทางธุรกิจ ความรู้ด้านสารสนเทศ และความรู้ทางด้านบัญชีโดยสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มศักยภาพและพัฒนาให้นักบัญชีให้มีความเป็นมืออาชีพทำให้มีความการปฏิบัติงานมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น (เพ็ญธิดา พงษ์ธานี, 2557)

บทบาทของนักบัญชีในยุคปัจจุบันต้องมีการปรับตัวและพัฒนาตนเองมากขึ้น เนื่องจากแข่งขันที่เกิดขึ้นทางด้านวิชาชีพระหว่างประเทศ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านการบัญชีที่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการทำงานมากขึ้นส่งผลกระทบต่อวิชาชีพบัญชี ทำให้ต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น นักบัญชีจะต้องมีการมุ่งเน้นการเพิ่มสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีเพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีถือว่าเป็นสิ่งจำเป็น เพราะเป็นการมุ่งเน้นนำเอาความรู้ ความสามารถทาง ด้านวิชาชีพมาประยุกต์ใช้ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐาน (เกรียงไกร บุญเลิศอุทัยและดนุชา คุณพนิชกิจ, 2555) การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ ผู้วิจัยได้จัดทำกรอบแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีตามมาตรฐานการศึกษาทางการบัญชีสากล ที่พัฒนาโดยสมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งสหรัฐอเมริกา (American Institute of Certified Public Accountants: AICPA) (Kaciuba, 2012) ประกอบด้วย 6 ด้าน

ได้แก่ 1) การตัดสินใจ 2) การวิเคราะห์ความเสี่ยง 3) การวัดผลการดำเนินงาน 4) การจัดเตรียมรายงาน 5) ทักษะด้านการค้นคว้า และ 6) การใช้เทคโนโลยี หากนักบัญชีมีการนำความรู้ความสามารถที่สั่งสมจากประสบการณ์และการฝึกฝนมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านการบัญชี จะทำให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความสามารถเหล่านี้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสมรรถนะด้านวิชาชีพที่สามารถช่วยให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (นันทนา ภูขมังและคณะ, 2560)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพเกิดจากการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในบริหารงานวางแผนและตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย ดังนั้นประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีเกิดจากสามารถปฏิบัติงานที่เป็นไปตามเป้าหมาย สามารถวัดประสิทธิภาพด้วยวิธีการที่จะทำให้ผลงานมีความถูกต้อง รวดเร็ว มีคุณภาพและมีข้อผิดพลาดน้อย (ฉัตรอมร แยมเจริญ, 2558) นักบัญชีที่มีสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีจะสามารถปฏิบัติงานด้วยความคล่องแคล่ว มีความพร้อม และปฏิบัติงานได้ตามแผนที่วางไว้ได้ทันเวลา มีคุณภาพ และสามารถใช้ทรัพยากรตามที่กำหนดไว้ ถือได้ว่าเป็นการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีสามารถวัดได้จากคุณภาพงาน ปริมาณงาน และความตรงต่อเวลาในการทำงาน (ประทีป วชิทองรัตน์, 2558)

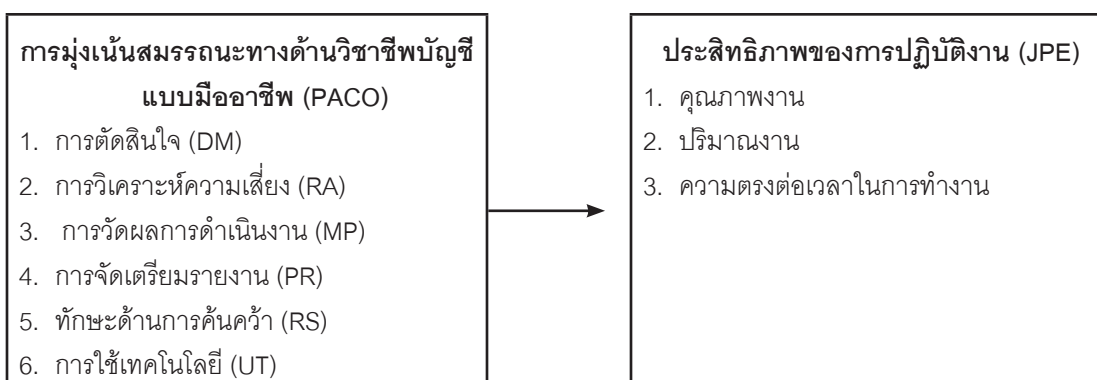
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย คำถามการวิจัยครั้งนี้คือ “การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทยมีความสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร” โดยจะทำการศึกษาจากนักบัญชีที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ในประเทศไทย โดยผลการวิจัยที่ได้จะนำไปใช้ในการพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะด้านวิชาชีพบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาสมรรถนะด้านวิชาชีพบัญชีให้เป็นมืออาชีพและทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

กรอบแนวคิดการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน



2.1 การมุ่งเน้นสมรรถนะด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ (Professional Accounting Competency Orientation : PACO) หมายถึง ความรู้ความสามารถของนักบัญชีในการปฏิบัติหน้าที่ได้ตามที่มาตรฐานกำหนด รวมทั้งมีความสามารถด้านการตัดสินใจ วิเคราะห์ความเสี่ยง วัดผลการดำเนินงาน การจัดเตรียมรายงาน ทักษะด้านการค้นคว้า และความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการปฏิบัติ (Kaciuba, 2012; สภาวิชาชีพบัญชี, 2558) ซึ่งประยุกต์ใช้จาก AICPA's Core Competency ของสถาบันผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งอเมริกาที่ระบุว่า สมรรถนะด้านวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีมืออาชีพ มีส่วนประกอบ 6 ด้าน ได้แก่

2.1.1 การตัดสินใจ (Decision Modeling) หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการกำหนดกลยุทธ์ และวิธีการในการตัดสินใจ โดยพิจารณาประเด็นต่าง ๆ หาสาเหตุ ระบุทางเลือกและเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมในทุกสถานการณ์

2.1.2 การวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk Analysis) หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการตรวจสอบ วิเคราะห์และระบุความเสี่ยง การบริหารความเสี่ยง รวมถึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับการตรวจสอบความเสี่ยงของธุรกิจ โดยมีการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินการ

2.1.3 การวัดผลการดำเนินงาน (Measurement of Performance) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของนักบัญชีเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงาน สามารถกำหนดวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการวัดมูลค่า และหลักเกณฑ์เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีจากการประยุกต์ใช้มาตรฐานการบัญชี

2.1.4 การจัดเตรียมรายงาน (Preparation of Reporting) หมายถึง ความสามารถในการจัดทำบัญชี และสรุปผลรายงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน สามารถนำรายงานไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน ตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม

2.1.5 ทักษะด้านการค้นคว้า (Research Skill) หมายถึง ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการรวบรวม ค้นหา วิเคราะห์ข้อมูล โดยมีความรู้และความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แปลผล เพื่อใช้ในการพัฒนาการทำงานอย่างต่อเนื่อง

2.1.6 การใช้เทคโนโลยี (Use of Technology) หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการใช้เทคโนโลยี ในการเสริมสร้างสมรรถนะการทำงาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2.2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Job Performance Efficiency) หมายถึง การที่บุคคลสามารถปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเองได้ สอดคล้องกับบทบาทองค์กรและบรรลุเป้าหมายของงานที่วางไว้ มิติของประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานมี 3 ด้าน คือ (ประทีป วชิทองรัตน์, 2558)

2.2.1 คุณภาพงาน (Quality of Work) หมายถึง การปฏิบัติงานด้วยความรู้ความเข้าใจทำให้งานนั้นมีความถูกต้อง ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และเป็นไปตามมาตรฐาน

2.2.2 ปริมาณงาน (Quantity of Work) หมายถึง การปฏิบัติงานที่ได้จำนวนปริมาณผลงานที่สามารถทำให้สำเร็จเปรียบเทียบกับปริมาณงานที่กำหนด หรือปริมาณงานที่ทำได้ตามมาตรฐานกำหนด

2.2.3 ความตรงต่อเวลาในการทำงาน (Timing of Work) หมายถึง การปฏิบัติงานด้วยความสม่ำเสมอ สามารถทำให้ได้ผลงานที่ตรงต่อเวลาและทันต่อเหตุการณ์

ประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีเป็นส่วนสำคัญที่เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงาน ซึ่งหน้าที่หลักในการปฏิบัติงานนั้นนักบัญชีจะต้องสามารถรายงานข้อมูลได้ถูกต้องตามความเป็นจริงและปฏิบัติงานด้วยความละเอียดรอบคอบ เพื่อให้ผลงานมีความถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ใช้ สามารถปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายเสร็จตามเวลาและจัดส่งงบการเงินได้ทันตามที่กำหนด และผลงานที่ได้มีคุณภาพน่าเชื่อถือ (เบญจวรรณ ตราภิธรกุล, 2552) นอกจากนี้ความรู้ความสามารถที่เกิดจากสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีจะช่วยให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์

ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่ใช้งานการเงิน (ธนาญ ภูววิทยากร, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของปริยากร ปริโยทัยและสุภัทธร ทวีจันทร์ (2560) พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นผลการปฏิบัติงานที่เกิดจากการทำงานที่ถูกต้อง รวดเร็ว มีความรับผิดชอบและเอาใจใส่ต่องาน ทำให้งานเสร็จตามกำหนดเวลาและสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ โดยใช้ทรัพยากรทั้งคนและอุปกรณ์ได้อย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร เช่นเดียวกับงานวิจัยของฉัตรอมร แยมเจริญ (2558) ระบุว่า การวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสามารถแสดงด้วยลักษณะของการใช้ทรัพยากร รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถเกิดผลงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วและมีคุณภาพ

สมมติฐานการวิจัย

H1 : การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

H2 : การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

H3: การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวัดผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

H4: การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการจัดเตรียมรายงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

H5 : การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านทักษะด้านการค้นคว้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

H6: การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีในประเทศไทย จำนวน 64,088 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561: เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีในประเทศไทย จำนวน 1,064 คน โดยเปิดตารางเพื่อกำหนดตัวอย่างตาม Krejcie and Morgan เมื่อประชากรมีขนาดใหญ่ที่สร้างขึ้นโดย ประสพชัย พสุนันท์ (2557) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามจำนวน 1,064 ชุด ได้รับการตอบกลับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วน จำนวน 568 คน คิดเป็นร้อยละ 53.38 ระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม 2561 ถึงมีนาคม 2561

3.2 การวัดคุณภาพลักษณะของตัวแปร

3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน จำนวน 24 ข้อ โดยวัดจากแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

1) ด้านการตัดสินใจ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการกำหนดกลยุทธ์และวิธีการในการตัดสินใจ การแก้ปัญหาและหาสาเหตุต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง และเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกันเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม รวมถึงสามารถกำหนดทางเลือกและแก้ไขปัญหาในงานที่รับผิดชอบได้เป็นอย่างดีในสถานการณ์ต่าง ๆ

2) ด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงขององค์กร การประยุกต์ใช้เทคนิคและนำกลยุทธ์การตรวจสอบมาใช้ในการจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสื่อสารถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความเสี่ยง พร้อมทั้งมีข้อเสนอแนะในการแก้ไข

3) ด้านการวัดผลการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการวัดมูลค่าและหลักเกณฑ์การเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการดำเนินงานที่เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีกำหนดวิธีการวัดมูลค่ามาใช้ในการวัดผลการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ

4) ด้านการจัดทำรายงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงความรู้พื้นฐานทางด้านการบัญชีในการจัดทำบัญชีและสรุปข้อมูลเพื่อนำมาจัดทำรายงานได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน เพื่อให้บุคคลอื่นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน ตัดสินใจได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

5) ด้านทักษะด้านการค้นหาข้อมูล จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการค้นหาข้อมูลและคิดวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ การนำข้อมูลหลังการวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานและนำไปแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพัฒนาการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6) ด้านการใช้เทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึงความรู้ในการใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และได้นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการทำงานด้านบัญชีอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เพื่อให้ได้ข้อมูลรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วน

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 9 ข้อ ดังนี้

1) ด้านคุณภาพของงาน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมถึงความสามารถใช้ดุลยพินิจและตัดสินใจในการปฏิบัติงานได้อย่างได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี ผลงานที่ได้มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ

2) ด้านปริมาณงาน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการวางแผนการปฏิบัติงานทางด้านการบัญชีเพื่อให้ได้งานตามวัตถุประสงค์ ระยะเวลา และเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นอย่างดี และสามารถวัดผลงานต่าง ๆ ได้ตามแผนงานที่กำหนดไว้ได้เป็นผลสำเร็จ

3) ด้านความตรงต่อเวลาในการทำงาน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมถึงการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและรวดเร็วทันต่อเวลา และจัดทำรายงานได้ตรงต่อเวลา ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจได้ทันต่อเวลา รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ เพื่อลดเวลาในการปฏิบัติงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือการวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่นและอำนาจจำแนกรายข้อ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาเนื้อหาตามข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.810 – 0.889 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.816 – 0.865 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้ระบุว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.572 - 0.792 และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.631 – 0.778 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้ระบุว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้นำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณมาใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$JPE = \beta_0 + \beta_1 DM + \beta_2 RA + \beta_3 MP + \beta_4 PR + \beta_5 RS + \beta_6 UT + \varepsilon$$

4. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.549-0.704 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ มีค่าระหว่าง 0.383-0.745 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 1.510 – 2.784 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่เกิด Multicollinearity (Black. 2006 : 585)

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีในประเทศไทย

ตัวแปร	JPE	DM	RA	MP	PR	RS	UT	VIFs
$\bar{X}$	4.01	3.81	3.70	3.78	3.82	3.79	4.19	
S.D.	0.56	0.55	0.65	0.67	0.65	0.64	0.65	
JPE		0.604*	0.549*	0.648*	0.702*	0.704*	0.590*	
DM			0.706*	0.605*	0.578*	0.642*	0.453*	2.428
RA				0.605*	0.565*	0.612*	0.383*	2.288
MP					0.745*	0.689*	0.433*	2.784
PR						0.678*	0.497*	2.671
RS							0.545*	2.661
UT								1.510

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีในประเทศไทย

การมุ่งเน้นสมรรถนะ ทางด้านวิชาชีพ แบบมืออาชีพ	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การ ถดถอย	ความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.655	0.113	5.789	0.000**
ด้านการตัดสินใจ (DM)	0.114	0.039	2.946	0.003**
ด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยง (RA)	0.015	0.034	0.449	0.654
ด้านการวัดผลการดำเนินงาน (MP)	0.081	0.036	2.280	0.023*
ด้านการจัดเตรียมรายงาน (PR)	0.243	0.036	6.724	0.000**
ด้านทักษะการค้นหาข้อมูล (RS)	0.217	0.037	5.939	0.000**
ด้านการใช้เทคโนโลยี (UT)	0.186	0.027	6.913	0.000**
F = 165.138 p = <0.0001 Adj R ² = 0.635				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 2 จากการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีในประเทศไทย พบว่า การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของนักบัญชีในประเทศไทย

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_1 = 0.114$, $p < 0.01$) เนื่องจากยุคปัจจุบันบทบาทของนักบัญชีได้เปลี่ยนแปลงไป นักบัญชีมีหน้าที่มากกว่าเป็นผู้จัดทำข้อมูลเพื่อออกรายงานทางการเงินเพียงอย่างเดียว นักบัญชียังต้องมีความเข้าใจปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรวมทั้งมุมมองทางธุรกิจ ทำให้นักบัญชีเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ วางแผนการปฏิบัติงาน วิเคราะห์และใช้ดุลยพินิจในการแก้ไขปัญหาในการทำงาน โดยใช้ความรู้ด้านการจัดการและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มาช่วยในการตัดสินใจให้ธุรกิจสามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่อง (มยุรี เกื้อสกุล และ วุฒิ วัชรโรคมประเสริฐ, 2558) การพัฒนาทักษะด้านการวางแผนกลยุทธ์ การให้คำปรึกษาด้านบัญชี การแก้ไขปัญหาทางการเงิน รวมทั้งการใช้ดุลยพินิจอย่างมีเหตุผล เป็นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณา จิตต์มั่นและกรณีการ ธรรมสรากร (2559) ระบุว่า ความสามารถในการใช้ทักษะทางปัญญาส่งผลเชิงบวกกับประสิทธิภาพการทำงานทั้งด้านผลการปฏิบัติงาน ด้านต้นทุนและด้านเวลา เนื่องจากการสะสมความรู้ช่วยให้นักบัญชีสามารถพิจารณา หาสาเหตุของปัญหา รวมทั้งการตัดสินใจ โดยใช้ดุลยพินิจที่ดีในการแก้ปัญหาสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ทำให้นักบัญชีได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร เช่น แนวทางการลดต้นทุน การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วนำไปสู่ประสิทธิภาพที่ดีในการปฏิบัติงาน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ปรียากร ปรีโยทัยและสุภัทธร ทวีจันทร์ (2560) พบว่า ทักษะทางวิชาชีพบัญชีมีความสัมพันธ์สูงกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน นักบัญชีจะต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเหมาะสม มีวิจรรณญาณอย่างรอบคอบ มีวิธีการตัดสินใจที่เกี่ยวกับงานที่ได้รับมอบหมายให้เกิดการปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้การพัฒนาศักยภาพของนักบัญชีให้มีความรู้ความสามารถที่เพิ่มขึ้นจะสามารถนำพาองค์กรไปสู่

เป้าหมายได้ต้องมีการพัฒนารูปแบบการเรียนรู้ข้ามสายงาน เรียนรู้เรื่องข้อมูลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นการพัฒนาด้านความรู้ใหม่และความเข้าใจอย่างถ่องแท้ ทำให้สามารถหาวิธีการนำความรู้ไปใช้ในการตัดสินใจ แก้ไขปัญหา ทำให้สามารถคิดอย่างมีเหตุผล ละเอียดรอบคอบ และสามารถให้เหตุผลในการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี จะช่วยให้สามารถระบุและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ ด้านตรงต่อเวลาในการทำงาน (ประทีป วชิทองรัตน์, 2558) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H1

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กับ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_2 = 0.015, p > 0.05$) เนื่องจากความเสี่ยงคือโอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย หรือการเกิดเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและมีผลกระทบทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตาม วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไปจะใช้ข้อมูลทางการบัญชีช่วยในการวิเคราะห์ ความเสี่ยง และจะต้องอาศัยข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยเสี่ยงเช่น สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับธุรกิจ การวิเคราะห์ความเสี่ยง ต้องใช้กระบวนการวิเคราะห์ที่มีหลายขั้นตอนและต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ รวมทั้งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการวิเคราะห์ จึงเป็นไปได้ว่าการวิเคราะห์ความเสี่ยงทำให้ได้ข้อมูลไม่ทันต่อเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมไพวรรณ หมีนแสน (2561) ที่ระบุว่า การวิเคราะห์ความเสี่ยงเป็นทักษะส่วนบุคคลที่ต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจที่ เกี่ยวกับกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยงโดยต้องสามารถระบุความเสี่ยง ประเมินความเสี่ยง และบริหารจัดการความเสี่ยง นอกจากนี้จะต้องมีความเข้าใจถึงลักษณะของธุรกิจ สภาพแวดล้อม รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้เกิดความเสี่ยง จึงจะสามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงได้และเกิดผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน เช่นเดียวกับงานวิจัยของมารีนิ กอราและ กุลวดี ลิ้มอุสินโน (2560) พบว่า การบริหารความเสี่ยงกับคุณภาพของรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมใน 5 จังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ด้านการกำหนดวัตถุประสงค์ ด้านการระบุความเสี่ยง ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านการติดตาม ประเมินผลและรายงานไม่มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นในการวิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจเป็นความรู้ ความสามารถเฉพาะด้านที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จึงจะสามารถวิเคราะห์ความเสี่ยงได้อย่างถูกต้อง และทันต่อเวลา ดังนั้น การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยงจึงไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐาน H2

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวัดผลการดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_3 = 0.081, p < 0.05$) เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องมีการจัดให้มีการทำบัญชี และนำเสนอรายงานการเงิน ดังนั้นนักบัญชีจะต้องเป็นผู้มีความรู้พื้นฐานทางด้านวิชาชีพบัญชี มีความรู้ความสามารถ ในการใช้มาตรฐานรายงานทางการเงินในการวัดมูลค่ารายการที่แสดงในรายงานทางการเงินมาใช้ได้อย่างถูกต้องจะ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี (วีรยุทธ สุขมากและกนกศักดิ์ สุขวัฒนสินธิ์, 2557) ธุรกิจอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับสมรรถนะของนักบัญชีว่าควรมีพัฒนาสมรรถนะด้านเทคนิคที่เป็นความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านวิชาชีพบัญชี วิธีการปฏิบัติทางการบัญชี การวัดมูลค่าในการจัดทำและนำเสนอรายงาน การเงิน ซึ่งสมรรถนะดังกล่าวจะทำให้เกิดประสิทธิภาพการทำงาน (นันทรัตน์ นามบุรี, 2556) สอดคล้องกับ กรรณิการ์ ลำลือ (2552) ระบุว่านักบัญชีควรมีทักษะวิชาชีพทางด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำบัญชีในด้านการ คำนวณต้นทุน ภาษี การเงิน มีความสามารถในการวัดมูลค่าของบัญชีทุกประเภทได้อย่างถูกต้อง มีความชำนาญ สามารถในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามเกณฑ์ นอกจากนี้ควรมีความชำนาญ ด้านตัวเลข และมาตรฐานการบัญชีสามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างถูกต้องจะทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งนักบัญชีจะต้องมีสมรรถนะหลักด้านวิชาการเชิงปฏิบัติและต้องเป็นผู้ที่สามารถวัดมูลค่าได้ อีกทั้งยังมีความสามารถในการจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้องและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล (พงศ์ศิริภพ ทองศิริวิสุรเกตุ, 2554) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H3

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการจัดเตรียมรายงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_4 = 0.243, p < 0.01$) บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของนักบัญชีคือเป็นผู้จัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินให้กับบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ ดังนั้นในการจัดทำจะต้องนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจ ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ นักบัญชีที่มีสมรรถนะทางด้านความรู้และทักษะด้านบัญชีจะทำให้สามารถจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี ซึ่งแสดงถึงปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (จิราภรณ์ ปะจันทะสี, 2559) เนื่องจากการจัดทำรายงานทางการเงินจำเป็นจะต้องนำมาตรฐานการบัญชีมาใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงิน ทำให้นักบัญชีจะต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานทางวิชาชีพ มีความพร้อมในการจัดเตรียมข้อมูลทางการเงินเพื่อใช้ในการจัดทำและนำเสนอรายงานทางการเงินให้เป็นรูปแบบสากล มีความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Vrentzou, 2016) สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติรัตน์ มีมากและคณะ (2559) พบว่านักบัญชีจะต้องสามารถจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และเชื่อถือได้ตามมาตรฐานรายงานทางการเงิน รวมทั้งสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายเสร็จทันเวลาที่กำหนดไว้ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ความรู้ความสามารถของนักบัญชีในการประกอบวิชาชีพและปฏิบัติงานเป็นอย่างดีด้วยความมุ่งมั่นและขยันหมั่นเพียรใช้ความรู้ตามมาตรฐานวิชาชีพส่งผลต่อคุณภาพรายงานงบการเงินให้มีความน่าเชื่อถือ รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งบการเงิน (ปภาวี สุขุมณีและฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์, 2551) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H4

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านทักษะการค้นหาข้อมูลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_5 = 0.217, p < 0.01$) นักบัญชีจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ต้องมีทักษะในการค้นคว้าหาความรู้ใหม่ ๆ ต้องสามารถวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน เนื่องจากหน้าที่ของนักบัญชีนอกเหนือจากการจัดทำบัญชีจะต้องมีการจัดทำข้อมูลร่วมกับหน่วยงานอื่น เช่น การจัดทำงบประมาณ การวางแผนงาน ทำให้ต้องมีทักษะด้านการค้นคว้าหาข้อมูล การวิเคราะห์และแปลผล หากมีพัฒนาความรู้ความสามารถด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง จะสามารถนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้ (Kaciuba, 2012) ความสามารถและคุณสมบัติที่สำคัญจำเป็นสำหรับวิชาชีพบัญชี ได้แก่ ความสามารถในการจัดการตัวเลขในงบการเงิน การวิเคราะห์ การรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดต่าง ๆ การใช้ทักษะทางคณิตศาสตร์ รวมถึงการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลทางบัญชีได้อย่างถูกต้องเหมาะสมเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ข้อมูล นอกจากนี้ นักบัญชีควรต้องมีการค้นคว้าแสวงหาความรู้ใหม่ ติดตามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับด้านธุรกิจและวิชาชีพที่เกี่ยวข้องปฏิบัติงานของวิชาชีพการบัญชี สอดคล้องกับวันวิสาห์ เดชภูมิ (2559) พบว่า ธุรกิจต่าง ๆ ต้องการนักบัญชีที่มีความรู้ทางด้านวิชาชีพอยู่ในระดับมาก นักบัญชีจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจ มีขีดความสามารถที่จะค้นคว้าหาคำตอบ(วิจัย) คิดเชิงเหตุผลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อสรุป รวมทั้งมีความสามารถในการคิดริเริ่ม เรียนรู้พัฒนาตนเองสามารถจัดการทรัพยากรที่มีจำกัดและทำงานให้เสร็จตามเวลาที่กำหนด เช่นเดียวกับงานวิจัยของศุภมิตร พินิจการ (2552) ที่ระบุว่า ผู้ทำบัญชีต้องมีทักษะ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประมาณค่า การรวบรวม บันทึกรวบรวม จำแนกและสรุปข้อมูลอันเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพื่อนำสรุปข้อมูลที่ได้ให้ฝ่ายบริหารนำไปใช้ในการบริหารงาน ดังนั้นนักบัญชีต้องใช้ทักษะในการรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและการนำข้อมูลมาพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา (บุญรยง นะเป้า, 2556 ; ฐิติรัตน์ มีมาก และ รัตกร บุญสวาท, 2558) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H5

การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ($\beta_6 = 0.186, p < 0.01$) เนื่องจากในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการจัดการข้อมูลเพิ่มมากขึ้น ทำให้นักบัญชีจะต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานเกิดความรวดเร็ว และข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องมากขึ้น นักบัญชีจะต้องมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการใช้เทคนิควิธีการและเทคโนโลยีต่าง ๆ อย่างเหมาะสมเพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีที่รวดเร็ว น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และทันต่อการใช้ประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้อง

(จักรอมร แยมเจริญ, 2558; Laksana, 1997) ซึ่งคุณลักษณะของนักบัญชีที่ดีควรมีความรู้พื้นฐานด้านการบัญชีเป็นอย่างดี สามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการจัดทำบัญชี และนำเสนอข้อมูลและสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ถูกต้องและทันต่อเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวิษฐา ชีวพัฒน์พันธุ์ (2558) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์สำหรับงานด้านบัญชี การหักภาษี ณ ที่จ่ายและภาษีมูลค่าเพิ่ม จากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปของนักบัญชีเป็นส่วนหนึ่งของงานประจำที่ต้องปฏิบัติงาน จึงจำเป็นต้องมีสมรรถนะที่อยู่ในระดับดี ทำให้นักบัญชีต้องมีความรู้ในด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตนเอง เช่นเดียวกับงานวิจัยของธนา ธรเจริญกุล (2561) พบว่า สมรรถนะทางด้านการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี เกิดจากพนักงานบัญชีในปัจจุบันมีความรู้ความสามารถด้านเนื้อหาวิชาที่บัญชีและมีทักษะในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงานทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการจัดทำบัญชีและนำเสนอข้อมูล โดยใช้ระบบโปรแกรมสำเร็จรูปมาช่วยจะทำให้ได้ข้อมูลทางบัญชีที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ รวมทั้งรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์และนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุเทน เลาน้ำทาและนิภาพร อบทอง, 2017) ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H6

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบความแตกต่างของธุรกิจ เพื่อจะได้ทราบถึงสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีว่ามีความแตกต่างกันด้านใด เพื่อให้นักบัญชีได้มีการปรับปรุงและพัฒนาสมรรถนะทางด้านวิชาชีพของตนเองให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นและนำไปสู่การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

5.1.2. ควรศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชี เช่น ประสบการณ์ทำงาน การเปลี่ยนแปลงมาตรฐานการบัญชี การพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ฯลฯ

5.1.3 ควรมีการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการเก็บและรวบรวมข้อมูลในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายในการนำไปใช้เป็นประโยชน์เพิ่มเติม

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1. ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี จากการวิจัยได้นำกรอบแนวคิดสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า ประเด็นแรก จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีที่นำมาใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่จะมีเพียง 3 มิติจากมาตรฐานการศึกษาทางการบัญชีสากล ฉบับที่ 2 ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้มีการนำ AICPA's Core Competency ของสถาบันผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งอเมริกาที่มีจำนวน 6 มิติ ที่ครอบคลุมมากขึ้น ประเด็นที่สอง ผลจากการวิจัยช่วยสนับสนุนและยืนยันว่าการนำกรอบแนวคิดการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพมาใช้จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้น

5.2.2. ประโยชน์เชิงปฏิบัติ นักบัญชีสามารถนำผลของการวิจัยการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพไปเป็นแนวทางในการเพิ่มสมรรถนะทางด้านวิชาชีพของตนเองให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้สามารถเข้าสู่แข่งขันตลาดแรงงานในต่างประเทศ นอกจากนี้องค์กรต่าง ๆ ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้นักบัญชีได้มีการเพิ่มสมรรถนะทางด้านวิชาชีพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในปฏิบัติงาน

6. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย พบว่า การมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการตัดสินใจ ด้านการวัดผลการดำเนินงาน ด้านการจัดเตรียมรายงาน ด้านทักษะการค้นหาข้อมูล และด้านการใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย สำหรับการมุ่งเน้นสมรรถนะทางด้านวิชาชีพบัญชีแบบมืออาชีพด้านการวิเคราะห์ความเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). สถิติของผู้ทำบัญชี ข้อมูลผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชีประจำเดือนสิงหาคม. ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2561, จาก https://www.dbd.go.th/download/article/article_20181214143921.pdf.
- กรรณิการ์ ลำลือ. (2552). คุณสมบัตินักบัญชีที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย และดนุชา คุณพนิกิจ. (2555). IES 2 ต่อการพัฒนาหลักสูตรปริญญาตรีทางการบัญชี. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 34(134) : 123-138.
- จิราภรณ์ ปะจันทะสี . (2559). ผลกระทบของสมรรถนะการสอบบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อประสิทธิภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีภาษีอากรในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จุไรรัตน์ ศรีสัตตัตน์และสมยศ อวเกียรติ. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุของนักบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เขตภาคกลาง. *วารสารมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(25) : 137-152.
- ฉัตรอมร แยมเจริญ. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ จรรยาบรรณวิชาชีพบัญชีและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี: กรณีศึกษา นักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 1(1) : 55-66.
- ฐิติรัตน์ มีมากและคณะ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณและทักษะทางวิชาชีพกับประสิทธิภาพการทำงาน of นักบัญชีในสำนักงานบัญชี จังหวัดนครราชสีมา. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7. วันที่ 23 มิถุนายน 2559. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 653-664.
- ฐิติรัตน์ มีมากและรติกร บุญสวาท. (2558). สภาพแวดล้อมในการทำงานและความรู้ความสามารถของนักบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพรายงานการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 21(1) : 127-140.
- ณฐา ธรเจริญกุล. (2561). สมรรถนะของพนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการทำงาน กรณีศึกษาสถานประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 24(1), 58-70.
- ธนาญ ภูววิทยากร. (2561). การทำงานเป็นทีมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(2) : 198-208.

- ณิษฐา ชิวพัฒน์พันธุ์. (2558). สมรรถนะของพนักงานบัญชีในโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีตามทัศนะของหัวหน้างานบัญชี. *วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 10(2) : 141-152.
- นันทนา ภูขมัง สุวรรณ หวังเจริญเดช และนิกร ยาสมร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของนักบัญชีสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ*, 9(4) : 147-156.
- นันทรัตน์ นามบุรี. (2556). การพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะของนักทำบัญชีของธุรกิจอุตสาหกรรมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 32 (4) : 15-30.
- บุญรวย นะเป่า. (2556). สมรรถนะตามหลักมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพในการทำงาน : กรณีศึกษา นักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 2(2) : 1-9.
- เบญจวรรณ ตรากิจธรรกุล. (2552). คุณภาพของสารสนเทศทางบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี. ปทุมธานี : คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปภาวี สุขมณีและฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2551). ความรู้ความสามารถของนักบัญชีที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์ : คณะเทคโนโลยีสังคม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ประทีป วุฒิจันทร์. (2558). ประสิทธิภาพการเรียนรู้ที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของผู้นำบัญชี ในเขตจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 20(1) : 85-94.
- ประสพชัย พูลพันธ์. (2557). การกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Krejcie and Morgan (1970) ในการวิจัยเชิงปริมาณ. *วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์*, 7(2) : 112-119.
- ปริยากร ปรีโยทัยและสุภัทธร ทวีจันทร์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย. *วารสารราชธานีนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์*, 1(2) : 8-20.
- พงศ์ศิริภาพ ทองดีวิสูตรเกตุ. (2555). สมรรถนะของนักบัญชี : มุมมองของผู้บริหารงานสายบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์. บัณฑิตมหาบัณฑิต. คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เพ็ญธิดา พงษ์ธานี. (2557). ผลของความรู้ ทักษะ คุณค่า จรรยาบรรณ และทัศนคติในวิชาชีพที่มีต่อสมรรถนะของผู้สอบบัญชีภาษีอากร. *สุทธิปริทัศน์*, 28(87) : 95-121.
- มยุรี เกื้อสกุลและ วุฒิ วัชรโถมประเสริฐ. (2558). คุณสมบัตินักบัญชีในสถานประกอบการตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่ผู้บริหรที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชีและนักบัญชีในสถานประกอบการต้องการ กรณีศึกษา : สถานประกอบการนิคมอุตสาหกรรมสมุทรสาคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 9(20) : 49-58.
- มารีนี กอราและกุลวดี ลิ้มอุสันโน. (2560). ผลกระทบของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีและการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 5 จังหวัดชายแดนใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4 (2) : 38-50.

- วันวิสาห์ เดชภูมิ. (2559). *ทักษะทางวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีที่ธุรกิจต้องการในเขตจังหวัดขอนแก่น*. การศึกษาอิสระปริญญาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วีรยุทธ สุขมากและกนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินทร์. (2557). ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). *RMUTT Global Business and Economics Review*, 9(1) : 78-93.
- ศุภมิตร พินิจการ. (2552). *ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพของนักบัญชีกรมสรรพสามิต*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สภาวิชาชีพในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (ฉบับปรับปรุง Volume 2015)*. ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2562, จาก <http://www.tfac.or.th/article/detail/66980>.
- สุพรรณษา จิตต์มั่นและกรรณิการ ธรรมสรากร. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพ ความผูกพันต่อองค์กร และประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, 11(1) : 288 – 296.
- อุเทน เลาน้ำทาและนิภาพร อบทอง. (2017). ความสามารถของระบบบัญชีคอมพิวเตอร์กับความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *WMS Journal of Management Walailak University*, 6(3) : 17-31.
- อัมไพวรรณ หมั่นแสน. (2561). ความเสี่ยงในการสอบบัญชี กรณีศึกษา ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ในจังหวัดเชียงใหม่. *ค้นคว้าอิสระ. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision-Making* (4thed). USA : John Wiley & Sons.
- Kaciuba, G. (2012). An instructional assignment for student engagement in auditing class: Student movies and the AICPA Core Competency Framework, *Journal of Accounting Education*, 30(2) : 248-266.
- Laksana, S. (2009). *Work Efficiency Development*. (6thed). Bangkok : Suan Sunandha, Rajabhat University.
- Nunnally, J. C.,& Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York : McGraw Hill.

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพารา ในประเทศไทย

Analysis of the linkage and economic impact of Rubber industry in Thailand

มะลิวัลย์ สารภาพ^{*} อุทิศ พงศ์จิรวัดนา² และเกสินี หมั่นไธสง³

Maliwan Sarapab^{*} Utis Bhongchirawattana² and Kesinee Muenthaisong³

Received : May 27, 2019 Revised : August 2, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมยางพาราที่มีผลต่อสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ รวมถึงเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพาราที่มีตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยใช้การวิเคราะห์ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต ตัวตัวชี้วัดทางด้านเศรษฐกิจ และโครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การศึกษาในครั้งนี้แบ่งกลุ่มสาขาการผลิตเป็น 180 สาขา ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และปี พ.ศ. 2553 โดยพิจารณาให้สาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ เป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมยางพารา ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปข้างหน้า พบว่า สาขาของอุตสาหกรรมยางพารากระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการซ่อมแซมยานพาหนะทุกชนิด และสาขาการผลิตยานยนต์ มากที่สุดตามลำดับ จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปข้างหลัง พบว่า สาขาของอุตสาหกรรมยางพาราใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการทำสวนยางพารา และสาขาการค้าส่ง มากที่สุดตามลำดับ ในส่วนของค่าตัวชี้วัดการรั่วไหลของรายได้จากการนำเข้าและภาษีทางอ้อม พบว่า สาขาของอุตสาหกรรมยางพาราทำให้รายได้ของประเทศลดลงน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของการรั่วไหลจากการนำเข้าและภาษีทางอ้อมของสาขาการผลิตอื่น ๆ และจากการวิเคราะห์โครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 มีค่าความเป็นศูนย์กลางเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 หมายความว่า มีการใช้ปัจจัยการผลิตและมีการกระจายผลผลิตระหว่างสาขาของอุตสาหกรรมยางพาราไปยังสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ เพิ่มขึ้นทุกสาขาเศรษฐกิจ สาขาที่มากที่สุดภายในสาขาของอุตสาหกรรมยางพารา ได้แก่ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ดังนั้น รัฐบาลควรให้การสนับสนุนและส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราอย่างถูกต้อง จะช่วยให้เกิดการขยายตัวของผลผลิตและรายได้ของสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามไปด้วย

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมยางพารา ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ตัวตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ

^{*} นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

^{*} Master Student, Master of Economics, MahaSarakhm Business School, MahaSarakhm University

^{2,3} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

Abstract

The objectives of this research were to analyze the linkage of how the rubber industry is affecting the economy and analyze the economic impact of the rubber industry by including the main economic factors, and by using input-output tables, economic multipliers, and analysis network degree centrality. The industry was divided into 180 sectors for the years 2000, 2005, and 2010 considering the rubber sector, rubber sheet and block rubber sector, tires and tubes sector, and other rubber products sector representing the rubber industry. According to the research, it was found that, based on the analysis of forward linkage, the rubber industry mostly distributes output to the rubber sheet and block rubber sector, repair of motor vehicles sector, and motor vehicle sector, respectively. Based on the backward linkage analysis, the rubber industry used the input factor most from rubber sheet and block rubber sector, rubber sector, and wholesale trade sector, respectively. In terms of the import leakage multiplier and the indirect tax leakage multiplier, it was discovered that the rubber industry made less income than the mean of the input leakage and indirect tax leakage of other sectors. Regarding the analysis network degree centrality, in 2010, the centrality increased from 2000, which meant the use of input factors and output distribution among rubber sectors and other economic sectors increased in every economic sector. The top sector of the rubber industry was the other rubber products sector. As a consequence of the results, the government should support and promote the development of the rubber sector correctly and improve it to increase the output and income similar to the other linkage sectors.

Keywords : Rubber Industry, Economic Linkage, Economic Multiplier

1. บทนำ

จากอดีตประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากร และถิ่นที่อยู่ เหมาะแก่ การทำการเกษตร ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศจะประกอบอาชีพทางการเกษตรหรืออาชีพที่เกี่ยวข้อง ในปัจจุบันจะเห็น ได้ว่าประเทศไทยได้มีการพัฒนาไปตามยุคตามสมัย จากประเทศเกษตรกรรมไปสู่ประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และ อุตสาหกรรมของประเทศไทยที่นับว่าสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจอย่างหนึ่ง นั่นก็คือ อุตสาหกรรมยางพารา

อุตสาหกรรมยางพารา เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่เป็นช่องทางในการนำเงินตราเข้าประเทศ ก่อให้เกิดความเจริญ เติบโตทางเศรษฐกิจ ยางพาราเป็นสินค้าเกษตรที่ส่งออกมากที่สุดอันดับที่ 2 ของประเทศไทยรองจากข้าว ในปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นประเทศที่สามารถผลิตยางพาราได้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก รองลงมาคือ ประเทศอินโดนีเซีย และ ประเทศมาเลเซีย และประเทศไทยยังสามารถส่งออกยางพาราได้มากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลกเช่นกัน ส่วนประเทศคู่แข่งที่ส่งออกยางพารารองลงมาจากไทย ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนาม (กระทรวงเกษตรและ สหกรณ์, 2561) จากข้อมูลของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรในเดือนมิถุนายนปี 2562 ประเทศไทยสามารถทำรายได้เข้า ประเทศจากการส่งออกยางพาราได้สูงถึง 11,627,519,766 บาท มีปริมาณการส่งออก 245,901,555 กิโลกรัม ตลาดส่งออกยางพาราที่สำคัญที่สุดของไทย ได้แก่ ประเทศจีน รายได้ในส่วนนี้นอกจากจะเป็นรายได้ที่เข้าประเทศและก่อให้เกิด ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแล้ว ยังช่วยกระจายสู่เกษตรกรชาวยางพาราอีกด้วย เนื่องจากการใช้ประโยชน์จากสินค้า ในอุตสาหกรรมการผลิตยางพารานั้น เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อหลายภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ และเป็นสินค้าที่สร้าง

รายได้มหาศาลระดับแสนล้านบาทต่อประเทศ รัฐบาลจึงได้พยายามใช้นโยบายต่าง ๆ เพื่อให้อุตสาหกรรมยางพาราของไทยมีความมั่นคง

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมยางพารานับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก และยังมีความเชื่อมโยงต่อสาขาการผลิตอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจอีกด้วย เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ หากมีการขยายตัวของอุตสาหกรรมยานยนต์เพิ่มขึ้น จะทำให้เกิดความต้องการใช้ปัจจัยการผลิตจากอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางพาราเพิ่มขึ้น แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาในส่วนของอุตสาหกรรมยานยนต์ก็เจริญเติบโตไม่มากเท่าที่ควร ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตยางพารา และเกษตรกรชาวสวนยางพารานั้น ได้รับผลกระทบตามไปด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพาราในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต ที่จัดทำขึ้นจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตเป็นการรวบรวมกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ โดยมีการแบ่งกลุ่มกิจกรรมเป็นหมวดหมู่ตามประเภทสาขาการผลิต ทำให้สามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมยางพาราที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการศึกษานี้จะวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและความเชื่อมโยงไปข้างหลัง เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการและความเชื่อมโยงของภาคอุตสาหกรรมยางพารามีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมยางพาราในอนาคต และวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผลผลิต รายได้ และส่วนรั่วไหลของรายได้ รวมไปถึงวิเคราะห์โครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพารา อันจะนำไปสู่ความเข้าใจและความสามารถในการวิเคราะห์ได้ครบถ้วนมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์ทั้งภาครัฐและเอกชนในการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อไป เพื่อสามารถนำไปสู่แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราไทยให้เกิดการสร้าง ความเชื่อมโยงกับตลาดโลกได้อย่างเหมาะสม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage) และความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage) ของอุตสาหกรรมยางพารา ที่มีผลต่อสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพารา ที่มีต่อด้านผลผลิต (Output) รายได้ (Income) และส่วนรั่วไหลของรายได้ (Income Leakage) โดยการคำนวณตัวทวีคูณทางเศรษฐกิจ (Multiplier)
3. เพื่อวิเคราะห์โครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย (Analysis Network Degree Centrality)

3. ขอบเขตของการวิจัย

อาศัยข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) ขนาด 180×180 กิจกรรมการผลิต ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และปี พ.ศ. 2553 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีทั้งหมด 700 สาขา โดยปี พ.ศ. 2553 เป็นปีล่าสุดที่มีการเผยแพร่ ซึ่งสาขาที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ได้แก่ สาขา 016 การทำสวนยางพารา สาขา 095 การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขา 096 การผลิตยางนอกและยางใน และสาขา 097 การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมจะพิจารณางานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตเป็นหลัก โดยแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ผลกระทบต่อสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้หลากหลาย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งระดับประเทศ ระดับภาค หรือระหว่างประเทศ ขึ้นอยู่กับขอบเขตในการศึกษาของผู้ศึกษาเป็นสำคัญ โดยการศึกษาของเสกพร คำมงคล (2559) ทำการวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายางพาราที่มีต่อสาขาการผลิตในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของยางพาราที่มีผลต่อสาขาการผลิตต่าง ๆ ภายในประเทศไทย ใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตขนาด 58×58 พบว่า เมื่อกำหนดให้ราคายางพาราลดลงร้อยละ 45 55 และ 65 จะทำให้มูลค่าราคาสาขากการผลิตต่าง ๆ ลดลง ผลกระทบทั้งหมดมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ สาขาการทำสวนยางพารา การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง การผลิตผลิตภัณฑ์หนัง กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาการผลิตได้ และการผลิตและซ่อมแซมยานยนต์ ในส่วนของผลกระทบทางตรงมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง การทำสวนยางพารา และการผลิตผลิตภัณฑ์หนัง และผลกระทบทางอ้อมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สาขาการทำสวนยางพารา การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง และการผลิตผลิตภัณฑ์หนัง

สุธิศา วิริยะกานนท์ (2557) ทำการวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบซึ่งเกิดจากการดำเนินนโยบายให้แรงงานมีค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน โดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศขนาด 16×16 พบว่า ผลการเชื่อมโยงด้านผลิตภัณฑ์มวลรวม สาขาการผลิตที่สำคัญมากที่สุด คือ สาขาการขนส่ง การขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคล และของใช้ในครัวเรือน ส่วนการเชื่อมโยงด้านการจ้างงาน สาขาการผลิตที่สำคัญมากที่สุด คือ สาขาลูกจ้างในครัวเรือน ส่วนบุคคล ด้านการเชื่อมโยงด้านการผลิต สาขาการผลิตที่สำคัญมากที่สุด คือ สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร ส่วนการเชื่อมโยงด้านผลิตภาพ สาขาการผลิตที่สำคัญมากที่สุด คือ สาขาตัวกลางทางการเงิน และการเชื่อมโยงด้านมูลค่าเพิ่ม สาขาการผลิตที่สำคัญมากที่สุด คือ สาขาด้านการศึกษา

วีรยา ถ้ำกลาง (2555) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือขนาด 16×16 พบว่า กิจกรรมการผลิตและบริการที่สามารถสร้างความเจริญเติบโตให้แก่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด การเกษตรกรรม อุตสาหกรรมอาหาร การบริการ เนื่องจากกิจกรรมทั้ง 3 เป็นกิจกรรมที่ภาคสามารถผลิตได้มาก อีกทั้งยังใช้ปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่ภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเอง ซึ่งก่อให้เกิดการเชื่อมโยงและเกื้อกูลกันระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและปลายน้ำภายในภาค นอกเหนือจากนั้นยังส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ภายในภาคของตนเองอีกด้วย

เอกนที สันติหมกุลเลิศ (2553) ทำการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการบริการด้านการท่องเที่ยวต่อความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างและนโยบายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของสาขาการท่องเที่ยวที่มีต่อสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ของประเทศ ด้วยการคำนวณค่าดัชนีความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจไปข้างหน้าและไปข้างหลัง และวิเคราะห์ผลกระทบของสาขาการท่องเที่ยวที่มีต่อผลผลิตการจ้างงาน และรายได้ของประเทศด้วยตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจ โดยใช้ข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศไทยขนาด 26×26 พบว่า สาขาการท่องเที่ยวมีการใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศจากสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์อาหารมากที่สุด และมีการกระจายผลผลิตภายในประเทศไปยังสาขาค้ามากที่สุด และการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของสาขาการท่องเที่ยว พบว่าเป็นสาขาที่มีความเชื่อมโยงของผลผลิตและการจ้างงานไปข้างหลังมากกว่าไปข้างหน้า แสดงว่าในการผลิตผลผลิตมีความต้องการใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ มากกว่าที่จะถูกนำผลผลิตของสาขาการท่องเที่ยวไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตให้กับสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ

ในส่วนของการงานวิจัยในต่างประเทศ การศึกษาของ Alessia Lo Turco, Daniela Maggioni, Alberto Zazzaro (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ การพึ่งพาทางการเงินและการเติบโต บทบาทของการเชื่อมโยงจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความเข้าใจเกี่ยวกับการเติบโตทางการเงิน ผลการศึกษาการพัฒนาทางการเงินผ่าน IO ในการพิจารณาการเติบโตของอุตสาหกรรมทั่วประเทศ หากการพัฒนาทางการเงินคาดว่าจะส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมที่มีความต้องการทางการเงินจากภายนอกเพิ่มมากขึ้นอย่างไม่เป็นสัดส่วน ยังสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงโดยความสัมพันธ์ของ IO กับอุตสาหกรรมที่พึ่งพาทางการเงินมากขึ้น และเพื่อสำรวจช่องทางใหม่ในตัวอย่างของประเทศต่าง ๆ ในขั้นตอนการพัฒนาที่แตกต่างกันในช่วงปี 2538 - 2550 พบว่า การพัฒนาทางการเงินนอกเหนือจากการลดการเติบโตของอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาเงินทุนภายนอกแล้วยังช่วยส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงอย่างมากกับอุตสาหกรรมต้นน้ำที่ขึ้นอยู่กับการเงินยิ่งไปกว่าการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม และ Wang Ki Jun, Min-Kyu Lee, Jae Young Choi (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของอุตสาหกรรมพอร์ตอัลจีเรียต่อเศรษฐกิจของเกาหลีโดยใช้การวิเคราะห์จากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต พบว่า การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมพอร์ตอัลจีเรียของค่าอุตสาหกรรมพอร์ตอัลจีเรียถูกกำหนดด้วยผลการเชื่อมโยงไปข้างหน้า ซึ่งหมายความว่าอุตสาหกรรมพอร์ตอัลจีเรียใช้เป็นสื่อกลางในอุตสาหกรรมอื่น ๆ นอกจากนี้ เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมท่าเรืออุตสาหกรรมท่าเรืออัลจีเรียมีผลกระทบอย่างมากต่อผลผลิตเพิ่มมูลค่าและการจ้างงาน

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การคำนวณการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ (linkage economic)

$$\text{ความเชื่อมโยงทางตรงไปข้างหลัง} \quad U_j = \frac{\sum_i^n X_{ij}}{X_j}, \quad \text{ความเชื่อมโยงทางตรงไปข้างหน้า} \quad U_i = \frac{\sum_j^n X_{ij}}{X_i}$$

โดยที่ U_j คือ ความเชื่อมโยงทางตรงไปข้างหลัง , X_j คือ ผลผลิตของสาขา j

U_i คือ ความเชื่อมโยงทางตรงไปข้างหน้า , X_i คือ ผลผลิตของสาขา i

$\sum_j X_j$ คือ ผลรวมของปัจจัยการผลิตชั้นกลางโดยตรงที่สาขาการผลิต j ใช้

$\sum_i X_i$ คือ ผลรวมของผลผลิตสาขา i ที่สาขาการผลิตอื่น ๆ นำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิต

n คือ จำนวนสาขาเศรษฐกิจทั้งหมดของระบบเศรษฐกิจ

$$\text{ดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหลัง} \quad \alpha_j = \frac{\sum_i b_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_j \sum_i b_{ij}} \quad (i = j = 1, 2, \dots, n)$$

$$\text{ดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหน้า} \quad \beta_i = \frac{\sum_j b_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_i \sum_j b_{ij}} \quad (i = j = 1, 2, \dots, n)$$

โดยที่ A คือ เมทริกซ์สัมประสิทธิ์ปัจจัยการผลิตชั้นกลาง , n คือ จำนวนสาขาการผลิตทั้งหมดในทริกซ์ผกผัน

α_j คือ ดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหลัง , β_i คือ ดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหน้า

$\sum_i b_i$ คือ ผลรวมด้านแนวตั้งของเมทริกซ์ผกผัน , $\sum_j b_j$ คือ ผลรวมด้านแนวนอนของเมทริกซ์ผกผัน

$\sum_j \sum_i b_{ij}$ คือ รวมผลรวมด้านแนวนอนของเมทริกซ์ผกผัน , i คือ เมทริกซ์ไเดนติตี้

$\sum_i \sum_j b_{ij}$ คือ รวมผลรวมด้านแนวตั้งของเมทริกซ์ผกผัน

2. การคำนวณการวิเคราะห์ตัวคูณทางเศรษฐกิจ (Multiplier Analysis)

2.1 ตัวคูณคูณผลผลิต (Output Multiplier)

ตัวคูณคูณผลผลิตคำนวณได้จาก $Q = (I-A)^{-1} F = BF$

โดยที่ Q คือ เวกเตอร์ของมูลค่าผลผลิตในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ

F คือ เวกเตอร์ของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ

$(I-A)^{-1}$ คือ ตัวคูณคูณผลผลิต ซึ่งเป็นเมทริกซ์ผกผันที่มีขนาด $N \times N$ เมทริกซ์

2.2 ตัวคูณคูณรายได้ (Income Multiplier)

ตัวคูณคูณรายได้คำนวณได้จาก $Y = (I-A)^{-1} F = KF$

โดยที่ Y คือ เวกเตอร์ของรายได้ของปัจจัยการผลิตแต่ละประเภท

$\hat{Y}$ คือ เมทริกซ์แยงมุมของสัมประสิทธิ์ของรายได้แต่ละประเภท

δ_j คือ สัมประสิทธิ์ของรายได้แต่ละประเภทของสาขาเศรษฐกิจที่ j

$\delta_j = \frac{\text{สัดส่วนรายได้ของปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทในสาขาเศรษฐกิจที่ } j}{\text{มูลค่าการผลิตทั้งหมดของแต่ละสาขาเศรษฐกิจที่ } j}$

F คือ เวกเตอร์ของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ

$(I-A)^{-1}$ คือ ตัวคูณคูณรายได้ ซึ่งเป็นเมทริกซ์ผกผันที่มีขนาด NN เมทริกซ์

2.3 ตัวคูณคูณการรั่วไหลของรายได้ (Income Leakage Multiplier) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ตัวคูณคูณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้าคำนวณได้จาก $M = \hat{M} (I-A)^{-1} F$

โดยที่ M คือ เวกเตอร์ของมูลค่าการนำเข้า

$\hat{M}$ คือ เมทริกซ์แยงมุมของสัมประสิทธิ์ของมูลค่าการนำเข้า

M_j คือ สัมประสิทธิ์ของมูลค่าการนำเข้าของสาขาเศรษฐกิจที่ j

$M_j = \frac{\text{สัดส่วนของมูลค่าการนำเข้าในแต่ละสาขาเศรษฐกิจที่ } j}{\text{มูลค่าผลผลิตทั้งหมดของแต่ละสาขาเศรษฐกิจที่ } j}$

F คือ เวกเตอร์ของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ

$\hat{M}(I-A)^{-1}$ คือ ตัวคูณคูณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้า เป็นเมทริกซ์ผกผันที่มีขนาด $N \times N$

2) ตัวคูณคูณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อมคำนวณได้จาก $T = \hat{T}(I-A)^{-1} F$

โดยที่ T คือ เวกเตอร์ของมูลค่าภาษีทางอ้อม

$\hat{T}$ คือ เมทริกซ์แยงมุมของสัมประสิทธิ์ของมูลค่าภาษีทางอ้อม

T_j คือ สัมประสิทธิ์ของมูลค่าภาษีทางอ้อมของสาขาเศรษฐกิจที่ j

$$T_j = \frac{\text{สัดส่วนของมูลค่าภาษีทางอ้อมในแต่ละสาขาเศรษฐกิจที่ } j}{\text{มูลค่าผลผลิตทั้งหมดของแต่ละสาขาเศรษฐกิจที่ } j}$$

F คือ เวกเตอร์ของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ

$\hat{T}(I-A)^{-1}$ คือ ตัววัดคุณการ่วัไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อม เป็นเมทริกซ์ผกผันที่มีขนาด $N \times N$

3. การคำนวณการวิเคราะห์โครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

ในการศึกษาค้างนี้อาศัยข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-Output Table) ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และปี พ.ศ. 2553 ในการวิเคราะห์โครงข่าย และใช้ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่าง 2 สาขาใด ๆ ในการวิเคราะห์โครงข่ายเศรษฐกิจ เพื่อคำนวณค่าความเป็นศูนย์กลาง (centrality) ซึ่งเป็นการศึกษาความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยง (linkage) ต่าง ๆ ของการเดินทางและขนส่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในสาขาต่าง ๆ ซึ่งการวัดค่าความเป็นศูนย์กลางที่ใช้ ได้แก่ ตัวชี้วัด Degree Centrality (สฤณีดี ดิยะวงศ์สุวรรณ, 2556)

$$\text{สมการ คือ } d(i) = \sum_j m_{ij}$$

โดยที่ $m_{ij} = 1$ ถ้ามีเชื่อมต่อระหว่างกัน

$m_{ij} = 0$ ถ้าไม่มีเชื่อมต่อระหว่างกัน

6. ผลการวิจัย

6.1 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิต

ตาราง 1 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิตของสาขาการทาสวนยางพาราที่มากที่สุด 3 อันดับแรก

ลำดับ	รหัส I-O	สาขา	ปี 2543	ปี 2548	ปี 2553
การใช้ปัจจัยการผลิต					
1	085	การผลิตและยาปราบศัตรูพืช	0.29	2.92	4.05
2	145	การค้าส่ง	1.88	1.64	2.26
3	016	การทาสวนยางพารา	-	-	5.30
การกระจายผลผลิต					
1	095	การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	85.78	54.55	37.86
2	016	การทาสวนยางพารา	-	-	5.30
3	097	การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	2.84	0.71	1.53

จากตาราง 1 พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 สาขาการทาสวนยางพาราส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศของภาคการผลิตในกลุ่มสาขาการผลิตและยาปราบศัตรูพืชมากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 0.29 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.92 และ 4.05 ในปี พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 ตามลำดับ รองลงมาคือสาขาการค้าส่งมีสัดส่วนร้อยละ 1.88 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาลดลงเหลือร้อยละ 1.64 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 2.26 ในปี พ.ศ. 2553 และลำดับที่สามคือการทาสวนยางพารามีสัดส่วนร้อยละ 5.30 ในปี พ.ศ. 2553

และสัดส่วนการกระจายของผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการกระจายผลผลิตภายในประเทศไปยังสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 85.78 เหลือร้อยละ 54.55 และ 37.86 ในปี พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 ตามลำดับ รองลงมาคือ การกระจายผลผลิตไปยังสาขาการทำสวนยางพารา มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตในปี พ.ศ. 2553 สัดส่วนร้อยละ 5.30 และลำดับที่สามคือ การกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 2.84 เป็นร้อยละ 0.71 ในปี พ.ศ. 2548 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2553 สัดส่วนร้อยละ 1.53

ตาราง 2 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิตของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งที่มากที่สุด 3 อันดับแรก

ลำดับ	รหัส I-O	สาขา	ปี 2543	ปี 2548	ปี 2553
การใช้ปัจจัยการผลิต					
1	016	การทำสวนยางพารามาก	61.75	64.94	54.10
2	145	การค้าส่ง	4.29	6.17	5.46
3	135	การไฟฟ้า	0.92	1.06	1.24
การกระจายผลผลิต					
1	096	การผลิตยางนอกและยางใน	10.86	8.14	10.41
2	097	การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	9.60	4.44	2.12
3	180	กิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาการผลิตได้	8.78	-	2.48

จากตารางที่ 2 พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง ส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศของภาคการผลิตในกลุ่มสาขาการทำสวนยางพารามากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 61.75 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 64.94 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 54.10 ในปี พ.ศ. 2553 รองลงมาคือสาขาการค้าส่งมีสัดส่วนร้อยละ 4.29 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 6.17 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 5.46 ในปี พ.ศ. 2553 และลำดับที่สามคือการไฟฟ้ามีสัดส่วนร้อยละ 0.92 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 1.06 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอีกเป็นร้อยละ 1.24 ในปี พ.ศ. 2553 และสัดส่วนการกระจายของผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการกระจายผลผลิตภายในประเทศไปยังสาขาการผลิตยางนอกและยางใน มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 10.86 เหลือร้อยละ 8.14 ในปี พ.ศ. 2548 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2553 สัดส่วนร้อยละ 10.41 รองลงมาคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 9.60 เหลือร้อยละ 4.44 และ 2.12 ในปี พ.ศ. 2548 และ 2553 ตามลำดับ และลำดับที่สามคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขากิจกรรมที่ไม่สามารถจำแนกสาขาการผลิตได้ มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 8.78 เป็นร้อยละ 2.48 ในปี พ.ศ. 2553

ตาราง 3 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโครงสร้างการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิตของสาขาการผลิตยางนอกและยางในที่มากที่สุด 3 อันดับแรก

ลำดับ	รหัส I-O	สาขา	ปี 2543	ปี 2548	ปี 2553
การใช้ปัจจัยการผลิต					
1	095	การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	15.12	15.66	21.37
2	145	การค้าส่ง	9.32	4.13	5.08
3	135	การไฟฟ้า	4.11	5.02	3.47
การกระจายผลผลิต					
1	151	การขนส่งสินค้าทางบก	21.19	10.15	12.51
2	127	การซ่อมแซมยานพาหนะทุกชนิด	22.03	9.76	9.80
3	125	การผลิตยานยนต์	9.44	12.10	12.85

จากตารางที่ 3 พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 สาขาการผลิตยางนอกและยางในส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยการผลิตภายในประเทศของภาคการผลิตในกลุ่มสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 15.12 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 15.66 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอีกเป็นร้อยละ 21.37 ในปี พ.ศ. 2553 รองลงมาคือสาขาการค้าส่งมีสัดส่วนร้อยละ 9.32 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 4.13 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.08 ในปี พ.ศ. 2553 และลำดับที่สามคือการไฟฟ้ามีสัดส่วนร้อยละ 4.11 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.02 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 3.47 ในปี พ.ศ. 2553 และสัดส่วนการกระจายของผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการกระจายผลผลิตภายในประเทศไปยังสาขาการขนส่งสินค้าทางบก มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 21.19 เหลือร้อยละ 10.15 ในปี พ.ศ. 2548 และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12.51 ในปี พ.ศ. 2553 รองลงมาคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการซ่อมแซมยานพาหนะทุกชนิด มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 22.03 เป็นร้อยละ 9.76 และ 9.80 ในปี พ.ศ. 2548 และ 2553 ตามลำดับ และลำดับที่สามคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยานยนต์ มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 9.44 เป็นร้อยละ 12.10 และ 12.85 ในปี พ.ศ. 2548 และ 2553 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของโครงสร้างการใช้จ่ายการผลิตและการกระจายผลผลิตของสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ที่มากที่สุด 3 อันดับแรก

ลำดับ	รหัส I-O	สาขา	ปี 2543	ปี 2548	ปี 2553
การใช้จ่ายการผลิต					
1	095	การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	18.80	16.37	11.32
2	016	การทำสวนยางพารา	4.00	3.12	11.65
3	145	การค้าส่ง	7.36	4.80	5.72
การกระจายผลผลิต					
1	077	การผลิตรองเท้า ยกเว้นรองเท้ายาง	8.51	2.33	1.42
2	116	การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานและครัวเรือน	2.44	-	3.35
3	125	การผลิตยานยนต์	0.96	2.52	2.10

จากตารางที่ 4 พบว่า ในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 สาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ส่วนใหญ่ใช้จ่ายการผลิตภายในประเทศของภาคการผลิตในกลุ่มสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมากที่สุด ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 18.80 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 16.37 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนลดลงอีกเหลือร้อยละ 11.32 ในปี พ.ศ. 2553 รองลงมาคือสาขาการทำสวนยางพารามีสัดส่วนร้อยละ 4.00 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 3.12 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 11.65 ในปี พ.ศ. 2553 และลำดับที่สามคือการค้าส่งมีสัดส่วนร้อยละ 7.36 ในปี พ.ศ. 2543 ต่อมาสัดส่วนลดลงเหลือร้อยละ 4.80 ในปี พ.ศ. 2548 และมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.72 ในปี พ.ศ. 2553 และสัดส่วนการกระจายของผลผลิตส่วนใหญ่เป็นการกระจายผลผลิตภายในประเทศไปยังสาขาการผลิตรองเท้า ยกเว้นรองเท้ายาง มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่ลดลงจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 8.51 เหลือร้อยละ 2.33 และ 1.42 ในปี พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 ตามลำดับ รองลงมาคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในสำนักงานและในครัวเรือน มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 2.44 เป็นร้อยละ 3.35 ในปี พ.ศ. 2553 และลำดับที่สามคือการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยานยนต์ มีสัดส่วนการกระจายของผลผลิตที่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 ร้อยละ 0.96 เป็นร้อยละ 2.52 ในปี พ.ศ. 2548 และลดลงเหลือร้อยละ 2.10 ในปี พ.ศ. 2553

ตาราง 5 ความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

สาขา	ปี 2543		ปี 2548		ปี 2553	
	ไปข้างหลัง	ไปข้างหน้า	ไปข้างหลัง	ไปข้างหน้า	ไปข้างหลัง	ไปข้างหน้า
การทำสวนยางพารา	0.6862	1.2969	0.6983	1.2676	0.7174	1.2907
การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	1.1285	1.0604	1.1736	0.9438	1.0897	0.9814
การผลิตยางนอกและยางใน	1.0495	0.9077	1.0595	0.7820	1.0924	0.8086
การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	1.0952	0.7223	1.0844	0.6878	1.0982	0.6771

จากตาราง 5 พบว่า สาขาการทำสวนยางพารามีค่าดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหลังที่ต่ำกว่า 1 หมายความว่า เมื่ออุปสงค์ของทุกสาขาเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น สาขาการทำสวนยางพาราจะมีความต้องการผลผลิตจากสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของทุกสาขาเศรษฐกิจ แสดงว่า สาขาการทำสวนยางพาราเป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหลังต่ำ ในส่วนของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครป และยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหลังที่สูงกว่า 1 หมายความว่า เมื่ออุปสงค์ของทุกสาขาเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ทั้ง 3 สาขาดังกล่าวจะมีความต้องการผลผลิตจากสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อมาใช้เป็นปัจจัยการผลิตที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของทุกสาขาเศรษฐกิจ แสดงว่า สาขาเศรษฐกิจทั้ง 3 สาขา เป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหลังสูง และสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหน้ามีค่าต่ำกว่า 1 หมายความว่า เมื่ออุปสงค์ของทุกสาขาเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ทั้ง 3 สาขาดังกล่าวกลับไม่มีการเพิ่มผลผลิตของตนให้สูงกว่าค่าเฉลี่ย ทำให้สาขาเศรษฐกิจอื่นไม่สามารถนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตได้ แสดงว่าทั้ง 3 สาขาดังกล่าวเป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหน้าต่ำ ในส่วนของสาขาการทำสวนยางพารามีค่าดัชนีความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหน้ามีค่าสูงกว่า 1 หมายความว่า เมื่ออุปสงค์ของทุกสาขาเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น สาขาการทำสวนยางพารามีการเพิ่มผลผลิตของตนให้สูงกว่าค่าเฉลี่ย เพื่อให้สาขาเศรษฐกิจอื่นได้นำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิต แสดงว่าสาขาการทำสวนยางพาราเป็นสาขาเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงโดยรวมไปข้างหน้าสูง

6.2 ตัวทวีคูณทางเศรษฐกิจ (Economic multipliers)

ตาราง 6 ตัวทวีคูณผลผลิต (Output multipliers) ของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

สาขา	ปี 2543		ปี 2548		ปี 2553	
	ผลที่ได้	ลำดับ	ผลที่ได้	ลำดับ	ผลที่ได้	ลำดับ
การทำสวนยางพารา	1.1193	177	1.1582	176	1.2551	177
การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	1.8406	46	1.9465	33	1.9064	57
การผลิตยางนอกและยางใน	1.7118	66	1.7573	61	1.9111	56
การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	1.7863	53	1.7987	53	1.9211	54

จากตาราง 6 พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 ตัวทวีคูณผลผลิตของสาขาการทำสวนยางพาราอยู่ในอันดับที่ 177 ของสาขาการผลิตทั้งหมด 180 สาขา การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายของสาขาการทำสวนยางพารา 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเท่ากับ 1.2551 บาท ตัวทวีคูณผลผลิตของสาขาการทำสวนยางพารามีค่าสูงขึ้น อธิบายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเพิ่มขึ้น ตัวทวีคูณผลผลิตของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งอยู่ในอันดับที่ 57 ของสาขาการผลิตทั้งหมด 180 สาขา การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเท่ากับ 1.9064 บาท ตัวทวีคูณผลผลิตของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมีค่าลดลง อธิบายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตลดลง ตัวทวีคูณผลผลิตของสาขาการผลิตยางนอกและยางในอยู่ในอันดับที่ 56 ของสาขาการผลิตทั้งหมด 180 สาขา การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายของสาขาการผลิตยางนอกและยางใน 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิต

เท่ากับ 1.9111 บาท ตัวทวิคูณผลผลิตของสาขาการผลิตยางนอกและยางในมีค่าสูงขึ้น อธิบายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเพิ่มขึ้น และตัวทวิคูณผลผลิตของสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ อยู่ในอันดับที่ 54 ของสาขาการผลิตทั้งหมด 180 สาขา การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายของสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเท่ากับ 1.9211 บาท ตัวทวิคูณผลผลิตของสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าสูงขึ้น อธิบายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเพิ่มขึ้น

ตาราง 7 ตัวทวิคูณรายได้ (Income multiplier) ของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

สาขา	ปี 2543		ปี 2548		ปี 2553	
	กลุ่ม แรงงาน	ไม่ใช่ แรงงาน	กลุ่ม แรงงาน	ไม่ใช่ แรงงาน	กลุ่ม แรงงาน	ไม่ใช่ แรงงาน
การทำสวนยางพารา	0.1904	0.6676	0.1948	0.6686	0.2944	0.5990
การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	0.2126	0.5590	0.2126	0.5527	0.2231	0.4506
การผลิตยางนอกและยางใน	0.1904	0.3855	0.1729	0.3571	0.1835	0.3578
การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	0.2551	0.3949	0.2474	0.3482	0.2536	0.3853

จากตารางที่ 7 ผลการศึกษาของในปี พ.ศ. 2553 สาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัวทวิคูณ เท่ากับ 0.8934, 0.6736, 0.5413 และ 0.6389 อธิบายได้ว่าในปี พ.ศ. 2553 ถ้าหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของกลุ่มแรงงาน และรายได้ของกลุ่มที่ไม่ใช่แรงงาน ที่ถูกจ้างงานอยู่ในทั้ง 4 สาขานี้เท่ากับ 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ทั้งหมดของระบบเศรษฐกิจเท่ากับ 0.8934, 0.6736, 0.5413 และ 0.6389 บาท ตามลำดับ

ตาราง 8 ตัวทวิคูณการรั่วไหลของรายได้ (Income Leakage Multiplier) ของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

สาขา	ปี 2543		ปี 2548		ปี 2553	
	การนำ เข้า	ภาษีทาง อ้อม	การนำ เข้า	ภาษีทาง อ้อม	การนำ เข้า	ภาษีทาง อ้อม
การทำสวนยางพารา	0.0105	0.0042	0.0220	0.0038	0.1922	0.0066
การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	0.0370	0.0204	0.0718	0.0129	0.1242	0.0194
การผลิตยางนอกและยางใน	0.0788	0.0268	0.1503	0.0182	0.2324	0.0278
การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	0.5605	0.0219	0.4852	0.0167	0.5193	0.0221

จากตารางที่ 8 พบว่าในปี พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2548 และ พ.ศ. 2553 สาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง และสาขาการผลิตยางนอกและยางใน มีค่าตัวทวิคูณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้าเพิ่มขึ้น แสดงว่าทั้ง 3 สาขาดังกล่าวทำให้รายได้ของประเทศลดลงในรูปของการนำเข้า ยกเว้นสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัวทวิคูณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้าลดลง แสดงว่าสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ทำให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นในรูปของการนำเข้า และสาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางนอกและ

ยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัววัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อมที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าทั้ง 3 สาขาดังกล่าวทำให้รายได้ของประเทศลดลงในรูปของภาษีทางอ้อม ยกเว้นสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมีค่าตัววัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อมที่ลดลง แสดงว่าสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งทำให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นในรูปของภาษีทางอ้อม

6.3 การวิเคราะห์โครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ (Analysis Network Degree Centrality)

ตาราง 9 ค่าโครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

สาขา	ปี 2543	ปี 2548	ปี 2553
การทำสวนยางพารา	36	47	53
การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง	62	60	66
การผลิตยางนอกและยางใน	63	63	67
การผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ	124	119	129

จากตาราง 9 พบว่าค่าโครงข่ายความเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของการทำสวนยางพารา การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง การผลิตยางนอกและยางใน และการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ โดยการวิเคราะห์ Network Analysis มีค่าความเป็นศูนย์กลาง (Degree Centrality) เพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ. 2543 ทั้งหมด ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 เพิ่มขึ้นมีค่าเท่ากับ 53, 66, 67 และ 129 ตามลำดับ หมายความว่า ในปี พ.ศ. 2553 มีการใช้ปัจจัยการผลิตและมีการกระจายผลผลิตระหว่างสาขาทั้ง 4 สาขาดังกล่าวไปยังสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้ 53, 66, 67 และ 129 สาขาเศรษฐกิจ ตามลำดับ

7. สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิต พบว่า สาขาการทำสวนยางพาราจะใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการผลิตและยางปอบคัตรูพีช และกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมากที่สุด ในส่วนของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งจะใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการทำสวนยางพารา และกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยางนอกและยางในมากที่สุด ในส่วนของสาขาการผลิตยางนอกและยางในจะใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง และกระจายผลผลิตไปยังสาขาการขนส่งสินค้าทางบกมากที่สุด และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ จะใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง และกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตรองเท้า ยกเว้นรองเท้ามากที่สุด

จากการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิต พบว่า สาขาการทำสวนยางพารามีค่าความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหน้าสูงกว่าค่าความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหลัง แสดงว่าเมื่อมีการลงทุนในสาขาการทำสวนยางพารา จะก่อให้เกิดการขยายตัวในการผลิตผลผลิตของสาขาที่เป็นการกระจายผลผลิตของสาขาดังกล่าว ดังนั้น สาขาการทำสวนยางพาราเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดการกระจายผลผลิตไปยังสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อเป็นปัจจัยในการผลิต มากกว่าการใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ในส่วนของสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหน้าสูงกว่าค่าความเชื่อมโยงโดยรวมของผลผลิตไปข้างหลัง แสดงว่าเมื่อมีการลงทุนในทั้ง 3 สาขาดังกล่าวจะก่อให้เกิดการขยายตัวในการผลิตผลผลิตของสาขาที่เป็นปัจจัยการผลิตของทั้ง 3 สาขาดังกล่าว ดังนั้น สาขาทั้ง 3 ดังกล่าวเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดการใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ มากกว่าการกระจายผลผลิตไปยังสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ

เพื่อเป็นปัจจัยในการผลิต

จากการวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณผลผลิต พบว่า สาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัวชี้วัดคุณผลผลิตสูงขึ้น อธิบายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตเพิ่มขึ้น ส่วนสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมีค่าตัวชี้วัดคุณผลผลิตลดลง จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลผลิตของทุกสาขาการผลิตลดลง

จากการวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณรายได้ พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 ถ้าหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของกลุ่มแรงงาน และกลุ่มที่ไม่ใช่แรงงาน ที่ถูกจ้างงานอยู่ในสาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ นี้เท่ากับ 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ทั้งหมดของระบบเศรษฐกิจเท่ากับ 0.8934, 0.6736, 0.5413 และ 0.6389 บาท ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ พบว่า สาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง และสาขาการผลิตยางนอกและยางใน มีค่าตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้าเพิ่มขึ้น แสดงว่าทั้ง 3 สาขาดังกล่าวทำให้รายได้ของประเทศลดลงในรูปของการนำเข้า ยกเว้นสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้าลดลง แสดงว่าสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ ทำให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นในรูปของการนำเข้า และสาขาการทำสวนยางพารา สาขาการผลิตยางนอกและยางใน และสาขาการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ มีค่าตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อมที่เพิ่มขึ้น แสดงว่าทั้ง 3 สาขาดังกล่าวทำให้รายได้ของประเทศลดลงในรูปของภาษีทางอ้อม ยกเว้นสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งมีค่าตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของภาษีทางอ้อมที่ลดลง แสดงว่าสาขาการผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่งทำให้รายได้ของประเทศเพิ่มขึ้นในรูปของภาษีทางอ้อม

จากการวิเคราะห์ค่าโครงข่ายความสัมพันธ์ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของการทำสวนยางพารา การผลิตยางแผ่นรมควัน ยางเครปและยางแท่ง การผลิตยางนอกและยางใน และการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ พบว่า ค่าโครงข่ายความสัมพันธ์ศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของทั้ง 4 สาขา โดยการวิเคราะห์ Network Analysis มีค่าความสัมพันธ์ศูนย์กลาง (Degree Centrality) เพิ่มขึ้นทั้งหมดจากปี พ.ศ. 2543 มาถึงปี พ.ศ. 2553 หมายความว่า ในปี พ.ศ. 2553 มีการใช้ปัจจัยการผลิตและการกระจายผลผลิตระหว่างสาขาทั้ง 4 สาขานี้ ไปยังสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้นทุกสาขาเศรษฐกิจ นั่นเป็นการแสดงให้เห็นว่าสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราทั้ง 4 สาขานี้กำลังเป็นความต้องการจากสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ หรือต้องการที่จะใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ เพิ่มขึ้นนั่นเอง

8. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

8.1 รัฐบาลควรที่จะกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ในการที่จะพัฒนา และส่งเสริมสาขาเศรษฐกิจที่มีความเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพาราในอัตราที่สูง ซึ่งหากหน่วยงานของรัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมในสาขาเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง ก็จะส่งผลให้สาขาเศรษฐกิจนั้น ๆ เกิดการขยายตัวและยังสามารถนำสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องให้เกิดการขยายตัวอีกด้วย เช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยางพารามีความต้องการใช้ปัจจัยการผลิตจากสาขาการทำสวนยางพารา และมีการกระจายผลผลิตไปยังสาขาการผลิตยานยนต์มากที่สุด ดังนั้น ภาครัฐบาลควรมีการพัฒนาและลดข้อจำกัดต่าง ๆ ในสาขาดังกล่าว ควบคู่ไปกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับยางพารา ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการลดภาษีทางอ้อมต่าง ๆ เพื่อให้สาขาการทำสวนยางพารา และสาขาการผลิตยานยนต์ รวมถึงสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สามารถขยายตัวได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เป็นต้น

8.2 จากผลการวิจัยจะพบว่าตัวชี้วัดคุณการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้ามีค่าเพิ่มขึ้น แสดงว่าตัวชี้วัดการรั่วไหลของรายได้ในรูปของการนำเข้ามีผลต่อรายได้ของประเทศลดลง รัฐบาลควรมีนโยบายในการแก้ไขปัญหาการ

รู้ไหลของรายได้ อย่างชัดเจน เช่น การออกกฎหมายที่เข้มงวดในการควบคุมการลักลอบสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ เพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษี เพื่อที่ภาครัฐบาลจะได้รับรายได้ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมยางพาราอย่างครบถ้วน เป็นต้น

8.3 การดำเนินนโยบายของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารานั้น นอกจากจะเป็นรายได้ที่เข้าประเทศและก่อให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแล้ว ยังช่วยกระจายสู่ผู้ประกอบการ และเกษตรกรชาวยางพาราอีกด้วย ดังนั้น รัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับตัวทวีคูณรายได้ด้วย จากการศึกษาตัวทวีคูณรายได้ พบว่า ถ้าหากเกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของกลุ่มแรงงาน และรายได้ของกลุ่มที่ไม่ใช่แรงงาน ที่ถูกจ้างงานอยู่ในสาขาการทำสวนยางพาราเท่ากับ 1 บาท จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรายได้ทั้งหมดของระบบเศรษฐกิจสูงที่สุดใน 4 สาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา หากรัฐบาลต้องการที่จะกระตุ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มแรงงาน และกลุ่มที่ไม่ใช่แรงงานในเศรษฐกิจ ภาครัฐควรเน้นกระตุ้นในสาขาการทำสวนยางพารา มากกว่า 3 สาขาที่เหลือ เป็นต้น

9. ข้อจำกัดของการวิจัย

9.1 ข้อสมมติของแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตที่ว่า กำหนดให้ค่าสัมประสิทธิ์ปัจจัยการผลิตทางตรง มีสัดส่วนที่คงที่เสมอ โดยกำหนดให้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของฟังก์ชันการผลิตของแต่ละสาขาเศรษฐกิจ แต่ในความเป็นจริงแล้วในสาขาการผลิตต่าง ๆ ต่างก็มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการผลิตอยู่เสมอ

9.2 ผลที่ได้จากแบบจำลองปัจจัยการผลิตผลิตสะท้อนให้เห็นว่า เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในสาขาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยางพารา จะก่อให้เกิดการผลิตที่เปลี่ยนแปลงไปในทุก ๆ สาขาของระบบเศรษฐกิจ เพียงแต่ขนาดจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจที่สาขานั้น ๆ ที่มีต่อกลุ่มอุตสาหกรรมยางพารา แต่ในความเป็นจริงแล้วทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้การผลิตไม่สามารถตอบสนองได้ในทุก ๆ สาขาเศรษฐกิจ ซึ่งรวมถึงแรงงานไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้โดยเสรีในการเคลื่อนย้ายจากสาขาเศรษฐกิจหนึ่งไปยังสาขาหนึ่ง เพื่อตอบสนองต่อการผลิตที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผลการศึกษาที่ได้มีค่าคลาดเคลื่อนไปจากความจริง

9.3 ข้อมูลล่าสุดที่สามารถหาได้มีเพียงตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต ในปี 2553 ซึ่งถ้าเป็นปีปัจจุบันคือปี 2558 จะทำให้เห็นภาพของการเปลี่ยนแปลงกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

10. ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ

หากต้องการนำผลการศึกษาเรื่องความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมยางพาราที่มีต่อสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจไปประกอบการตัดสินใจของภาครัฐบาลในการส่งเสริมสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีการเชื่อมกับกลุ่มอุตสาหกรรมยางพาราอย่างจริงจัง ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2561). *ประเทศที่สามารถผลิตยางพาราได้มากที่สุดและประเทศคู่แข่งที่ส่งออกยางพาราของไทย*. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.moac.go.th>.
- วีรยา ถ้ำกลาง. (2555). *โครงสร้างทางเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุภะดี ดิยะวงศ์สุวรรณ. (2556). การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโครงข่ายระบบรางภายในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล.*, 16(1) : 136–152.

- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). รายได้และปริมาณการส่งออกยางพารา. ค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.oae.go.th>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต. ค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2561, จาก https://www.nesdb.go.th/main.php?filename=io_page.
- สุธิตา วิริยะกานนท์. (2557). การวิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาทต่อวัน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสกพร คำมงคล. (2559). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายางพาราที่มีต่อสาขาการผลิตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เอกนที สันติมหกุลเลิศ. (2553). นโยบายการส่งเสริมการบริการด้านการท่องเที่ยวต่อความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Jun, W. K., Lee, M.-K., & Choi, J. Y. (2018, December). *Impact of the smart port industry on the Korean national economy using input-output analysis*. Transportation Research Policy and Practice.
- Turco, A. Lo, Maggion, D., & Zazzaro, A. (2018, December). Financial dependence and growth: The role of input-Output linkages. *Journal of Economic Behavior & Organization*.

**ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงาน
ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ของประเทศไทย**

**The Relationship between Account Receivable Management Efficiency and
Organizational Performance of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives
in The Northeast of Thailand**

สิรินดา หาวีรส¹ นงลักษณ์ แสงมหาชัย² และ อัจฉริยา อิศสระไพบูลย์³

Sirinada Hawirot¹ Nongluk Sangmahachai² and Achariya Issarapaibool³

Received : May 17, 2019 Revised : August 10, 2019 Accepted : August 13, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสาขาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 156 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารสาขาธนาคารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ โดยเฉพาะด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานธนาคาร อันจะก่อให้เกิดการมีผลการดำเนินงานที่ดีในอนาคต

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ผลการดำเนินงาน
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationship between account receivable management efficiency and organizational performance of bank for agriculture and agricultural cooperatives in the Northeast of Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 156 bank branch executive of bank for agriculture and agricultural cooperatives in the Northeast of Thailand. The statistics used for data analyzing were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results showed that account receivable management efficiency positively affected and related to organizational performance. Therefore, bank branch executives should focus on the importance of account receivable management efficiency, especially for geosocial debtor and capability of integration in debt quality development, in order to achieve efficiency in banking operations, which will continue to support good performance.

Keywords : Account Receivable Management Efficiency, Organizational Performance, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives in the Northeast of Thailand

1. บทนำ

การให้บริการด้านสินเชื่อถือเป็นแหล่งรายได้หลักของสถาบันการเงิน ดังนั้นการให้บริการด้านสินเชื่อที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่สถาบันการเงินควรให้ความสำคัญและต้องเพิ่มความระมัดระวังในการให้บริการ เนื่องจากถ้ามีการปล่อยสินเชื่อที่ด้อยคุณภาพก็จะนำมาซึ่งความสูญเสียของสถาบันการเงินในระยะยาว (รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และ สุรัชย์ อุตมอ่าง, 2554: 51) ในปี พ.ศ. 2555 – 2559 มีตัวเลขหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของระบบธนาคารพาณิชย์ย้อนหลัง 5 ปี อยู่ที่ร้อยละ 2.25 2.15 2.15 2.55 และ 2.83 ตามลำดับ ซึ่งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราที่สูงขึ้น นอกจากนี้ หากพิจารณาสัดส่วนภาระหนี้ต่อเดือน เทียบกับรายได้ต่อเดือนที่ได้จากข้อมูลการสำรวจเศรษฐกิจและสังคมครัวเรือนสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ภาระหนี้ยังคงอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในกลุ่มครัวเรือนรายได้น้อย และกลุ่มครัวเรือน ในภาคเกษตร ความสามารถในการชำระหนี้ ของภาคครัวเรือนจึงเป็นประเด็นที่ต้องติดตามและให้ความสำคัญ อย่างใกล้ชิด (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560: เว็บไซต์) ด้วยเหตุนี้ธุรกิจสถาบันการเงินจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจอยู่รอดและประสบความสำเร็จต่อไป

ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ (Account Receivable Management Efficiency) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการจัดการเกี่ยวกับลูกหนี้ เพื่อให้สถาบันการเงินมีต้นทุนลูกหนี้ที่ต่ำ ซึ่งต้องพิจารณาจากหลายด้าน เช่น ด้านนโยบาย การให้สินเชื่อควรมีการพิจารณาคุณสมบัติของลูกหนี้โดยละเอียด ด้านปัจจัยภายนอก ซึ่งสถาบันการเงินจำเป็นต้องมีมาตรการสำรอง เพื่อแก้ไขสถานการณ์ไม่คาดคิดที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก (ภัทรา กล้าแสง, 2553: 57-58) ผู้บริหารของสถาบันการเงิน จึงควรมีการกำหนดนโยบายรวมถึงหลักการในการบริหารหนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งต้องมีการกำหนดหลักการให้เหมาะสมและเกิดความชัดเจน เกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ (Credits Information) ภูมิสังคมของลูกหนี้ (Geosocial Debtor) ความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ (Capability of Integration in Debt Quality Development) (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560: เว็บไซต์) ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนด

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลการปฏิบัติงานที่เป็นภาพรวมขององค์กร หรือผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ผลการดำเนินงานอาจมีความคลาดเคลื่อนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดตัวชี้วัด เพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานโดยรวมมีคุณภาพและประสิทธิภาพเป็นไปตามเป้าหมายอย่างชัดเจน (นาคล รมโพธิ์, 2552: 80-81) เมื่อองค์กรมีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ ก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงาน มีคุณภาพมีความน่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจจากผู้ที่มาใช้บริการ โดยการวัดผลการดำเนินงานประกอบไปด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (นิรมิต เทียมทัน, 2555: 59-62) จากการวัดผลการดำเนินงานดังกล่าวทั้ง 4 ด้านหากผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละด้าน ก็จะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives) เป็นสถาบันการเงินของรัฐบาล สังกัดกระทรวงการคลัง มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม รวมทั้งการประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้ของเกษตรกร รวมถึงครอบครัวเกษตรกร และยังปฏิบัติงานตามนโยบายให้ความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การให้สินเชื่อแก่เกษตรกรจึงถือได้ว่าเป็นภารกิจหลักของธนาคาร (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560: เว็บไซต์) การบริหารลูกหนี้จึงถือได้ว่าเป็นภารกิจที่สำคัญ และจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ ไม่เช่นนั้นอาจทำให้องค์กรเกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องและอาจส่งผลเสียในระยะยาวได้ โดยข้อมูลหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของ ธ.ก.ส. ในปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 4.03 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่มีหนี้ NPL อยู่ที่ร้อยละ 3.23 และสูงกว่าค่าเฉลี่ยของระบบธนาคารพาณิชย์อีกด้วย ดังนั้น ธ.ก.ส.จึงจำเป็นต้องตระหนักถึงประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ เพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการได้

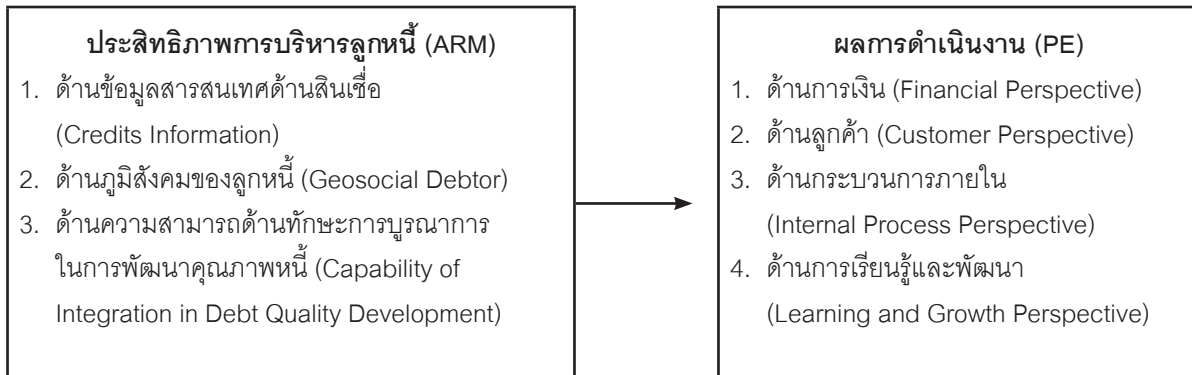
จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้จัดการสาขาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้เพื่อให้องค์กร มีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้และผลการดำเนินงาน



2.1 ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ (Account Receivable Management Efficiency)

ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ (Account Receivable Management Efficiency) หมายถึง กระบวนการที่ใช้ในการจัดการเกี่ยวกับลูกหนี้ เพื่อให้สถาบันการเงินมีต้นทุนในการมีลูกหนี้ที่ต่ำซึ่งต้องพิจารณาจากหลายอย่าง ได้แก่ ด้านนโยบายการให้สินเชื่อควรมีการพิจารณาคุณสมบัติของลูกหนี้โดยละเอียด ซึ่งต้องมีการตรวจสอบข้อมูลธุรกิจที่ลูกหนี้มีความสนใจและต้องการลงทุน ก่อนการตัดสินใจในการให้สินเชื่อ รวมทั้งการติดตามหนี้อย่างมีคุณภาพและใช้ทุนในการดำเนินงานที่น้อยที่สุด ประกอบด้วย(ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560: เว็บไซต์)

2.1.1 ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ (Credits Information) หมายถึง ข้อมูลที่มีการประมวลผลจากระบบของธนาคารในแต่ละไตรมาส เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการบริหารซึ่งแต่ละสาขาจะมีความแตกต่างกัน โดยข้อมูลสารสนเทศจะประกอบไปด้วยข้อมูลหนี้ที่เป็นหนี้ปกติ ข้อมูลการเพิ่มขึ้นหรือลดลงในการให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ข้อมูลของหนี้เสียหรือ NPL ข้อมูลหนี้ขาด จะขาดอายุความ ข้อมูลหนี้ถึงกำหนดชำระในแต่ละไตรมาส เป็นต้น ซึ่งแต่ละสาขาต้องมีการเรียกดูรายงานเพื่อใช้ในการติดตามดูแลลูกหนี้

2.1.2 ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ (Geosocial Debtor) หมายถึง ความแตกต่างของลูกหนี้ในแต่ละพื้นที่ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อมการประกอบอาชีพที่สามารถก่อให้เกิดรายได้ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของลูกหนี้ให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจำเป็นที่จะต้องข้อมูลดังกล่าวเพื่อใช้ในการบริหารจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารที่มุ่งเน้นในการพัฒนาชนบทควบคู่กันไปกับการให้สินเชื่อ

2.1.3 ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ (Capability of Integration in Debt Quality Development) หมายถึง การนำเอาทักษะความสามารถในตัวของผู้ปฏิบัติงานด้านสินเชื่อของธนาคารมาใช้ในการต่อยอดหรือแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงาน โดยการบูรณาการความคิดภายใต้กรอบวิธีปฏิบัติของธนาคารเพื่อให้งานนั้นสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เช่น ในกรณีที่มีเหตุการณ์ที่ต้องใช้ปฏิภาณไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตของลูกหนี้ให้มีการพัฒนาที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งพนักงานทุกคน อาจมีความสามารถหรือข้อเสนอนะในการดำเนินงานตามสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป

2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานที่ผ่านการประมวลผลแล้ว อาจเป็นผลลัพธ์ที่สะท้อนถึงผลประโยชน์ที่อาจจะได้รับสูงสุดขององค์กร จากผลงานที่เป็นไปตามมาตรฐานที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นด้านเชิงปริมาณหรือ

เชิงคุณภาพซึ่งเป็นผลที่เกิดจากการยอมรับและได้รับความพึงพอใจจากทุกฝ่ายหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย (นิรมิต เทียมทัน, 2555: 59-62)

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการเงิน โดยวิธีการดำเนินงานที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของกำไร และการบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงินตามที่กำหนด

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจและเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของลูกค้าให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการและการดำเนินงานภายในขององค์กร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถนำเสนอแนะต่าง ๆ มาช่วยในการสร้างคุณค่าเพื่อดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้ โดยการพัฒนาทางด้านการดำเนินงานที่รวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและมีกระบวนการและขั้นตอนการจัดการกระบวนการภายในที่มีคุณภาพรวมถึงการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่นำมาแก้ไขปัญหและพัฒนาองค์กรในเรื่องของวิธีการจัดการแนวคิดหรือกลยุทธ์รูปแบบใหม่ ๆ ในการบริหารงาน ได้แก่ การฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีส่วนช่วยในการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงาน และการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพให้คงอยู่ในองค์กรต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงตั้งเป็นสมมุติฐานการวิจัยได้ ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านภูมิสังคมของลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสาขาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 364 คน (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, 2560: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเริ่มส่งแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 25 พฤศจิกายน 2561 จำนวน 364 ฉบับ เมื่อครบกำหนดผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวน 156 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 42.86 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ว่า

ขนาดตัวอย่างที่ได้ มีความเหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การนำข้อมูลของลูกหนี้แต่ละรายมาพิจารณาในการบริหารจัดการสินเชื่อ การส่งเสริมให้มีการเก็บข้อมูลลูกหนี้เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางในการติดตามดูแลลูกหนี้ และการเรียกดูรายงานข้อมูลสถานะการชำระหนี้ของลูกหนี้แต่ละรายเพื่อป้องกันความเสี่ยง 2) ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การนำข้อมูลการประกอบอาชีพและรายได้ที่มีความแตกต่างของลูกหนี้ไปใช้ในการบริหารจัดการลูกหนี้ การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้ให้แก่ลูกหนี้ และการพัฒนาชนบทควบคู่ไปกับการให้สินเชื่อ เพื่อพัฒนาอาชีพ เพิ่มความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ 3) ด้านความสามารถด้านทักษะการบริหารงานในการพัฒนาคุณภาพหนี้ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การติดตามกรอบวิธีปฏิบัติและคำชี้แจงโครงการต่าง ๆ ในการบริหารหนี้ การมุ่งเน้นให้เกิดการนำความรู้ วิทยาการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารลูกหนี้ และการปฏิบัติงานบริหารจัดการหนี้ในการกำกับดูแลลูกหนี้ของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการดำเนินงาน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่า การเปรียบเทียบต้นทุนการดำเนินงานกับผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ และการนำรูปแบบการจัดทำตัวชี้วัดผลการดำเนินงานด้านการเงินมาใช้ติดตามความคืบหน้าของแผนงาน เพื่อให้ผลการดำเนินงานสำเร็จลุล่วงตามเป้าหมาย 2) ด้านลูกค้า ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การนำข้อมูลของลูกค้ามาใช้ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับการให้บริการอย่างเป็นระบบ การให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนโยบายธนาคารเพื่อเพิ่มมูลค่าการให้บริการ และการมีระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ทำให้ปัญหาการร้องเรียนจากลูกค้าลดลง 3) ด้านกระบวนการภายใน ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนากลยุทธ์และเทคนิคต่าง ๆ ในการเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร การพัฒนารูปแบบการสื่อสารและประสานงานระหว่างส่วนงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และการพัฒนาการเก็บข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเพื่อนำไปใช้ในการบริหารจัดการระบบ การทำงานให้มีคุณภาพสูงสุด 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ประกอบด้วย 5 คำถาม โดยครอบคลุมเนื้อหา การส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิด ความเชื่อและค่านิยมในการทำงานให้สอดคล้องกับนโยบายองค์กร การพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการปรับปรุงรูปแบบกระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.645 – 0.912 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.741 – 0.939 ซึ่งสอดคล้องกับ Rovinelli and Hambleton (1977 : 49-60) แสดงให้เห็นว่า ค่าอำนาจจำแนกมีค่า มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ถือว่ารายข้อของแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันระหว่างรายข้อของแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.920 – 0.947 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.930 – 0.960 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) แสดงให้เห็นว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา มากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้ถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยมีประสิทธิภาพ

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ } PE = \beta_0 + \beta_1 CI + \beta_2 GD + \beta_3 CID + \epsilon$$

เมื่อ	PE	แทน	ผลการดำเนินงานโดยรวม
	CI	แทน	ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ
	GD	แทน	ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้
	CID	แทน	ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตัวแปร	PE	GD	CI	GID	VIFs
$\bar{X}$	4.49	4.57	4.49	4.52	
S.D.	0.45	0.49	0.53	0.45	
EL		0.677*	0.733*	0.701*	
BS			0.672*	0.623*	2.003
IN				0.688*	2.327
BE					2.082

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ มีค่าตั้งแต่ 2.003 – 2.327 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม (PE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.677 - 0.733 จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงานโดยรวม (PE) ได้ดังนี้

$$PE = 0.716 + 0.230CI + 0.307GD + 0.298CID$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานโดยรวม (PE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 90.692$; $p = 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง ($\text{Adj } R^2$) เท่ากับ 0.634 (ตาราง 30) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้แต่ละด้านกับตัวแปรตามผลการดำเนินงานโดยรวม (PE) ปรากฏผลดังตาราง 2

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้กับผลการดำเนินงานโดยรวม ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้	ผลการดำเนินงานโดยรวม (PE)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.716	0.238	3.010	0.003*
ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ (CI)	0.230	0.064	3.611	0.000*
ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ (GD)	0.307	0.063	4.892	0.000*
ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ (CID)	0.298	0.070	4.237	0.000*

$F = 90.692$ $p = 0.000$ $\text{Adj } R^2 = 0.634$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 สามารถสรุปได้ว่า สมมติฐานที่ 1 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สมมติฐานที่ 2 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และสมมติฐานที่ 3 : ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

และพบว่า ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ (CI) ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ (GD) และด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ (CID) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม (PE) เนื่องจากประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้เป็นกระบวนการที่องค์กรบริหารจัดการลูกหนี้โดยใช้ทรัพยากรในการดำเนินการอย่างมีคุณค่าในการพิจารณาการให้สินเชื่ออย่างรอบด้าน ได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ คือ ฐานข้อมูลขององค์กรที่ได้จากการเก็บรวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลข้อมูลจากผู้เข้ามาใช้บริการของธนาคาร ภูมิสังคมของลูกหนี้ คือ กระบวนการที่องค์กรตระหนักถึงความแตกต่างของพื้นที่การดำเนินงานเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการบริหารจัดการลูกหนี้ให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคาร และความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ เป็นกระบวนการที่องค์กรนำทักษะความรู้ของผู้ปฏิบัติงานมาใช้ในการต่อยอดในการทำงาน เช่น การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การใช้ไหวพริบปฏิภาณในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เป็นต้น เมื่อการบริหารลูกหนี้เกิดประสิทธิภาพจะทำให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดี ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ (CI) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิชิต โพธิ์ศรี (2559: 96-97) ที่กล่าวว่า

กลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ด้านการจัดการทรัพยากรข้อมูล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านกระบวนการภายในและด้านลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลเป็นทรัพยากรที่สำคัญและจำเป็นในองค์กรและในยุคนี้ถือเป็นยุคสารสนเทศที่แต่ละองค์กรต่างก็นำข้อมูลจากหลาย ๆ ส่วนเข้ามา ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรเพื่อนำมาวิเคราะห์ และนำไปใช้ประโยชน์ด้านการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้นทรัพยากรข้อมูล จึงต้องได้รับการจัดการที่ถูกต้องตามหลักการ เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าถึง ถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถค้นหาข้อมูลได้ถูกต้องและรวดเร็ว ทำให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของปรารธนา เชียงส่ง (2561: 663) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการลูกหนี้ ด้านการวิเคราะห์ลูกหนี้ ด้านการปรับโครงสร้างหนี้ และด้านงบประมาณในการติดตามหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการบริหารจัดการลูกหนี้ อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ของธุรกิจเข้าซื้อในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ (GD) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรวัดณ์ พสุศิริโรจน์ และ ชีรวัดณ์ จันทิก (2558: 43-48) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินความสำเร็จของโครงการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน คือ ปัจจัยด้านบริบท ปัจจัยด้านการนำเข้า ปัจจัยทางด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัจจัยด้านบริบทนั้นเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารสาขาได้บริหารงานสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้รับ ซึ่งธนาคารจะกำหนดเป้าหมายเป็นไปตามขนาดของแต่ละพื้นที่ และโครงการธนาคารประชาชนทำให้ลูกค้าได้เข้าถึงสถาบันการเงินมากขึ้น มีการขยายตัวของจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นจากเดิม และปัจจัยด้านการนำเข้านั้น พนักงานเป็นผู้ได้รับมอบหมายในการให้ความช่วยเหลือในการชำระหนี้สินอื่น ๆ และรับฟังปัญหาทางด้านการเงินของลูกค้า รวมถึงการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความสะดวกในการใช้บริการของลูกค้า และปัจจัยทางด้านกระบวนการ เป็นกระบวนการที่พนักงานมีความรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ มีขั้นตอนในการทำงานไม่ซับซ้อนในการพิจารณา และได้แนะนำให้รับบริการจัดเตรียมเอกสารเพื่อใช้ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นความรู้สึกของลูกค้าที่ได้แสดงถึงความผูกพันกับพนักงาน และเปิดใจที่จะเล่าเรื่องส่วนตัวทางด้านการเงิน ภาระหนี้ต่าง ๆ และมีความมั่นใจในโครงการที่จะสามารถแก้ปัญหาทางด้านการเงินและสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tang (2015: 992-1005) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณค่าของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมบริการด้านความสามารถการบูรณาการทางเทคโนโลยี กล่าวคือ เมื่อธุรกิจทราบถึงความต้องการของลูกค้าจะสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า โดยการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาช่องทางในการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการที่รวดเร็ว ทันสมัย อันจะเป็นผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ และด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ (CID) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของวิชชาภรณ์ เลิศสุบินรักษ์ (2561: 98) ที่กล่าวว่า ความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ด้านการบูรณาการองค์ความรู้ที่เป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานโดยรวม ด้านคุณภาพของงาน ด้านต้นทุนงาน และด้านงานสำเร็จทันเวลา เนื่องจากความสำคัญของการนำความรู้ที่ได้จากการทำงานที่หลากหลายของบุคลากร เช่น ประสบการณ์ที่ได้จากการทำงาน การสอบถามจากลูกค้า สามารถนำมาผสมผสาน จัดเก็บรวบรวมความรู้ไว้เป็นคู่มือการทำงานของตนเอง หรือในรูปของบทความวิชาการ รายงานการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง แม่นยำ สามารถนำไปใช้ในการทำงานเพื่อให้งานที่ได้มีคุณภาพ ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างรวดเร็วทันต่อการนำไปใช้ และสามารถนำผลของการปฏิบัติงาน มาวิเคราะห์ ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนินทร สุภา (2560: 96) ที่กล่าวว่า การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ด้านการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม ด้านคุณภาพ และด้านนวัตกรรม เนื่องจากการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ วิธีการทำงานใหม่ด้วยตนเอง เพราะในสังคมปัจจุบันเต็มไปด้วยข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่ล้วนแต่มีผลกระทบต่อ

การดำเนินชีวิต การตัดสินใจของพนักงาน รวมถึงในการทำงานของพนักงาน ด้วยการนำสื่อต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้พนักงานได้รู้ในสิ่งที่จำเป็นโดยไม่ต้องมีวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญมาบรรยาย อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้ ทำให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ เมื่อมีนวัตกรรมใหม่เข้ามาพนักงานก็สามารถที่จะเรียนรู้นวัตกรรมนั้นได้ด้วยตนเอง และสามารถนำกระบวนการใหม่ ๆ มาใช้ในการทำงานเพื่อความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจจะต้องมีสิ่งกระตุ้น เพื่อสร้างกำลังใจให้กับพนักงาน เพื่อให้พนักงานกระตือรือร้นในการที่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานมีศักยภาพและพัฒนาศักยภาพของพนักงานได้อย่างไม่มีขีดจำกัด ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีคุณภาพในด้านต่าง ๆ ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ด้วยการเสนอการบริการที่ลูกค้าคาดหวังได้

ดังนั้น ผู้บริหารสาขาธนาคารควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ โดยเฉพาะด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ และด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ เนื่องจากด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ มีการนำข้อมูลการประกอบอาชีพและรายได้ที่มีความแตกต่างของลูกหนี้ไปใช้ในการบริหารจัดการลูกหนี้ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้ให้แก่ลูกหนี้ ควบคู่ไปกับการให้สินเชื่อ เพื่อพัฒนาอาชีพ เพิ่มความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ และด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ มีการติดตามกรอบวิธีปฏิบัติและคำชี้แจงโครงการต่าง ๆ ในการบริหารหนี้ มุ่งเน้นให้เกิดการนำความรู้ วิทยาการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารลูกหนี้ และการปฏิบัติงานบริหารจัดการหนี้ในการกำกับดูแลลูกหนี้ของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้มีต้นทุนในการบริหารลูกหนี้ที่ต่ำ และธุรกิจมีผลการดำเนินงานตามที่คาดหวัง

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผลการวิจัยนี้ ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ที่มีต่อผลการดำเนินงานกับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจสถาบันการเงิน เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจค้าส่ง เพื่อดูว่าประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้สามารถใช้ได้กับทุกธุรกิจ ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ของประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ที่มีต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง ในปัจจุบัน และควรเพิ่มเติมวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เป็นคำถามปลายปิดให้เป็นคำถามปลายเปิด ตัวอย่างเช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลและความคิดเห็นที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น และก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปปฏิบัติ

ผู้บริหารสาขาธนาคาร ควรให้ความสำคัญด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ เพราะส่งผลกระทบต่อผลดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารสาขาธนาคารให้ความสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลของลูกหนี้ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ และการบริหารจัดการลูกหนี้ ให้สอดคล้องกับนโยบายของธนาคารควบคู่ไปกับการให้สินเชื่อ เช่น การนำข้อมูลการประกอบอาชีพและรายได้ที่มีความแตกต่างของลูกหนี้ในแต่ละพื้นที่ไปใช้ในการบริหารจัดการลูกหนี้ การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้ให้แก่ลูกหนี้ เพื่อให้มีรายได้ในการดำรงชีพและเพียงพอต่อการชำระหนี้ และการตระหนักถึงการพัฒนาชนบทควบคู่ไปกับการให้สินเชื่อเพื่อพัฒนาอาชีพ เพื่อเพิ่มความสามารถในการชำระหนี้ของลูกหนี้ และนอกจากนี้ ผู้บริหารสาขาธนาคารควรให้ความสำคัญต่อการให้ความช่วยเหลือทางธุรกิจและการจัดการปัญหาของลูกหนี้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะจะสามารถลดต้นทุนในการบริหารลูกหนี้ได้ ผู้บริหารสาขาธนาคาร ควรให้ความสำคัญด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ เพื่อก่อให้เกิดผลดำเนินงานตามที่คาดหวัง ดังนั้น ผู้บริหารสาขาธนาคารควรให้ความสำคัญต่อการการนำทักษะความรู้ของผู้ปฏิบัติงานธนาคารมาใช้ในการต่อยอดหรือแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการทำงาน เพื่อให้การทำงานสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เช่น การนำกรอบวิธีปฏิบัติและคำชี้แจงโครงการ

ต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการหนี้ การนำความรู้วิทยาการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารลูกหนี้ และการกำกับดูแลลูกหนี้ของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและนอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้มีการใช้ไหวพริบปฏิภาณและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้การปฏิบัติงานธนาคาร ด้านสินเชื่อเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และผู้บริหารสาขานาคร ควรให้ความสำคัญด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ เพื่อก่อให้เกิดผลดำเนินงานตามที่คาดหวัง ดังนั้น ผู้บริหารสาขานาคร ให้ความสำคัญต่อการจัดการฐานข้อมูลด้านสินเชื่อ โดยให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน เช่น การนำข้อมูลของลูกหนี้แต่ละรายมาพิจารณาในการบริหารจัดการสินเชื่อ การส่งเสริมให้มีการเก็บข้อมูลลูกหนี้เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางในการติดตามดูแลลูกหนี้ และการเรียกดูรายงานข้อมูลสถานะการชำระหนี้ของลูกหนี้แต่ละรายเพื่อป้องกันความเสี่ยง เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถนำข้อมูลสารสนเทศที่มีคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในการทำงานให้เกิดประโยชน์อย่างมีคุณค่า

5.3 ประโยชน์ของการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถเป็นข้อสนเทศสำหรับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในการนำไปปรับใช้ในการบริหารลูกหนี้ได้อย่างมีคุณภาพและเหมาะสม เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการหนี้ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการหนี้จากการให้สินเชื่ออย่างสูงสุด และเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

ประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารสาขานาครควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพการบริหารลูกหนี้ ด้านภูมิสังคมของลูกหนี้ เช่น การให้ความสำคัญกับการนำข้อมูลการประกอบอาชีพและรายได้ที่มีความแตกต่างของลูกหนี้ในแต่ละพื้นที่ไปใช้ในการบริหารจัดการลูกหนี้ การมุ่งเน้นการปฏิบัติงานร่วมกับชุมชนเพื่อให้เข้าใจถึงความต้องการของลูกหนี้แต่ละกลุ่มอาชีพ และสามารถขยายสินเชื่อให้แต่ละกลุ่มอาชีพได้อย่างเหมาะสม และส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างรายได้ให้แก่ลูกหนี้ เพื่อให้มีรายได้ในการดำรงชีพและเพียงพอต่อการชำระหนี้ ด้านความสามารถด้านทักษะการบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพหนี้ เช่น การให้ความสำคัญในการติดตามกรอบวิธีปฏิบัติและคำชี้แจงโครงการต่าง ๆ ในการบริหารหนี้เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการหนี้ การมุ่งเน้นให้เกิดการนำความรู้ วิทยาการใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารลูกหนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารจัดการหนี้ และมุ่งเน้นให้การปฏิบัติงานบริหารจัดการหนี้ และการกำกับดูแลลูกหนี้ของพนักงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้านข้อมูลสารสนเทศด้านสินเชื่อ เช่น การนำข้อมูลของลูกหนี้แต่ละรายมาพิจารณาในการบริหารจัดการสินเชื่อ อาทิ การอนุมัติสินเชื่อ การส่งเสริมให้มีการเก็บข้อมูลลูกหนี้เพื่อนำไปสู่การกำหนดทิศทางในการติดตามดูแลลูกหนี้ และการให้ความสำคัญกับการเรียกดูรายงานข้อมูลสถานะการชำระหนี้ของลูกหนี้แต่ละราย เพื่อป้องกันความเสี่ยงตามลำดับ เพื่อให้ต้นทุนของการมีลูกหนี้ต่ำสุด ธนาคารสามารถเรียกเก็บหนี้ได้ตามกำหนด และมีผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ต้องการต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ชนินทร์ สุภา. (2560). ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2560). แผนธุรกิจฝ่ายสินเชื่อ (Business Plan) ปีบัญชี 2560. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.baac.or.th>
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. (2560). ข้อมูลธนาคาร. ค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2561. จาก https://www.baac.or.th/รู้จัก_ธ.ก.ส.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2560). ผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ปี 2560. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2561. จาก https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Publications/FIProformance_Press/n1161t.pdf
- ธีระวัฒน์ พสุศิริโรจน์ และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2558). การประเมินความสำเร็จโครงการสินเชื่อธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน Assessment Successful to Bank Loan for Population Project to Government Savings Bank. วารสารราชชมงคลล้านนา, 3(2) : 43–48.
- นพดล รมโพธิ์. (2552). การประเมินความสำเร็จของระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานองค์กร. วารสารบริหารธุรกิจ, 32(122) : 4–7.
- นิรมิต เทียมทัน. (2555). Balanced Scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน ดิสทริบิวเตอร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปรารภนา เชียงสง. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการลูกหนี้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของธุรกิจเช่าซื้อในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 11(3) : 656–663.
- พรพิชิต โพธิ์ศรี. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภัทรา กล้าแสง. (2553). การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาหลักทรัพย์กับประสิทธิภาพในการบริหารลูกหนี้การค้ากรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจการเกษตร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธรร และ สุรัชย์ อุดมอ่าง. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ, 28(1) : 49-61.
- วิชาภรณ์ เลิศสุนัภร์. (2561). ผลกระทบของความเป็นเลิศในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรการประปาส่วนภูมิภาคเขต 8. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ: 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*. USA: John Wiley & Sons.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion - referenced test item validity. *Journal of Educational Research*, 5(1) : 49–60.
- Tang, C. (2015). Accessed external knowledge, centrality of intra-team knowledge networks, and R&D employee creativity. *Management of External Resources in R&D*, 46(s3) : 992–1005.

**ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพ
การดำเนินงานของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา**
**Relationship between Professional Digital Accountants and Performance Efficiency
of Limited Partnership in Yala Province**

เพ็ญนภา เกื้อเกตุ* ภูริชาติ พรหมเต็ม² และ วิโรจน์ ไพบุญเวชสวัสดิ์³

Pennapa Kueket* Phurichart Promtem² and Wiroj Phaiboonvessawat³

Received : November 19, 2019 Revised : March 20, 2020 Accepted : March 23, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักบัญชีของกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา จำนวน 181 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งทดสอบความถูกต้องโดยผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมีค่าระหว่าง 0.71-0.85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน นอกจากนี้ องค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลมี 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี และจรรยาบรรณของนักบัญชี ผลการวิจัยกิจการห้างหุ้นส่วนจำกัดสามารถนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมเพื่อให้ นักบัญชีสามารถปฏิบัติงานในยุคดิจิทัลได้อย่างมืออาชีพ

คำสำคัญ: ความเป็นมืออาชีพ นักบัญชียุคดิจิทัล ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

* อาจารย์หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

* Bachelor of Accountancy Program, Faculty of Management Sciences

² อาจารย์หลักสูตรการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

² Lecturer of Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Management Sciences, YalaRajabhat University.

³ อาจารย์หลักสูตรการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³ Lecturer of Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Management Sciences, YalaRajabhat University.

Abstract

This research aimed to analyze the relationship between professional digital accountants and performance efficiency of limited partnership in Yala province. The samples were accountants of limited partnership in Yala province with a total of 181. The instrument used was a questionnaire, which was tested the accuracy by experts and the reliability by using Cronbach's Alpha coefficients with values between 0.707-0.850. The data were analyzed using statistics of multiple regression analysis and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, at the 0.05 level of significance. It was found that the relationships among of professional digital accountants and performance efficiency. In addition, the professional digital accountants four of dimensions relationship between performance efficiency are positively correlated, at the 0.05 level of significance were information technology knowledge, the ability to analyze financial, the characteristics of accountant skills, and ethics of accountants. The research results, a limited partnership can be used to set guidelines for development and promotion for accountants to be able to work in the digital age professionally.

Keywords: Professional, Digital Accountants, Performance Efficiency

1. บทนำ

เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างรวดเร็ว (Rogers, 2003) การปฏิวัติด้านเทคโนโลยีในช่วงที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ มีการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างจากธุรกิจแบบอะนาล็อกเป็นดิจิทัล เพื่อให้สามารถแข่งขันและเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ (Bygren, 2016) รวมทั้ง สามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ (Gustafsson, 2015) ประเทศไทยเมื่อเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ในปี พ.ศ. 2560 ระบบดิจิทัลได้ถูกนำมาใช้มากขึ้น แต่ยังไม่เต็มศักยภาพเนื่องจากก่อนหน้านี้ประเทศไทยเน้นด้านเกษตรกรรมและมีการพัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีจากต่างประเทศ แต่ยังไม่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ทำให้ประชากรในประเทศขาดความสามารถในระบบดิจิทัล อย่างไรก็ตาม สำหรับการดำเนินงานของทุกธุรกิจในปัจจุบันต้องนำระบบดิจิทัลเข้ามาเพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพ โดยประสิทธิภาพในการดำเนินงานถือเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งแสดงถึงระดับความสำเร็จในการบริหารจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัยหนึ่งที่น่าสู่ความสำเร็จ คือ สารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นแนวทางในการวางแผนงาน การควบคุม และการใช้ประกอบการตัดสินใจให้กับผู้บริหารได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา ทั้งนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจขึ้นอยู่กับบุคคลในองค์กร ซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนงานที่สำคัญ (สมชาย นำประเสริฐชัย, 2558) สำหรับอุตสาหกรรมด้านการบัญชีการดำเนินงานมุ่งสู่ระบบดิจิทัลเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

อุตสาหกรรมด้านการบัญชีเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการเติบโตแบบดิจิทัล เนื่องจากได้รับผลกระทบจากเทคโนโลยีดิจิทัล และมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบมากขึ้นในอนาคต (ACCA, 2016) มีโอกาสสูงที่จะมีรูปแบบการดำเนินงานอัตโนมัติ (Frey and Osborne, 2013) สำหรับแบบจำลองทางธุรกิจของอุตสาหกรรมด้านการบัญชียังไม่มีรูปแบบที่เป็นแนวทางในการนำมาใช้ (Bygren, 2016) เทคโนโลยีที่จะเข้ามาเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจ อาทิ โทรศัพท์มือถือ ข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ ปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์ ความปลอดภัยทางอินเทอร์เน็ต การศึกษาคคลาวด์ ระบบการชำระเงิน โลกเสมือนจริง การส่งมอบบริการดิจิทัล และสังคมออนไลน์ ซึ่งสร้างแรงกดดันให้กับอุตสาหกรรมด้านการบัญชี ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และกิจกรรมทางธุรกิจ การทำบัญชีจะเปลี่ยนจากการทำด้วยมือ

เป็นซอฟต์แวร์ และระบบอัจฉริยะจะเข้ามาแทนที่ (ACCA, 2016) เทคโนโลยีสามารถเพิ่มคุณภาพการทำงานของนักบัญชีในการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจและการให้บริการ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการบัญชีมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลระดับสูง เช่น โปรแกรมซอฟต์แวร์ออนไลน์หรือโซลูชันคลาวด์ แต่ผู้ปฏิบัติงานด้านการบัญชีส่วนใหญ่ยังคงใช้กระบวนการแบบแอนะล็อก (Southern Cross University, 2016) ดังนั้น จึงสร้างความกดดันให้กับพนักงานบัญชีที่ปฏิบัติหน้าที่ซึ่งต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีทักษะความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น มีความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินงานใหม่สำหรับธุรกิจ รูปแบบการชำระเงิน และการให้บริการที่เปลี่ยนไป เช่น การใช้แอปพลิเคชัน และบล็อกเชน (ACCA, 2016)

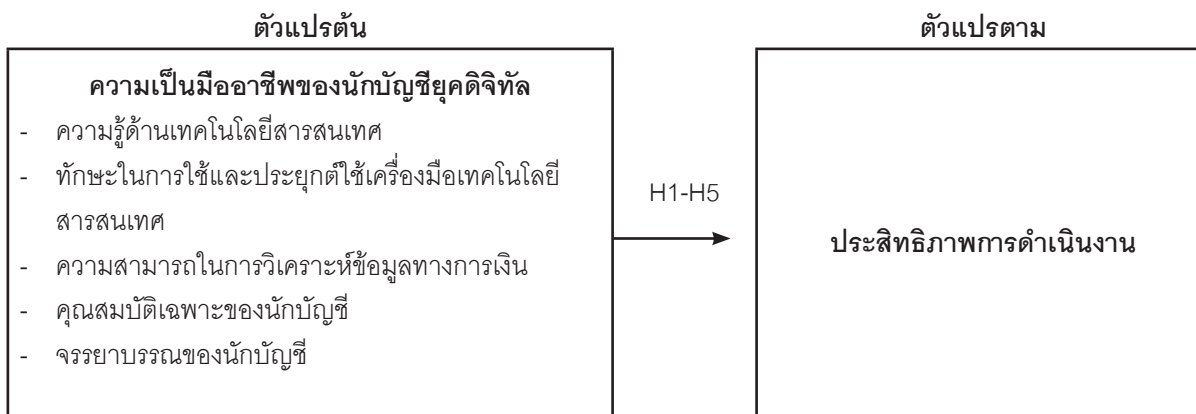
นักบัญชีมืออาชีพมีความสำคัญในการเป็นศูนย์กลางของห่วงโซ่คุณค่าในทุกองค์กร และทุกขนาด การพัฒนาเทคโนโลยีและดิจิทัล นักบัญชีต้องยกระดับวิธีการทำงาน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมากได้ นักบัญชีมืออาชีพในอนาคตจำเป็นต้องผสมผสานความสามารถในระดับมืออาชีพ โดยต้องมีความรู้ด้านเทคนิค ทักษะ และความสามารถร่วมกับพฤติกรรมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีความยืดหยุ่น มีทักษะส่วนบุคคล มีความเป็นมืออาชีพที่มีคุณภาพ (ACCA, 2016) มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้เทคนิคดิจิทัล การปรับปรุงกระบวนการให้คำปรึกษา การสื่อสารที่ทำงานมีประสิทธิภาพ (Kane et al., 2015) มีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และด้านภาษา (สรุสนุช บุญวุฒิ และ ไพฑูรย์ อินตะชนัน, 2559) ซึ่งเป็นศักยภาพที่นักบัญชีต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้การบัญชีกลายเป็นการบัญชีดิจิทัล โดยจะช่วยสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจด้วยการใช้เทคนิคการบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มารับบริการ (Southern Cross University, 2016) ธุรกิจต่าง ๆ มีความคาดหวังความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี โดยภายในปี พ.ศ. 2563 นักบัญชีทุกคนต้องมีการพัฒนาศักยภาพ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้ทำการวิจัยทั่วโลกเกี่ยวกับนักบัญชีมืออาชีพที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปในระหว่างปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2568 โดยเป็นงานวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก สำหรับปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านจริยธรรม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมทั้ง การตระหนักถึงความเป็นดิจิทัล (ACCA, 2016)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา อันเนื่องมาจากจังหวัดยะลา ยังคงมีสถานการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การค้าและการลงทุนด้านธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลมีน้อยในแต่ละปี อาทิ ในปี 2560 ในไตรมาส 3 ที่จดทะเบียนเพิ่มมีจำนวน 20 ราย (สำนักงานแรงงานจังหวัดยะลา, 2560) ประชากรมีความเป็นพหุวัฒนธรรม การดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ และทัศนคติมีความแตกต่างกัน รวมทั้ง บุคลากรด้านการบัญชีและการพัฒนาศักยภาพทางด้านบัญชีมีน้อย ทั้งนี้ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาปรับปรุงการปฏิบัติงานของนักบัญชีให้มีความเป็นมืออาชีพและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปในยุคดิจิทัล เพื่อสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลสำหรับในประเทศไทยยังมีการทำวิจัยน้อย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นกับวิชาชีพบัญชีให้ก้าวหน้าและเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น งานวิจัยนี้ กำหนดให้ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ และกำหนดให้ประสิทธิภาพการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว ตามรูปภาพ 1

รูปภาพ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



2.1 การทบทวนวรรณกรรม

2.1.1 เป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล

การปฏิบัติงานของนักบัญชีมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ซึ่งคณะกรรมการการศึกษาของ IFAC (International Federation of Accountants) ได้ออกบรรทัดฐานการพัฒนานักบัญชีให้เป็นนักบัญชีมืออาชีพ และความเป็นมืออาชีพเป็นข้อกำหนดอย่างหนึ่งในการปฏิบัติงานที่ต้องมี (Lesmana and Machdar, 2015) โดยนักบัญชีต้องพัฒนาความรู้และความสามารถทางวิชาชีพ คุณค่าแห่งวิชาชีพ จรรยาบรรณวิชาชีพ และทัศนคติ อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง เทคโนโลยีเข้ามามีอิทธิพลในการกระบวนการทำงานมากขึ้น อาทิ การนำเทคโนโลยี OCR (Optical Character Recognition) มาใช้ในการแปลงข้อความบนรูปภาพ ให้เปลี่ยนเป็นตัวอักษร โดยไม่ต้องมีการพิมพ์ ทำให้การทำบัญชีง่ายขึ้น เพียงลูกค้าส่งเอกสารต่าง ๆ ทางออนไลน์ก็สามารถแปลงภาพเอกสารเป็นข้อความอัตโนมัติ (ศิริรัฐ โชติเวชการ, 2561) ดังนั้น ยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีก้าวหน้านี้ นักบัญชีต้องมีการพัฒนาความเป็นมืออาชีพมากกว่าอดีต งานวิจัยนี้ ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล หมายถึง ความรู้และความสามารถในการจัดทำบัญชี โดยการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล การมีคุณสมบัติเฉพาะตนที่สามารถส่งเสริมและสนับสนุนให้งานบรรลุเป้าหมาย รวมทั้ง การปฏิบัติงานที่ยึดมั่นตามหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชี

2.1.2 ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีของบุคคลจะเกิดความล้าสมัยได้ง่าย (อุเทน เลานาตา และนิภาพร อบทอง, 2017) ดังนั้น นักบัญชีต้องมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตลอดเวลา เพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้ในงานด้านบัญชี นั่นคือ นักบัญชีสามารถนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประมวลผลเพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจแก่ผู้บริหาร อย่างไรก็ตาม การไม่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ จะทำให้งานไม่คืบหน้า ซึ่งนักบัญชีมีความรู้เฉพาะในเรื่องบัญชีเพียงอย่างเดียวและไม่รับรู้เรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสิ่งที่ไม่ควรกระทำ โดยนักบัญชีควรศึกษาเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตลอดเวลา (พัชรินทร์ ใจเย็น และคณะ, 2560) เนื่องจากความสามารถในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ งานวิจัยนี้ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การปฏิบัติงานโดยใช้ความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความรู้ในการตรวจสอบระบบสารสนเทศ การบูรณาการความรู้ และการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพการดำเนินงาน

2.1.3 ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ

การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วมีส่วนให้วิธีการทำงานด้านการบัญชีในธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง เทคโนโลยีทางด้านคอมพิวเตอร์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ การติดต่อสื่อสาร สำหรับงานด้านบัญชีการนำโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีมาใช้ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดทำหรือตรวจสอบงานด้านบัญชี การยื่นงบการเงิน หรือยื่นภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาใช้งานต่าง ๆ นี้เป็นที่ยอมรับว่าสามารถสนับสนุนให้วิธีปฏิบัติงานด้านการบัญชีมีประสิทธิภาพ (Huynh & Yaling, 2013) และความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบัน มีส่วนสนับสนุนให้การทำงานทางบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (อุเทน เลานาทา และ นิภาพร อบทอง, 2017) งานวิจัยนี้ ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การนำโปรแกรมสำเร็จรูปบัญชีมาใช้ เพื่อให้งานมีความถูกต้อง แม่นยำ และสำเร็จตามเป้าหมาย

2.1.4 ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลการเงิน

นักบัญชียุคปัจจุบันต้องปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีอิทธิพลและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงานมากขึ้น อาทิ การมีระบบอัตโนมัติ (Robotic Process Automation) และเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล (Analytical tools) โดยเน้นการพัฒนาความรู้ด้านการเงิน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน เพื่อสนับสนุนให้องค์กรดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม นักบัญชีในบทบาทของซีเอฟโอ การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูลเป็นหน้าที่หนึ่งของนักบัญชีนั่นคือ นักบัญชีต้องสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์เพื่อนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร (สุวรรณ หวังเจริญเดช, 2004) มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ การบูรณาการการจัดการและกลั่นกรองข้อมูลได้ มีความสามารถในการนำเครื่องมือด้านเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานบัญชี ดังนั้น ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน หมายถึง ความสามารถในการค้นหาข้อเท็จจริง การกลั่นกรองข้อมูล และการแยกแยะข้อมูลทางการเงิน เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.5 ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี

นักบัญชีเป็นผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำบัญชี มีความสามารถในด้านต่าง ๆ อาทิ ความสามารถในการวางระบบบัญชี การควบคุมการลงบัญชี การวิเคราะห์งบการเงิน และการรายงานข้อมูลทางการเงินให้แก่ผู้บริหาร ซึ่งความสามารถของนักบัญชีต้องมีหลากหลาย อย่างไรก็ตาม แนวคิดของโมเดลภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg Model) ซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ หรือความสามารถของมนุษย์ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1) ส่วนที่ลอยอยู่เหนือผิวน้ำ อาทิ ความรู้ และทักษะ และ 2) ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ ซึ่งเป็นส่วนที่มองเห็นได้ยาก อาทิ การรับรู้ตนเอง อุบิสัย ทั้งนี้แต่ละบุคคลจะแสดงออกมาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน (McClelland, 1973) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะบุคคล (Personal Skill) เป็นความสามารถในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเอง มีความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ทักษะคุณลักษณะเฉพาะบุคคล คือ ความสามารถและพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ประกอบด้วย ความสามารถในการจัดการตนเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เรียนรู้ด้วยตนเอง ความสามารถในการปรับตัว ปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี (มงคล กิตติวุฒิไกร และมนัสดา ชัยสวณิยาภรณ์, 2560) ดังนั้น ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี หมายถึง ความสามารถเฉพาะตนเกี่ยวกับการมีความคิดสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ ความสามารถในการสื่อสาร การใช้ความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพในการปฏิบัติงาน รวมทั้งความสามารถในการปรับตัวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง

2.1.6 จรรยาบรรณของนักบัญชี

นักบัญชีนอกจากมีความรู้ความสามารถแล้วนั้น นักบัญชีต้องมีจรรยาบรรณทางการบัญชีด้วย โดยจรรยาบรรณของนักบัญชีมีองค์ประกอบสำคัญ 6 ประการ คือ 1) การปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใส 2) ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน 3) มีความเที่ยงธรรม เชื่อตรงในงานที่ปฏิบัติ 4) มีความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง 5) มีความรู้ความสามารถ มาตรฐานในการปฏิบัติงาน และมีความระมัดระวังรอบคอบ 6) การเก็บรักษาความลับ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2556) การนำหลักจรรยาบรรณมาประยุกต์ใช้ในงานของสำนักงานบัญชีจะมีผลให้งานเกิดประสิทธิภาพในด้านเวลา คุณภาพ และปริมาณงาน ดังนั้น จรรยาบรรณของนักบัญชี หมายถึง การปฏิบัติงาน โดยการยึดมั่นกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง มีความซื่อสัตย์สุจริตทั้งต่อตนเองและผู้อื่น มีความโปร่งใส รักษาความลับของลูกค้า และองค์กร รวมทั้ง ความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน

2.1.7 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพเป็นวิธีการและผลลัพธ์การดำเนินงานจากบุคคลหรือกลุ่มคนในองค์กร โดยผลการปฏิบัติงานสามารถแสดงให้เห็นถึงกระบวนการ ขั้นตอน และการปฏิบัติงานของพนักงาน ทั้งนี้ประสิทธิภาพจะสูงหรือต่ำนั้น สามารถพิจารณาได้จากความสำเร็จในการทำงาน (Novianita, 2017) ซึ่งองค์กรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เช่น การส่งงานทางอินเทอร์เน็ต การติดต่อสื่อสารเพื่อให้การทำงานเกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น (จันทน์ รุ่งเรืองธนาผล และ พิสิฐ ลิ้มอารีย์สุข, 2558) นอกจากนี้ ความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงานของพนักงานมีความสำคัญต่อความมีประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร งานวิจัยนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดขององค์กร อย่างคุ้มค่า และให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย

2.2 สมมุติฐานการวิจัย:

H1: ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา

H2: ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลด้านทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา

H3: ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลด้านความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา

H4: ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลด้านคุณสมบัติเฉพาะของนักบัญชีที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา

H5: ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลด้านจรรยาบรรณของนักบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Sample Population) ที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา จำนวน 818 แห่ง โดยการจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลจากพาณิชย์จังหวัดยะลา ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 269 แห่ง ซึ่งคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร (Yamane, 1967) ที่ระดับนัยสำคัญ .05

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บด้วยตนเองจำนวน 269 ฉบับ แบบสอบถามได้รับตอบกลับ และตรวจสอบแล้วเป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนจำนวน 181 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 67.29 เมื่อเทียบกับจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aaker et la., (2001)

ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ ทั้งนี้แบบสอบถามมี 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน และประสบการณ์การทำงาน ซึ่งมีลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีในยุคดิจิทัล ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1967) คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตอนที่ 3 ความคิดเห็น เกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของนักวิชาชีพบัญชี ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1967) คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3.3 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร โดยตัวแปรอิสระ คือ ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล สามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุม เกี่ยวกับความรู้ด้านโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี การบูรณาการความรู้ และการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี สารสนเทศ 2) ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุม เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร และการนำโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี มาใช้งาน 3) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการ วิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ การค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับฐานะการเงิน และการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ในแต่ละส่วนของงบการเงิน 4) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการปรับตัว การมีความคิดสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบ การปฏิบัติงาน อย่างระมัดระวัง และถูกต้อง และ 5) จรรยาบรรณของนักบัญชี ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรม ซื่อสัตย์ โปร่งใส รักษาความลับขององค์กรและลูกค้า และการปฏิบัติงานด้วยความ เป็นอิสระ สำหรับตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการใช้ ทรัพยากรที่มีจำกัดในการปฏิบัติงานที่คุ้มค่า และการบรรลุเป้าหมาย

3.4 คุณภาพของเครื่องมือวัด โดยแบบสอบถามนำมาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน คือ 1) ความเที่ยงตรง (Validity) และ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) นั่นคือ คือ 1) ความเที่ยงตรง (Validity) การตรวจสอบ คุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณา ตรวจสอบเนื้อหาตามโครงสร้าง โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ซึ่งพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ซึ่งงานวิจัยนี้คำนวณค่า IOC แต่ละข้อคำถามเป็น 1 นั่นคือ ข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาหรือพฤติกรรมที่ต้องการวัด นอกจากนี้ ได้มีการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ต้องมีค่ามากกว่า 0.40 (Nunnally and Bernstein, 1994) ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่า Factor Loadings ระหว่าง 0.406-0.926 และ 2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ของตัวแปรทั้งหมด โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแต่ละด้านตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) งานวิจัยนี้ได้ค่า ระหว่าง 0.707-0.850 เป็นค่าที่ยอมรับได้ เครื่องมือมีความเชื่อมั่นที่เพียงพอ แสดงไว้ในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	Factor Loadings	Cronbach' Alpha
ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK)	.406 - .877	0.707
ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ (SIT)	.472 - .926	0.850
ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD)	.658 - .883	0.823
ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ)	.656 - .812	0.797
จรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA)	.672 - .831	0.805
ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (APE)	.729 - .841	0.841

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัยซึ่งใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic Analysis) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

4. ผลลัพธ์การวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท และประสบการณ์การทำงานน้อยกว่า 5 ปี สำหรับการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน แสดงไว้ในตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ตัวแปร	ITK	SIT	AFD	ASQ	EFA	APE
ค่าเฉลี่ย (X)	3.853	3.905	3.816	3.753	3.827	3.908
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	0.617	0.657	0.603	0.601	0.553	0.540
ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK)	1.000					
ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ (SIT)	0.613***	1.000				
ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD)	0.579***	0.606***	1.000			
ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ)	0.538***	0.536***	0.653***	1.000		
จรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA)	0.538***	0.484***	0.764***	0.772***	1.000	
ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (APE)	0.590***	0.513***	0.712***	0.764***	0.796***	1.000

*** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลและประสิทธิภาพการดำเนินงาน พบว่า ค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.484 – 0.796 มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ได้ทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF พบว่าค่า VIF ของตัวแปรอิสระ คือ ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลมีค่าตั้งแต่ 1.878 -3.560 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006) สามารถนำไปใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ขององค์ประกอบความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

องค์ประกอบความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล	ตัวแปรตาม (ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (APE))			
	B	Std. Error	t	P-value
ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK)	0.146	0.069	2.096	0.038**
ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ (SIT)	-0.013	0.071	-0.184	0.855
ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD)	0.152	0.087	1.746	0.084*
ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ)	0.306	0.084	3.648	0.000***
จรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA)	0.371	0.096	3.882	0.000***
R = 0.847 R ² = 0.717 Adj R ² = 0.704 S.E.est = 0.54376				

*P<.10, **P<.05, ***P<.01 ความมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตาราง 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Regression) พบว่า ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล มี 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ) และจรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA) โดยค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ส่งผลถึงร้อยละ 71.70 (R² = 0.717) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานพยากรณ์ (S.E.est) = 0.54376 และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุงส่งผลถึงร้อยละ 70.40 (Adj R² = 0.704)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล	ตัวแปรตาม (ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (APE))			
	B	Std. Error	t	P-value
ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล (PAT)	0.831	0.052	15.961	0.000***
R = 0.831 R ² = 0.691 Adj R ² = 0.688 S.E.est = 0.55844				

*P<.10, **P<.05, ***P<.01 ความมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตาราง 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา โดยค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ส่งผลถึงร้อยละ 69.10 ($R^2 = 0.691$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานพยากรณ์ (S.E.est) = 0.55844 และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุงส่งผลถึงร้อยละ 68.80 (Adj $R^2 = 0.688$)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะว่าความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีในยุคดิจิทัลจะต้องสามารถทำบัญชีออนไลน์ได้ ซึ่งต้องการให้รัฐบาลและสถาบันการศึกษาจัดอบรมในเรื่องนี้

5. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา พบว่าความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัดดาวัลย์ ยอดบัว และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์ (2560) ระบุว่า ความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีควรพัฒนาศักยภาพด้านความรู้ ความสามารถอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง และเสริมความรู้ในด้านเทคโนโลยี รวมถึงปฏิบัติงานโดยยึดจรรยาบรรณ

โดยความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลทั้ง 5 องค์ประกอบ พบว่ามี 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ) และจรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA) โดยมีรายละเอียดแยกเป็นแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1. ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK) นักบัญชีในยุคดิจิทัลจะต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สอดคล้องกับ ศรีสุดา อินทมาศ (2562) ระบุว่านักบัญชีต้องหมั่นศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและต่อเนื่องเกี่ยวกับความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในยุคดิจิทัล นักบัญชีต้องเปลี่ยนบทบาทเพื่อให้งานและองค์กรเกิดประโยชน์และช่วยในการลดต้นทุนให้กับธุรกิจ และนักบัญชีสามารถอยู่รอดได้โดยที่เทคโนโลยีไม่สามารถเข้ามาลดบทบาทของนักบัญชีได้ นอกจากนี้ สอดคล้องกับ อุเทน เลานาทา (2562) ระบุว่า นักบัญชียุคดิจิทัลต้องให้ความใส่ใจ และนำเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนางาน เพื่อให้งานทั้งขององค์กรและงานของตนเองเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งนักบัญชีต้องเพิ่มความรู้ ความสามารถ และการฝึกทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้นในยุคดิจิทัล นักบัญชีต้องมีคุณสมบัติระหว่างความรู้ และทักษะ เพื่อนำมาใช้ในการจัดการงานในธุรกิจและสามารถจัดการข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ได้

2. ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD) ซึ่งความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลของนักบัญชีภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ยังคงเป็นความสามารถที่นักบัญชีต้องมี เพื่อให้การปฏิบัติงานด้านการบัญชีมีความเป็นมืออาชีพ และช่วยให้งานเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้อง สอดคล้อง ศรีสุดา อินทมาศ (2562) ระบุว่านักบัญชีในยุคดิจิทัล เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้อง และทันเวลาภายใต้ข้อมูลที่มีจำนวนมากซึ่งจะช่วยให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพ

3. ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ) ความสามารถเฉพาะบุคคลของนักบัญชี อาทิ การมีความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการสื่อสาร การใช้ความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพในการปฏิบัติงาน และความสามารถในการปรับตัว ซึ่งความสามารถเหล่านี้แต่ละบุคคลมีแตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานทางด้านการบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ มงคล กิตติวุฒิกโร และมนัสดา ชัยสวณียาภรณ์ (2560) ระบุว่าผู้ประกอบการต้องการนักบัญชีที่มีคุณสมบัติเกี่ยวกับการมีทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล อยู่ในระดับมาก และ กรณีการ ลำลือ (2552) ระบุว่า ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล เป็นทักษะที่ผู้ประกอบการต้องการให้นักบัญชีมีคุณสมบัตินี้ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. จรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA) ความเป็นมืออาชีพของนักบัญชีดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญนอกจากความรู้และความสามารถทางวิชาชีพแล้วนั้น การปฏิบัติงานโดยยึดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพบัญชียังเป็นสิ่งสำคัญซึ่งนักบัญชีต้องตระหนัก เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ibidunni et al., (2018) จรรยาบรรณทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานทางการบัญชี งานวิจัยของ สิทธิกร ด้านพิไลพร (2558) ระบุว่า จรรยาบรรณของนักบัญชีในด้านความโปร่งใส ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรมและความซื่อสัตย์สุจริต ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติงาน การรักษาความลับ และความรับผิดชอบต่อผู้รับบริการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิภาพการทำงาน

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

6.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กิจการทางหุ้นส่วนจำกัดควรจัดให้มีการอบรมพัฒนาความรู้ความสามารถให้กับนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในกิจการโดยมุ่งเน้นความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล เพื่อให้ นักบัญชีสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ เพื่อให้การดำเนินงานของกิจการเกิดประสิทธิภาพ รวมทั้ง กิจการต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น มาสนับสนุนการปฏิบัติของนักบัญชีให้มีความเป็นมืออาชีพมากยิ่งขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

6.2.1 การนำปัจจัยด้านอื่น ๆ มาศึกษาความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น ด้านภาวะความเป็นผู้นำของนักบัญชี ความฉลาดทางด้านอารมณ์ของนักบัญชี เพื่อค้นหาปัจจัยอื่นที่ทำให้ นักบัญชีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6.2.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติกับกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น ธุรกิจ SMEs ธุรกิจประเภทบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เพื่อค้นหาความแตกต่างของผลการวิจัยเมื่อกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงไป

6.2.3 การศึกษาโดยใช้ตัวแปรตามอื่น อาทิ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน คุณภาพการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนานักบัญชี

6.2.4 การศึกษาโดยการกำหนดตัวแปรแทรกซ้อน อาทิ ประสบการณ์ในการทำบัญชี สภาพแวดล้อมภายในองค์กร

6.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ข้อค้นพบที่ได้มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

6.3 ประโยชน์ของการวิจัย

6.3.1 ผู้ประกอบการของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัด ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของนักบัญชีเกี่ยวกับทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ เนื่องจากนักบัญชียังมิได้ให้ความสำคัญดังจะเห็นได้จากผลการวิจัย

6.3.2 ผู้ประกอบการของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัด ควรให้การสนับสนุนนักบัญชีในการอบรม และเพิ่มความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้ข้อมูลที่มีขนาดใหญ่ เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมให้กับนักบัญชีและให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

6.3.3 ผู้ประกอบการของกิจการทางหุ้นส่วนจำกัด ควรกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติทางการบัญชี อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้การปฏิบัติงานของนักบัญชีรุ่นใหม่มีประสิทธิภาพ

7. สรุป

ยุคดิจิทัลเป็นยุคของเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลในการดำเนินงานขององค์กร มีผลกระทบโดยตรงกับนักบัญชี ซึ่งเป็นผู้จัดทำบัญชีให้กับองค์กรทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชน สำหรับงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาให้นักบัญชีของกิจการ ห้างหุ้นส่วนจำกัดในจังหวัดยะลา จำนวน 181 แห่ง เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพของนักบัญชี ยุคดิจิทัลกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ซึ่งความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพ การดำเนินงาน โดยองค์ประกอบของความเป็นมืออาชีพของนักบัญชียุคดิจิทัล มีทั้งสิ้น 5 องค์ประกอบ คือ ความรู้ด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK) ทักษะในการใช้และประยุกต์ใช้เครื่องมือเทคโนโลยีสารสนเทศ (SIT) ความสามารถในการ วิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของนักบัญชี (ASQ) และจรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA) พบว่ามี 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความรู้ด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ (ITK) ความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (AFD) ทักษะคุณลักษณะเฉพาะของ นักบัญชี (ASQ) และจรรยาบรรณของนักบัญชี (EFA)

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิการ์ ลำลือ. (2552). *คุณสมบัติของนักบัญชีที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการในเขตจังหวัดเชียงใหม่*.
การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จันทน์ รุ่งเรืองธนาผล แล พิลิฐ ลิ้มอารีย์สุข. (2558). *พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พัชรินทร์ ใจเย็น, ฤทธา มณีชัย, ธัญลักษณ์ ศรีงู และณัฐวิทย์ บุญภาพ. (2560). นักบัญชีกับเทคโนโลยียุคปัจจุบัน.
วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค. 3(1) : 196-207.
- มงคล กิตติวุฒิกโร และมนัสดา ชัยสนธิยาภรณ์. (2560). คุณลักษณะของบัณฑิตสาขาการบัญชีในความต้องการของ
สถานประกอบการในเขตจังหวัดมุกดาหาร. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*.
12(1) : 27-37.
- ลัดดาวัลย์ ยอดบัว และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ. (2560). *ความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีต่อคุณภาพการสอบบัญชี
ของสำนักงานสอบบัญชี*. งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
จังหวัดนครปฐม. 1-8.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2556). *จรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี พ.ศ. 2553. คำชี้แจงข้อบังคับ
สภาวิชาชีพ (ฉบับที่ 19)*. ค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2562, จาก [http://fap.or.th.a33readyplanet.net./ images/
column1359010374/19.pdf](http://fap.or.th.a33readyplanet.net./images/column1359010374/19.pdf).
- สรวิชญ์ บุญวุฒิ และ ไพฑูรย์ อินตะขัน. (2559). การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ ภายใต้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*. 9(1) : 167- 177.
- สมชาย นำประเสริฐชัย. (2558). *การจัดการความรู้*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สิทธิกร ด่านพิไลพร. (2558). *ความสัมพันธ์ระหว่างจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพ
การทำงานของนักบัญชีธุรกิจประกันวินาศภัยเขตภาคเหนือตอนบน*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

- สุวรรณ หวังเจริญเดช. (2004). นักบัญชีในบทบาทของ ซีเอฟโอ. *Naresuan University Journal*. 12(2), 51-56.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดยะลา. (2560). รายงานสถานการณ์และดัชนีภาวะแรงงานจังหวัดยะลา ไตรมาส 3 ปี 2560 (กรกฎาคม – กันยายน 2560). ค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562 http://yala.mol.go.th/sites/yala.mol.go.th/files/6_0.pdf.
- ศรีสุตา อินทมาศ. (2562). โอกาสข้ามผ่านกรอบความคิดเดิมสู่โลกใหม่สายอาชีพนักบัญชียุคดิจิทัล. ค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.fap.or.th/upload/9414/zsBw8qK7fy.pdf>.
- ศิริรัฐ โชติเวชการ. (2561). การใช้ประโยชน์ OCR ในวงการบัญชี. จดหมายข่าวสภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. 69 : 15-17.
- อุเทน เลาน้ำทา. (2562). ความสามารถด้านดิจิทัลเทคโนโลยีของนักบัญชี. วารสารเอกสารภาษีอากร. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2562, จาก https://www.dst.co.th/index.php?option=com_content&view=article&id=3613:ability-digital-technology-accountant&catid=29&Itemid=180&lang=th.
- อุเทน เลาน้ำทา และนิภาพร อบทอง. (2017). ความสามารถของระบบบัญชีคอมพิวเตอร์กับความได้เปรียบด้านข้อมูลทางการบัญชี ของธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารการจัดการ*. 6(3) : 17-31.
- ACCA. (2016). Professional accountants – the future. ACCA. *The Association of chartered certified accountants*. Retrieved August 28, 2019, from <https://www.nba.nl/globalassets/projecten/visie/professional-accountants---the-future.pdf>.
- ACCA. (2016). Professional accountants—the future: Generation Next. *The Association of Chartered Certified Accountants*. Retrieved August 17, 2019, from https://www.accaglobal.com/content/dam/ACCA_Global/Technical/Future/generation-next-highlights.PDF.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York, NY: John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. (4th ed.). USA: John Wiley & Son.
- Bygren, K. (2016). *The digitalization impact on accounting firms business models*, Sweden. M.S. Thesis (KTH Industrial Engineering and Management), KTH Vetenskap och konst.
- Frey, C.B. & Osborne, M.A. (2013). *The future of employment: How susceptible are jobs to computerization?*, University of Oxford.
- Gustafsson. (2015). Identitetskris och möjligheter: Digitaliseringen störta gamla maktbalanser. *Entré, ESBRI*. 4(12) : 12-15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: a global perspective*. New Jerrey: Pearson Publishing.
- Huynh, Q. L., & Yaling, L. (2013). Mediation of computerized accounting systems (CAS) adoption on relationship between environmental uncertainty and organizational performance. *Journal of Modern Accounting and Auditing*. 9(6) : 747-755.
- Ibidunni, M, O., Okere, W., Ibidunni, A., Joshua, A., & Okah, E. (2018). Accounting ethics and the performance of Accounting firms in Lagos, Nigeria. *J Fin Mark*, 2(2) : 10-16.
- Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N. & Kiron, D. (2015). Is your business ready for a digital future?. *MIT sloan management review*, 56(4) : 37-44.

- Lesmana, R., & Machdar, N.M. (2015). Pengaruh Profesionalisme, Kompetensi, dan Independensi Auditor Terhadap Kualitas Audit. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2(1) : 33- 40.
- Likert, R. (1967). *The human organization: Its Management and value*. New York: McGraw-Hill.
- McClelland., D. C. (1973). Testing for Competence Rather than for Intelligence. *American Psychologist*, 28(1) : 1-14.
- Novianita Rulandari, S, AP, M, Si . (2017). The Effect of Supervision and Professionalism on Staff Performance at the Office of Social Affairs in East Jakarta Administrative City. *International Journal of Humanities and Social Science*. 7(2) : 184-192.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). Psychometric theory. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 17, 275-280.
- Rogers, M. Everett. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). London: Simon & Schuster.
- Southern Cross University. (2016). *Accounting in A Digital World*. Retrieved April 27, 2019, from <https://online.scu.edu.au/accounting-digital-world>.
- Yamane, T. (1967). *Statistics an introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.

ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กร ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between Sustainable Development Report and Corporate Image Of Thai Listed Companies

ชนิสฐา วงศ์คำตา* ศุทธิณี ปราชนุศรีภูมิ² และสุวรรณ หวังเจริญเดช³

Kanista Vongkamta* Suttinee Prachsruphum² and Suwan Wangcharoendate³

Received : January 23, 2020 Revised : March 23, 2020 Accepted : March 27, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 123 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงควรใช้ข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ในการวางแผนกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งการจัดทำรายงานนำเสนอให้กับผู้มีส่วนได้เสียและสาธารณชนได้รับทราบ รายงานรูปแบบใหม่ที่เปิดเผยข้อมูลทั้งผลการดำเนินงานที่แสดงตัวเลขทางการเงินที่สะท้อนผลการดำเนินงานควบคู่ไปกับผลการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

คำสำคัญ : รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ภาพลักษณ์องค์กร บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research aimed to examine the relationship between sustainable development report and corporate image of Thai Listed Companies. The questionnaires were used as the tool for collecting data from 123 accounting executives from the listed companies. The statistical techniques used for the analysis of the collected data were multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results indicated that two in five dimensions of sustainable development reports (human rights and community involvement and development) had positive relationships with and effect on corporate images. Therefore, the accounting executives of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand would have better apply the information from this study to planning policies and guidelines of the sustainable development reports, as well as disseminating the reports to the stakeholders and the public in order that they will have a new format of the reports which reveal both facts of financial statements reflecting the business profits and the performances showing responsibilities for environments and societies.

Keyword : Sustainable Development Report, Corporate Image, Thai Listed Companies

1. บทนำ

ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องความยั่งยืนทางธุรกิจ หรือการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารองค์กร ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำนายที่จะนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จโดยที่ไม่ได้มุ่งเน้นในด้านตัวเลข กำไร หรือการเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวแต่ยังเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล (นิธิภักดิ์ ปินตา, 2559:114) ดังนั้น ธุรกิจหลายประเภทจึงได้นำเอากรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน เพราะมีปัจจัยภายนอกประกอบด้วย ชุมชนและภาครัฐ ที่ผลักดันให้แต่ละธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากว่ากระบวนการผลิตสินค้าจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักของกระบวนการผลิต หากธุรกิจนั้นไม่มีกระบวนการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีโอกาสที่ของเสียหรือมลพิษที่เกิดจากกระบวนการผลิตจะไปทำลายสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิตชุมชนก็จะมีค่อนข้างสูง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้จึงทำให้ผู้มีส่วนได้เสียเกิดข้อสงสัยเกี่ยวกับกระบวนการทำกำไรกับความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนว่าธุรกิจนั้นได้นำไปปฏิบัติอย่างจริงจังหรือไม่ เพื่อแสดงความจริงใจและปรับตัวให้เข้ากับธุรกิจสมัยใหม่ที่สร้างคามยั่งยืนด้านกำไรไปพร้อมกับการสร้างคามยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม ธุรกิจจึงต้องหันมาดูแลและใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยการบูรณาการความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเข้ากับกลยุทธ์และกระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถทำได้โดยการจัดทำรายงาน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือรายงานเพื่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อใช้สื่อสารให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบถึงพฤติกรรมองค์กรต่อสังคมภายนอก (วัชนิพร เศรษฐสุตโก, 2559: 32-33) โดยสามารถเพิ่มบทบาทและมีส่วนร่วมในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม คำนึงถึงสิทธิมนุษยชน สังคมและสิ่งแวดล้อม แทนที่จะมุ่งเน้นเพียงการสร้างผลกำไรและเพิ่มมูลค่าของกิจการ ซึ่งในการประกอบธุรกิจสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการอย่างยิ่งคือความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของสังคมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องการการเป็นที่ยอมรับของสังคมเป็นอย่างมาก (ชินกมล สิบบางหัว และจิตาภรณ์ สีนจฺญาคักดิ์, 2560: 163)

รายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืน (Sustainable Development Report) เป็นรายงานที่แสดงให้เห็นผลการปฏิบัติงานภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เป็นการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสังคมโดยรวม นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท รวมทั้งข้อมูลด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูลไปยังผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร (วัชนิพร เศรษฐสุตโก, 2559: 175) โดยเกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ด้านมาตรฐานแรงงาน (Labor Standard) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Involvement and Development) (โสภณ พรโชคชัย, 2553: 24-25) การเปิดเผยข้อมูลใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารผลการปฏิบัติงานขององค์กรไปยังผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอก เพื่อเพิ่มความเข้าใจกระบวนการสร้างความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร ถือเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและการสร้างความไว้วางใจจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง (วัชนิพร เศรษฐสุตโก, 2559: 32-33)

ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นความรู้สึก ความเชื่อ และความประทับใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อองค์กร สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพและผลสัมฤทธิ์ของการบริหารและการดำเนินงานขององค์กรทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร ความรับผิดชอบต่อสังคมและการกระทำประโยชน์ต่อสาธารณะอย่างต่อเนื่อง (อภิวิช พุกสวัสดิ์, 2556: 100) องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร ได้แก่ ด้านชื่อเสียง (Reputation) ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance) และด้านความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) (วิรัช ภิรัตกุล, 2553: 77) ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรมากขึ้น เพราะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนความร่วมมือในองค์กรนั้นให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (อรรณณ กิจปราชญ์, 2558: 3) โดยเฉพาะบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เป็นบริษัทขนาดใหญ่มีส่วนได้เสียกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย ยิ่งต้องเปิดเผยข้อมูลรายงานทางการเงิน รวมทั้งรายงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสร้างความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (Thai Listed Companies) เป็นบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทมหาชน มีส่วนได้เสียกับผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย การดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนต้องอาศัยการสนับสนุนเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ แต่การลงทุนในตลาดหลักทรัพย์เป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงทำให้การตัดสินใจเลือกลงทุนในยุคปัจจุบันของผู้ถือหุ้นไม่ได้พิจารณาเลือกลงทุนเฉพาะบริษัทที่มุ่งเน้นการแสวงหากำไรสูงสุดเท่านั้น แต่ขยายขอบเขตการพิจารณาเลือกบริษัทที่สร้างความยั่งยืนด้านกำไรไปพร้อมกับการสร้างความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและสังคม (ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว, 2556: 27-28) ซึ่งบริษัทจดทะเบียนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ตลาดหลักทรัพย์จึงได้สนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินกิจการภายใต้หลักของความยั่งยืนและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุน (สุมาลี หดคำ, 2559: 2) สำหรับในประเทศไทยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้ประกาศแผนพัฒนาความยั่งยืนอย่างเป็นทางการในปี 2556 โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้บริษัทจดทะเบียนดำเนินกิจการภายใต้หลักของความยั่งยืนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร สังคม และตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุน เนื่องจากประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่นักลงทุนและบริษัทในต่างประเทศให้ความสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะเลือกลงทุนหรือเลือกดำเนินธุรกิจกับบริษัทคู่ค้าที่มีความรับผิดชอบต่อเรื่องดังกล่าว (จริญญา อนันตชัย, 2558: 3)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ารายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรหรือไม่ ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร

ฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกำหนดนโยบายและเป็นแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนช่วยส่งเสริมให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เห็นถึงความสำคัญของการจัดทำรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความเชื่อมั่น การยอมรับและให้ความร่วมมือ รวมถึงการสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้



2.1 รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Report) หมายถึง การรายงานหรือการเปิดเผยข้อมูลการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมของธุรกิจในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นรายงานที่ธุรกิจจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรไปยังผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกขององค์กรได้ทราบกิจกรรมและผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการเปิดเผยข้อมูลสามารถช่วยเพิ่มความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือขององค์กร ส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างความไว้วางใจ และเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับผู้ลงทุนที่ใช้ประกอบการตัดสินใจเพื่อพิจารณาลงทุนในธุรกิจที่มีการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (โสภณ พรโชคชัย, 2553: 24-25) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (Human Rights) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ปฏิบัติต่อคู่ค้าและผู้ที่ต้องการติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจกับองค์กรโดยไม่กีดกันทางเพศ เชื้อชาติ ศาสนา ตลอดจนไม่กระทำการใดที่เป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลใด ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

2.1.2 ด้านมาตรฐานแรงงาน (Labor Standard) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลด้านการให้ความคุ้มครองสภาพการทำงานของพนักงานโดยกำหนดเงื่อนไขการจ้างที่เป็นธรรม ทั้งในด้านสวัสดิการ ผลตอบแทน สิ่งแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงาน และสุขภาพของพนักงาน ให้การฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพของพนักงานสม่ำเสมอ

โดยมีนโยบายที่ชัดเจนและแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางการสื่อสาร ข้อเสนอแนะ และร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน

2.1.3 ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินและหาแนวทางแก้ไข ใช้เทคโนโลยีและการผลิตที่มีมาตรฐาน สร้างระบบที่มีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในการบำบัดของเสีย มีการฝึกอบรมให้กับบุคลากรเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและผลักดันความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งมาตรการและแผนฉุกเฉิน เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

2.1.4 ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (Anti-Corruption) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต โปร่งใส สร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทักษะคิด ว่าการทุจริตเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ มีระบบบริหารที่ป้องกันการจ่ายสินบน มีเครื่องมือในการตรวจสอบการทุจริตทุกรูปแบบ รวมทั้งมีช่องทางการแจ้งเบาะแส ขอร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะให้แก่สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสีย

2.1.5 ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (Community Involvement and Development) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบริษัท และชุมชนใกล้เคียงโดยการสนับสนุนกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรและชุมชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งการปลูกฝังค่านิยมจิตอาสาให้พนักงานเพื่อสร้างจิตสำนึกในการทำความดีตอบแทนสังคมตามหลักพลเมืองที่ดี

2.2. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) หมายถึง ภาพรวมขององค์กร ที่เกิดจากการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนความเชื่อ และความประทับใจของแต่ละบุคคลที่มีต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน ตั้งแต่การบริหารหรือการจัดการ (Management) รวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่องค์กร หน่วยงาน สถาบัน จำหน่าย (วิรัช ฤทธิรัตนกุล, 2553: 82) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านชื่อเสียง (Reputation) หมายถึง การรับรู้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องว่าเป็นองค์กรที่มีศักยภาพในการดำเนินงาน ได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนว่าเป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการพิจารณาจัดสรรเงินทุนจากสถาบันการเงินเมื่อขอสินเชื่อ รวมถึงได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดีเมื่อมีสินค้าหรือบริการใหม่

2.2.2 ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ (Believe and Acceptance) หมายถึง การได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอกด้านการดำเนินธุรกิจที่มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ เป็นความเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติจากภาครัฐหรือเอกชนในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2.2.3 ด้านความเลื่อมใสและศรัทธา (Trustworthiness and Faith) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลภายนอกที่มีต่อองค์กร แสดงถึงสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในองค์กร เป็นที่ดึงดูดใจในการเข้าร่วมลงทุน หรือการเข้าร่วมทำงานของบุคคลทั่วไป ตลอดจนได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมจากชุมชนและสังคมรอบข้าง และได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ารายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กร จึงตั้งสมมติฐาน ได้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับภาพลักษณ์องค์กร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 611 คน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 2 สิงหาคม 2562 จำนวน 611 ฉบับ ตามที่อยู่ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และปรากฏว่ามีแบบสอบถามถูกส่งกลับคืนจำนวน 9 ฉบับ เนื่องจากมีการย้ายหรือเปลี่ยนแปลงที่อยู่ ซึ่งทำให้มีจำนวนแบบสอบถามที่ส่งถึงผู้รับจำนวน 602 ฉบับ และเมื่อครบตามระยะเวลา 45 วัน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 128 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 123 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 20.43 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2004) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดตัวอย่างเพียงพอในการนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลในการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยความเป็นธรรมบนพื้นฐานศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ไม่กระทำการใดที่เป็นการละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น ส่งเสริมการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิมนุษยชน ตลอดจนการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

2) ด้านมาตรฐานแรงงาน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลด้านการให้ ความคุ้มครองสภาพการทำงานของพนักงานโดยกำหนดเงื่อนไขการจ้างที่เป็นธรรม ความปลอดภัยในการทำงาน ให้การฝึกฝนทักษะและเพิ่มพูนศักยภาพของพนักงาน ตลอดจนเปิดโอกาสให้พนักงานมีช่องทางการสื่อสาร ข้อเสนอแนะ และร้องทุกข์เกี่ยวกับการทำงาน

3) ด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินและหาแนวทางแก้ไข ใช้เทคโนโลยีและการผลิตที่มีมาตรฐาน มีการฝึกอบรมให้กับบุคลากร เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งมีมาตรการและแผนฉุกเฉินเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินงาน

4) ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลด้านการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องตามกฎหมายด้วยความซื่อสัตย์สุจริต สร้างจิตสำนึก ค่านิยม ทศณคติ ว่าการทุจริตเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ มีระบบบริหารที่ป้องกันการจ่ายสินบน รวมทั้งมีช่องทางการแจ้งเบาะแส ขอร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะให้ แก่สาธารณชนและผู้มีส่วนได้เสีย 5) ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุม เกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างความร่วมมือระหว่าง องค์กรและชุมชนในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น รวมทั้งการปลูกฝังค่านิยมจิตอาสาให้ พนักงานเพื่อสร้างจิตสำนึกในการทำความดีตอบแทนสังคมตามหลักพลเมืองที่ดี

ภาพลักษณ์องค์กรสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านชื่อเสียง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ถือหุ้นและผู้ลงทุนว่าเป็นหน่วยงานที่มีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ ได้รับการพิจารณาจัดสรรเงินทุนจากสถาบันการเงินเมื่อขอสินเชื่อ รวมถึงได้รับความนิยมและการตอบรับจากลูกค้า เป็นอย่างดีเมื่อมีสินค้าหรือบริการใหม่ 2) ด้านความน่าเชื่อถือและการยอมรับ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการได้รับการยอมรับจากบุคคลภายนอกด้านการดำเนินธุรกิจที่มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า รวมถึงการได้รับรางวัลเชิดชูเกียรติจากภาครัฐหรือเอกชนในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 3) ด้านความเลื่อมใสและศรัทธา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการมีสัมพันธภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอกและพนักงานภายในองค์กร เป็นที่ดึงดูดใจในการเข้าร่วมลงทุน หรือการเข้าร่วมทำงานของบุคคลทั่วไป ตลอดจนได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมจากชุมชนและสังคมรอบข้าง และได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์แก่ชุมชนและสังคม

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.507 – 1.242 และภาพลักษณ์องค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.490 – 0.819 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.888 – 0.960 และภาพลักษณ์องค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.838 – 0.951 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่าแบบเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad \text{COR} = \beta_0 + \beta_1 \text{HUM} + \beta_2 \text{LAB} + \beta_3 \text{EUN} + \beta_4 \text{ANT} + \beta_5 \text{COM} + \epsilon$$

เมื่อ COR แทน ภาพลักษณ์องค์กร

HUM แทน รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน

LAB แทน รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านมาตรฐานแรงงาน

EUN แทน รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม

ANT แทน รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน

COM แทน รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของรายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืนที่ยั่งยืนกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	COR	HUM	LAB	EUN	ANT	COM	VIFs
$\bar{X}$	4.259	4.425	4.295	4.067	4.405	4.073	
S.D	0.595	0.535	0.630	0.752	0.591	0.846	
COR	-	0.551*	0.613*	0.547*	0.602*	0.765*	
HUM		-	0.693*	0.506*	0.660*	0.435*	2.143
LAB			-	0.606*	0.737*	0.545*	2.835
EUN				-	0.591*	0.573*	1.873
ANT					-	0.634*	2.921
COM						-	1.874

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระรายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืนแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามภาพลักษณ์องค์กรโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.547-0.765 และตัวแปรอิสระรายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืนแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ รายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืน มีค่าตั้งแต่ 1.873 - 2.921 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ Black (2006: 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของรายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืน กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

รายงานเพื่อการพัฒนายั่งยืน	ภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม (COR)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.033	0.282	3.659*	<0.0001
ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน (HUM)	0.205	0.088	2.322*	0.022
ด้านมาตรฐานแรงงาน (LAB)	0.165	0.086	1.912	0.058
ด้านสิ่งแวดล้อม (EUN)	0.024	0.059	0.413	0.680
ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน (ANT)	0.049	0.093	0.523	0.602
ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม (COM)	0.425	0.052	8.145*	<0.0001
F = 44.899 p = < 0.0001 Adj R ² = 0.657				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรมและเผยแพร่ผลการดำเนินงานในรายงานเป็นประจำทุกปีซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุนหันมาลงในบริษัทเพิ่มเติม นอกจากนี้บริษัทควรคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา จงรักษ์สัตย์ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ทั้งหมดมีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมในหัวข้อเรื่องธรรมาภิบาล การปฏิบัติที่เป็นธรรมหัวข้อเรื่องสิทธิมนุษยชน และหัวข้อเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงเดช ไชยชนะ และคณะ (2561: บทคัดย่อ) พบว่า การบันทึกบัญชีด้านสิ่งแวดล้อม รายงานเพื่อความยั่งยืนยาวนาน และการเปิดเผยข้อมูลด้านสิทธิมนุษยชนมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของบริษัท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพย์ภรณ์ ปัตถา (2556: บทคัดย่อ) พบว่า ความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชี ด้านการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความยั่งยืนขององค์กรโดยรวม ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านความมั่นคงทางการเงิน และด้านความมีชื่อเสียงขององค์กร

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเน้นให้กิจการมีส่วนร่วมกับสังคมเพื่อส่งเสริมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ชุมชนรอบ ๆ โดยกิจการที่มีส่วนร่วม เช่น การให้ข้อมูลกิจกรรมอาสาหรือโครงการที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ช่วยให้เกิดผลดีต่อชุมชน เช่น สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปรึกษาหารือตัดสินใจในปัญหาาร่วมกัน เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดแก่บริษัทและชุมชนรอบ ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นการสร้าง ความเชื่อมั่นและการยอมรับแก่บริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพินท์ วงศ์ก่อ (2562: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีการเปิดเผยเรื่องการร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคมมากที่สุด เนื่องจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีมีการขยายตัวของธุรกิจสู่พื้นที่ชุมชนต่าง ๆ จึงมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับชุมชน มีการช่วยพัฒนาชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ชุมชนเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจของบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณี กัมพลกัญญา และกุลยา จันทะเดช (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลในเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคมมากที่สุด โดยหัวข้อที่อุตสาหกรรมฯ ให้ความสำคัญคือ กิจกรรมที่ช่วยพัฒนาชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ มาตย์ผล และคณะ (2560: บทคัดย่อ) พบว่า วิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการพัฒนาสังคมมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม เนื่องจากการพัฒนาสังคมเป็นการปรับปรุงส่งเสริมให้คนที่อยู่ร่วมกันมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุและจิตใจอันจะทำให้การดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันนั้นมีความเจริญรุ่งเรืองและสงบสุข องค์กรจึงมีส่วนร่วมในการพัฒนาสังคมที่จะสร้างและรักษาความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้บริโภค

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านมาตรฐานแรงงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากประเทศไทยได้มีการกำหนดมาตรฐานแรงงาน โดยกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคมได้ประกาศมาตรฐานแรงงานไทยความรับผิดชอบต่อสังคมที่เรียกว่า มรท. 8001 - 2553 ในปี พ.ศ. 2553 ออกมาเพื่อเป็นแนวทางที่บริษัทต่าง ๆ ที่ต้องการจะทำความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างสมบูรณ์แบบ ได้นำไปใช้เป็นต้นแบบในการดูแลพนักงานของตน แต่ มรท. 8001 - 2553 เป็นมาตรฐานที่มีต้นแบบมาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการอ้างอิงบรรดามาตรฐานไอเอสโอทำให้บางมาตรฐานไม่สอดคล้องกับวิธีการทำงานของประชาชนในประเทศไทย ทำให้การรายงานที่ได้ออกมาอยู่ในระดับต่ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาลินี สายก้อน (2560: บทคัดย่อ) พบว่า การปฏิบัติตามแรงงานอย่างเป็นธรรม

มีผลกระทบเชิงลบกับการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมโดยรวม ซึ่งอาจเกิดจากภาวะเบี่ยงเกี่ยวกับการปฏิบัติต่อแรงงานที่มีการบังคับให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดมากเกินไปอาจส่งผลให้เกิดความอ่อนไหวต่อความรู้สึกของสังคมหรือบุคคลนั้นได้ ดังนั้น จึงส่งผลให้ธุรกิจไม่ต้องการที่จะเปิดเผยข้อมูลต่อสาธารณชนเกี่ยวกับเรื่องของการปฏิบัติต่อแรงงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภันยา ห้วยผัด (2562: บทคัดย่อ) พบว่า คุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมด้านพนักงานของบริษัท มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัท

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการต่อต้านการคอร์รัปชัน ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจาก ก.ล.ต. กำหนดให้บริษัทจดทะเบียนเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จัดทำโดย ตลท. มีหลักการ 8 ข้อ ได้แก่ (1) การประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรม (2) การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน (3) การเคารพสิทธิมนุษยชน (4) การปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม (5) ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค (6) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม (7) การร่วมพัฒนาชุมชนหรือสังคม และ (8) การมีนวัตกรรมและเผยแพร่นวัตกรรม ในแบบรายการข้อมูลประจำปี ซึ่งการต่อต้านการคอร์รัปชัน คือ ข้อกำหนดนโยบายต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันทั้งในกิจการและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ การมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างรับผิดชอบ การแข่งขันอย่างเป็นธรรม พร้อมแนวนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้และติดตามผล พร้อมทำรายงานเปิดเผยผลการดำเนินงานและความคืบหน้า ทั้งนี้บางบริษัทอาจไม่สามารถเปิดเผยข้อมูลได้ทั้งหมด อีกทั้ง ก.ล.ต. ให้บริษัทถือว่าหลักการ 8 ข้อ เป็นเพียงแนวทางปฏิบัติมิใช่กรอบการรายงานที่ตายตัว ทำให้บริษัทสามารถพิจารณาเปิดเผยข้อมูลโดยสมัครใจในขอบเขตที่ได้ดำเนินการแล้ว หรือมีความพร้อมที่จะเปิดเผยและไม่จำเป็นต้องเปิดเผยข้อมูลครบถ้วนในทุกหลักการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณิ กัมพลกัญญา และกุลยา จันทะเดช (2559: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทจดทะเบียนที่มีชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET100 มีการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมแต่มีใช้ทุกบริษัทที่ได้เปิดเผยครบถ้วน และหัวข้อที่มีการเปิดเผยข้อมูลน้อย คือ การต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และการมีนวัตกรรมและเผยแพร่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศนีย์ กล้ามาก และคณะ (2561: บทคัดย่อ) พบว่า การเปิดเผยข้อมูลจำแนกตามหัวข้อความรับผิดชอบต่อสังคมตามที่ตลาดหลักทรัพย์ และ ก.ล.ต. กำหนด หัวข้อที่มีการเปิดเผยข้อมูลในสัดส่วนที่น้อยที่สุด คือ การต่อต้านการทุจริต และนวัตกรรมและการเผยแพร่นวัตกรรมฯ

รายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์กรโดยรวม เนื่องจากในปัจจุบันการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน และประเทศไทยยังไม่มีกฎหมายเพื่อบังคับใช้กับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงยังขาดแนวปฏิบัติที่จะทำให้บริษัทต่าง ๆ สามารถยึดถือเป็นแนวทางในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมได้ นอกจากนี้ การเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่าย ซึ่งหลายบริษัทยังไม่เห็นประโยชน์ จึงทำให้การทำรายงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นไปได้ยาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา จงรัชต์สัย (2559: บทคัดย่อ) พบว่า หัวข้อที่มีการเปิดเผยน้อยที่สุด คือหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม โดยบริษัทในกลุ่ม SET 100 Index จำนวนเกือบครึ่งหนึ่งอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมบริการ กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน และกลุ่มธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งมีการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าอุตสาหกรรมกลุ่มอื่น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมาลี หดคำ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมมีระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุ เช่น บางองค์กรมีการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การเปิดเผยถึงจำนวนผลกระทบระบุเป็นตัวเลขได้ยาก หรืออาจจะยังไม่มีทำให้ความสำคัญด้านนี้มากนัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิริยา จงรัชต์สัย (2561: บทคัดย่อ) พบว่า บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index ส่วนใหญ่มีระดับการรายงานข้อมูลสังคมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบการจัดทำรายงานของ GRI ฉบับ 3.1 ในระดับต่ำ โดยเฉลี่ยไม่เกิน 10% อาจเนื่องจากบริษัทไทยอาจได้รับแรงกดดันต่ำในการจัดทำรายงานตามกรอบของ GRI จากผู้มีส่วนได้เสียและยังไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับทางกฎหมายให้บริษัทไทยจัดทำรายงานตามกรอบของ GRI จึงส่งผลให้บริษัทไทยมีการจัดทำรายงานตามกรอบดังกล่าว

ในระดับค่อนข้างต่ำมาก

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำไปศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายงานเพื่อการพัฒนที่ยั่งยืน กับภาพลักษณ์องค์กรในกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น บริษัทในกลุ่ม SET 100 Index, บริษัทในกลุ่ม SET 150 Index และบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร นอกจากนี้ ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรายงานเพื่อการพัฒนที่ยั่งยืนด้านอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการรายงาน เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม โครงสร้างความเป็นเจ้าของ สัดส่วนการถือหุ้นของผู้บริหาร ลักษณะของธุรกิจ ระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการวางแผนกำหนดนโยบาย และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการรายงานเพื่อการพัฒนที่ยั่งยืน รวมทั้งการจัดทำรายงานนำเสนอให้กับผู้มีส่วนได้เสีย และสาธารณชนได้รับทราบ รายงานรูปแบบใหม่ที่เปิดเผยข้อมูลทั้งผลการดำเนินงานที่แสดงตัวเลขทางการเงินที่สะท้อนผลการดำเนินงานควบคู่ไปกับผลการดำเนินงานที่แสดงให้เห็นความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทำให้องค์กรธุรกิจมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับเกิดความเชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและทำให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

6. สรุปผลการวิจัย

รายงานเพื่อการพัฒนที่ยั่งยืน ด้านการคำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน และด้านการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชน และสังคม มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการติดต่อและดำเนินธุรกิจด้วยความเป็นธรรม คำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นการละเมิดสิทธิ และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ซึ่งถือเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักลงทุน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นอกจากนี้แล้วควรเน้นเรื่องการมีส่วนร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม เช่น การให้ข้อมูลกิจกรรมอาสาหรือโครงการที่ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สนับสนุนการจ้างงานหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปรึกษาหารือ ตัดสินใจในปัญหาร่วมกัน เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุดแก่บริษัท และชุมชนรอบ ๆ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการยอมรับและให้ความร่วมมือ รวมถึงการสร้างความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานส่งผลที่ดีต่อภาพลักษณ์องค์กร และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- จรัญญา อนันตชัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างรายงานความยั่งยืนและมูลค่าของกิจการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑามาศ มาตย์ผล และคณะ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างวิสัยทัศน์องค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมกับประสิทธิภาพการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสิ่งทอในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 9(1), 1–11.
- ขึ้นกมล สีนางหว้า และฐิตาภรณ์ สีนจรรณศักดิ์. (2560). ผลกระทบของการบัญชีสังคมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อความยั่งยืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 6(1), 161–168.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2562). รายชื่อบริษัท/หลักทรัพย์. ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.set.or.th/th/company/companylist.html>
- ทรงเดช ไชยชนะ และคณะ. (2561). ผลกระทบของการปฏิบัติทางการบัญชีอย่างยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่, 11(2), 125–141.
- ทัศนีย์ กล้ามาก และคณะ. (2561). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทในหมวดธุรกิจการแพทย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์, 13(2), 63–76.
- ทิพยาภรณ์ ปัตถา. (2556). ผลกระทบของความรับผิดชอบต่อสังคมทางการบัญชีที่มีต่อความยั่งยืนขององค์กรของธุรกิจการเงินในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 32(6), 60–70.
- ธีรพร ทองชะโชค และอาคม ใจแก้ว. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ, 30(1), 23–51.
- นิธิภัคดี ปินตา. (2559). ผลกระทบของรายงานความยั่งยืนต่อผลการดำเนินงานขององค์กรสำหรับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในกลุ่มประเทศอาเซียน. วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 3(2), 112–126.
- พรณี กัมพลกัญญา และกุลยา จันทะเดช. (2559). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีรายชื่อหลักทรัพย์ในกลุ่มดัชนี SET 100. วารสารวิชาชีพบัญชี, 12(36), 20–47.
- มาลินี สายก้อน. (2560). ผลกระทบความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจที่มีต่อการเปิดเผยข้อมูลบัญชีสิ่งแวดล้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่ได้การรับรอง ISO 14001 ในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 12(2), 78–103.
- วัชนิพร เศรษฐสุโข. (2559). การบัญชีเพื่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม. กรุงเทพฯ: วี.เจ. ฟรินตัง.
- วิภา จงรักษ์สัตย์. (2559). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการในประเทศไทย. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 8(15), 128–144.
- วิริยา จงรักษ์สัตย์. (2561). การเปิดเผยข้อมูลทางสังคมและสิ่งแวดล้อมตามกรอบการจัดทำรายงานของ GRI: กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี SET 100. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 12(17), 1–22.

- วิรัช ลิขิตรัตนกุล. (2553). *การประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภันยา ห้วยผัด. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 12(2), 53–67.
- สุมาลี หดคำ. (2559). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดเผยรายงานความยั่งยืนกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชีบริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โสภณ พรโชคชัย. (2553). *CSR ที่แท้*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มูลนิธิประเมินค่าทรัพย์สินแห่งประเทศไทย.
- อภิวิช พุกสวัสดิ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพินท์ วงศ์ก่อ. (2562). การเปิดเผยข้อมูลความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพนธ์*, 14(3), 193–203.
- อรรณณ กิจปราชญ์. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการบัญชีสิ่งแวดล้อมกับความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กรในทัศนคติของผู้บริหารบริษัทในอุตสาหกรรมพลังงานและสาธารณูปโภคที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- 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. New York: John Wiley & Sons.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการบริการกับความสามารถเปรียบเทียบ
การแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย
The Relationship between Service Management Strategy and Competitive
Advantage of Private Hospital Businesses in Thailand

ฟ้าใหม่ ห่อทรัพย์* และ ธีรา เอrawn²

Famai Horsap* and Theera Erawan²

Received : February 21, 2020 Revised : March 24, 2020 Accepted : March 27, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการบริการกับความสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยจำนวน 167 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การจัดการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนจึงควรให้ความสำคัญและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การจัดการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และด้านจิตสำนึกในการบริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การจัดการบริการขององค์กรในการเพิ่มศักยภาพความสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์การจัดการบริการ ความสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

* 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

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between service management strategy and competitive advantage of private hospital businesses in Thailand. A self-administered questionnaire was used to collect data from 167 executives of private hospital businesses in Thailand. Data analysis techniques used in this study were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. Findings revealed positive relationships between service management strategies (customer service plan, customer centric, service mind) and overall competitive advantage of private hospital in Thailand. Therefore, executives of private hospital in Thailand should focus and apply service management strategy in order to increase the sustainable competitive advantage.

Keywords : Service Management Strategy, Competitive Advantage, Private Hospital Businesses

1. บทนำ

การบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยมีความก้าวหน้าและการเติบโตอย่างมาก ทั้งโรงพยาบาลของรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ปัจจุบันมีจำนวนผู้รับบริการที่เพิ่มมากขึ้น การรักษาที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันอย่างมากในการรักษาพยาบาล การให้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในปัจจุบันมีจำนวน 354 แห่ง โดยโรงพยาบาลเอกชนมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวน 326 แห่ง, ปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 329 แห่ง, ปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 343 แห่ง, ปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 345 แห่ง, ปี พ.ศ. 2560 มีจำนวน 350 แห่ง และปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน 354 แห่ง ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (สำนักงานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, 2561 : เว็บไซต์) การเติบโตของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ส่งผลทำให้เกิดการแข่งขันสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้ประกอบการการผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ การเป็นศูนย์รวมเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย การสร้างชื่อเสียงแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง และการเปิดการค้าอาเซียน ส่งผลให้มีลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในรูปแบบการรักษาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ทำให้มีผู้รับบริการชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยออมสิน, 2560 : เว็บไซต์) ซึ่งพบว่าผู้รับบริการชาวต่างชาติมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2559-2560 จากร้อยละ 10.7 เป็น ร้อยละ 11.4 และผู้รับบริการชาวไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2559-2560 จากร้อยละ 7.3 เป็น ร้อยละ 8.1 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560 : เว็บไซต์) ทำให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมากขึ้น โรงพยาบาลเอกชนจึงต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และต้องสร้างความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการให้มากยิ่งขึ้น (มัลลิกา สุปงกฎ, 2559 : 1926-1927) ดังนั้นการที่ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน จะสามารถเติบโตก้าวหน้าท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง จึงต้องสร้างกลยุทธ์การจัดการการบริการเพื่อใช้ในการวางแผนการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ โดยมุ่งเน้นการตลาดด้านการบริการ นวัตกรรม และเทคโนโลยีให้มากยิ่งขึ้น (รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, 2559 : 80-88)

กลยุทธ์การจัดการการบริการ (Service Management Strategy) เป็นการวางแผนในการให้บริการลูกค้าล่วงหน้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan) ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และด้านจิตสำนึกในการบริการ (Service Mind) (ศิริพร วิษณุหมิมาชัย, 2551 : 7-17) ในการวางแผนกลยุทธ์การจัดการการบริการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการสร้างแผนการบริการลูกค้า

การเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และการสร้างจิตสำนึกการบริการ ให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงกับความต้องการ เป็นการสร้างคุณค่าการบริการ ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการกลยุทธ์การบริการ (วสันต์ โรจนกุล, 2558 : 5)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ในการให้บริการขององค์กรได้เหนือกว่าองค์กรอื่น ๆ จากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ ที่มีลักษณะและกลุ่มเป้าหมายคล้ายคลึงกัน (อมรรัตน์ ตะโคตร, 2560 : 6-7) ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ด้านคุณภาพ (Quality) ด้านนวัตกรรม (Innovation) และด้านการตอบสนองของลูกค้า (Customer Responsiveness) (วิทยา ด้านอำรุง, 2546 : 38-39) ในแต่ละด้านสามารถส่งผลให้มีการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การฝึกอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การฝึกงานกับผู้เชี่ยวชาญ (ชนินทร สุภา, 2560 : 5) ซึ่งนอกจากปัจจัยด้านต่าง ๆ แล้ว ด้านความสามารถทางการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศ ยังสามารถส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (เมขลา วุฒิมังค์, 2559 : 102)

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน (Private Hospital Businesses) เป็นสถานพยาบาลที่จัดตั้งโดยเอกชน มีการให้บริการด้านการพยาบาล ตรวจรักษาสุขภาพ เพื่อเสริมสร้าง พื้นฟูและการป้องกันโรค และดูแลผู้ป่วยรับไว้ค้างคืน ซึ่งดำเนินกิจการเพื่อมุ่งหวังผลกำไรในการประกอบกิจการพยาบาล (ชนินทร สุภา, 2560 : 6) ซึ่งมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากความต้องการบริการด้านสุขภาพเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนต้องเพิ่มระบบในการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ ทั้งในด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน คุณภาพของการรักษาความปลอดภัย และการใช้เทคโนโลยีได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนต้องเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้น (อัจจิมา อินทวิเชียร, 2560 : 5)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่ากลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์การจัดการการบริการของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน และเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารโรงพยาบาลเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจบริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

2. ทบทวนวรรณกรรม

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดกลยุทธ์การจัดการการบริการซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ตามกรอบแนวคิดการบริการเชิงรุก ของ ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย (2551) พบว่ามีองค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้

1. ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan)
2. ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric)
3. ด้านการบริการด้วยใจ (Service Mind)
4. ด้านทักษะและความกระตือรือร้น (Skill and Enthusiastic Service)

กรอบแนวคิดนี้ได้มีนักวิจัยหลายท่านนำไปใช้ประยุกต์ใช้ ได้แก่ นักวิจัย ณัฐนันท์ อุนารัตน์ (2559), พัฒน์ภูมิ แสนศักดิ์ (2559) นันทพร ตังคณิตานนท์, 2558) และ ศิริพร พูนบุตร (2556)

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดกลยุทธ์การจัดการการบริการดังกล่าวข้างต้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประยุกต์ใช้แนวคิดการบริการเชิงรุก ของ ศิริพร วิษณุภูมิมาชัย (2551) จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan) ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) และ

ด้านจิตสำนึกในการบริการ (Service Mind) เนื่องจากองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านมีความเหมาะสมกับกลยุทธ์การจัดการการบริการของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมากที่สุด และนอกจากนี้ยังมีนักวิจัยหลายท่านนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้จำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้นำกรอบแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ ในการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการบริการในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

สำหรับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การจัดการการบริการ พบว่า

ณัฐนันท์ อุณารัตน์ (2559 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การบริการเชิงรุกและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการเชิงรุกโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เช่น ด้านการสร้างเสริมความขึ้นชอบการบริการให้กับพนักงาน ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ด้านจิตสำนึกในการบริการ และด้านทักษะ ความรวดเร็วและความชัดเจน

พัฒน์ภูมิ แสงศักดิ์ (2559 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวมและรายด้าน

นันทพร ตั้งคณิตานนท์ (2558 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของกลยุทธ์การบริการเชิงรุกที่มีต่อผลการดำเนินการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริการเชิงรุก ด้านแผนการบริการลูกค้า และด้านทักษะและความกระตือรือร้นในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน

ศิริพร พุ่มบุตร (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการบริการเชิงรุกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริการเชิงรุก ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการตลาด 2) การบริการเชิงรุก ด้านจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับผลการดำเนินงานทางการตลาด

สำหรับการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า

ชนินทร สุภา (2560 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

รุจิพัทธ์ เอกอัศวณาศักดิ์ (2559 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ ด้านการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้านการวางตำแหน่งทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และด้านด้านการสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

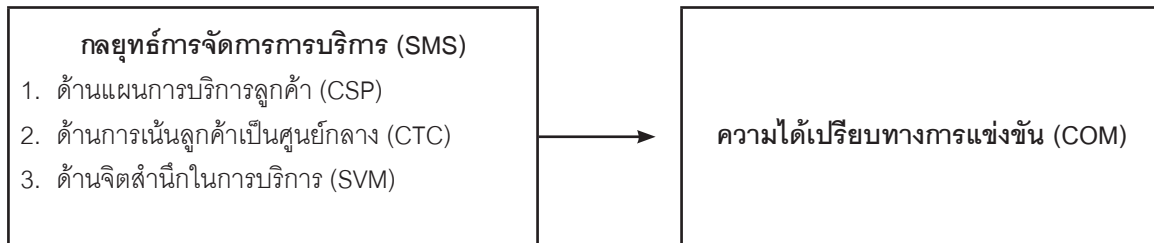
กนกวรรณ เอ็มรัตน์ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริการด้านการบริการแบบมืออาชีพ ด้านการบริการที่หลากหลาย และด้านการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

พิมพ์ชนก วิทยบุญ (2557 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านการวิเคราะห์ทางการตลาด ด้านการพัฒนาแผนกลยุทธ์ทางการตลาด และด้านการวางแผนกิจกรรมทางการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ แสดงดังภาพ 1

ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



3.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการด้านแผนการบริการลูกค้ากับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

3.1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

3.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการด้านจิตสำนึกในการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

3.2 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานสำหรับงานวิจัย มีดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 : กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 : กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 : กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

3.3 นิยามศัพท์

3.3.1 กลยุทธ์การจัดการการบริการ (Service Management Strategy) หมายถึง การวางแผนในการให้บริการลูกค้าล่วงหน้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องร้องขอ ประกอบด้วย

3.3.1.1 ด้านแผนการบริการลูกค้า (Customer Service Plan) หมายถึง การวางแผนล่วงหน้าเกี่ยวกับแนวทางในการให้บริการลูกค้า โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

3.3.1.2 ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) หมายถึง การให้บริการโดยคำนึงถึงความต้องการและประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก โดยไม่เลือกปฏิบัติ

3.3.1.3 ด้านจิตสำนึกในการบริการ (Service Mind) หมายถึง การที่พนักงานให้บริการลูกค้าอย่างสุภาพอ่อนโยน มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้า รวมถึงการเสียสละทุ่มเทและรับผิดชอบในการทำงาน

3.3.2 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ประกอบด้วย

3.3.2.1 ประสิทธิภาพ (Efficiency) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

3.3.2.2 คุณภาพ (Quality) หมายถึง เกณฑ์หรือระดับในการกำหนดมาตรฐานการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3.3.2.3 นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์บริการใหม่ ๆ ตลอดจนการแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ ในการให้บริการ

3.3.2.4 การตอบสนองของลูกค้า (Customer Responsiveness) หมายถึง การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 354 คน (สำนักงานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ, 2561 : เว็บไซต์)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย จำนวนเงินทุนในการดำเนินงาน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ จำนวนพนักงานทั้งหมดในปัจจุบัน จำนวนเตียงพยาบาล และรายได้เฉลี่ยต่อปีของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการการบริการของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ โดยครอบคลุม กลยุทธ์การจัดการการบริการทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแผนการบริการลูกค้า จำนวน 5 ข้อ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง จำนวน 4 ข้อ และด้านจิตสำนึกในการบริการ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 16 ข้อ โดยครอบคลุมความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพ จำนวน 4 ข้อ ด้านคุณภาพ จำนวน 4 ข้อ ด้านนวัตกรรม จำนวน 4 ข้อ และด้านการตอบสนองลูกค้า จำนวน 4 ข้อ

4.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถามโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมาย และสมมติฐานในการวิจัย

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้บริหาร โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จำนวน 30 คน

3.2 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งกลยุทธ์การจัดการการบริการ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.512 - 0.784 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.503 - 0.753 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ทำยเรือคำ (2552 : 90) ที่ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกรายข้อเกินกว่า 0.40 เป็นค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งกลยุทธ์การจัดการการบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.803 - 0.863 และความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.767 - 0.853 ซึ่งสอดคล้องกับ สุวิมล ติรกันนท์ (2551 : 181) ที่ได้นำเสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 354 ชุด โดยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง เมื่อครบกำหนดในการเก็บแบบสอบถามได้รับแบบสอบถามตอบกลับมทั้งหมด 167 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ (Response rate) ร้อยละ 47.17 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2001) ที่ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

4.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ} \quad \text{COM} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSP} + \beta_2 \text{CTC} + \beta_3 \text{SVM} + \epsilon$$

โดยที่

COM แทน ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม

CSP แทน กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า

CTC แทน กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง

SVM แทน กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการ

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจ โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของกลยุทธ์การจัดการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

ตัวแปร	COM	CSP	CTC	SVM	VIFs
$\bar{X}$	4.20	4.38	4.38	4.49	-
S.D.	0.36	0.46	0.48	0.43	-
COM	-	0.566**	0.575**	0.527**	-
CSP		-	0.563**	0.551**	1.822
CTC			-	0.375**	1.477
SVM				-	1.449

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระกลยุทธ์การจัดการบริการ มีค่าตั้งแต่ 1.449 – 1.822 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006 : 585)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การจัดการบริการในแต่ละด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.527- 0.575 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณและสร้างสมการพยากรณ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (COM) ได้ดังนี้

$$COM = 1.276 + 0.169CSP + 0.261CTC + 0.234SVM$$

ซึ่งสมการที่ได้นี้สามารถพยากรณ์ค่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน(COM) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=48.062$; $p < 0.000$) และค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adj R²) เท่ากับ 0.460 (ตาราง 2) เมื่อนำไปทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กลยุทธ์การจัดการบริการแต่ละด้านกับตัวแปรตามความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวม (COM) ปรากฏผลยอมรับสมมติฐาน ดังตาราง 2

5.2 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบ

การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย

กลยุทธ์การจัดการการบริการ	ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (COM)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (<i>a</i>)	1.276	0.249	5.120	0.000*
ด้านแผนการบริการลูกค้า (CSP)	0.169	0.060	2.811	0.006*
ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (CTC)	0.261	0.052	5.042	0.000*
ด้านจิตสำนึกในการบริการ (SVM)	0.234	0.058	4.027	0.000*

F = 48.062; p < 0.000; Adj R² = 0.460

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (COM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 สมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3

6. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง และด้านจิตสำนึกในการบริการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้า(CSP) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม(COM) เนื่องจากโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการแข่งขันกันสูง กลยุทธ์การจัดการการบริการด้านแผนการบริการลูกค้ามีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านการสร้างคุณภาพของงานบริการ มีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างสม่ำเสมอ อบรม ฝึกทักษะการบริการ เพื่อพัฒนาความก้าวหน้าขององค์กร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร ตังคณิตานนท์ (2558 : 106) พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งด้านแผนการบริการลูกค้า เป็นแนวทางและแผนงานของผู้บริหาร ผู้ให้บริการ และพนักงาน เพื่อนำไปสู่การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งความสำคัญของการวางแผนในการให้บริการถือว่าเป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหาร ผู้ให้บริการและพนักงานทุกคนในองค์กร เพราะเป็นการกำหนดทิศทางในการให้บริการไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งหากองค์กรมีการวางแผนการบริการที่เป็นเลิศแล้ว ย่อมสามารถมัดใจลูกค้าเดิมและลูกค้าใหม่ ส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร พูนบุตร (2556 : 82) พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านแผนการบริการลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้ให้บริการต้องพัฒนาแผนการบริการลูกค้า วางแผน เพื่อให้ตรงกับความต้องการ

ของผู้รับบริการ วางแผนให้บริการลูกค้าอย่างละเอียด เช่น รู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร ทำอย่างไร ให้ใครใช้ทรัพยากร เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความต้องการปรารถนาที่จะช่วยเหลือ การสร้างแผนการบริการลูกค้าที่รอบคอบ ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ตามเป้าประสงค์

กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง(CTC) มีความสัมพันธ์กันและผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม(COM) เนื่องจากการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก จะต้องเน้นการสร้างการบริการที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และมีการตอบสนองของลูกค้า เพื่อให้การบริการที่สามารถตอบสนองตรงกับความต้องการของผู้รับบริการได้มากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพร ตั้งคณิตานนท์ (2558 : 106) พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการบริการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ซึ่งผู้บริหารรวมถึงพนักงาน ผู้ให้บริการ จะต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก และปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างดี และไม่มีสิทธิในการเลือกปฏิบัติกับลูกค้า ไม่ว่าจะต้องเผชิญกับสถานการณ์ใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริการแบบไหนก็ตาม ซึ่งการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ได้ และเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการ และมีผลการดำเนินงานที่ดีได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร พูนบุตร (2556 : 83) พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการบริการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางเป็นการสร้างการบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างสรรค์งานบริการให้ลูกค้าประทับใจ มอบการบริการที่ดีที่สุดในเรื่องที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการที่ดีกับลูกค้า ตรงกับความต้องการของลูกค้าจะเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจได้

กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการ(SVM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม(COM) เนื่องจากกลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการมีความสำคัญต่อการให้บริการในโรงพยาบาลเอกชน โดยการสร้างจิตสำนึกในการบริการจะต้องสร้างให้ผู้ให้บริการมีใจรักในการบริการ มีจิตสำนึก และมอบความรักในการบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในการให้บริการ โดยจะต้องมีการสร้างจิตสำนึกทั้งในด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ และด้านการตอบสนองของลูกค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐนันท์ อุณรัตน์ (2559 : 74) พบว่า พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ พนักงานทั้งหมด โดยสร้างการตระหนักรู้ต่อหน้าที่ สร้างความรับผิดชอบในการให้บริการของผู้ให้บริการ ที่จะส่งมอบถึงผู้รับบริการอย่างแท้จริง โดยคุณสมบัติของ ผู้ให้บริการ ต้องมีจิตสำนึกในการให้บริการเป็นหลักสำคัญ มีใจรักในงานบริการ หากการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยใจรัก ด้วยความตั้งใจ มักจะทุ่มเททั้งกายและใจให้กับสิ่งนั้นเสมอ ไม่ว่าเจอปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ ก็ตาม มักจะไม่ย่อท้อ งานบริการก็เช่นกัน ผู้ที่ทำหน้าที่นี้จะต้องมีจิตสำนึก มีทัศนคติที่ดีและมีใจรักต่องานบริการ ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานด้วยความรัก และความภาคภูมิใจ ส่งผลให้สามารถให้บริการได้อย่างประทับใจ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนภูมิ แสนศักดิ์ (2559 : 100) พบว่า กลยุทธ์การจัดการการบริการ ด้านจิตสำนึกในการบริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งธุรกิจบริการนั้น พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าจะต้องมีจิตสำนึกในการบริการ มีความทุ่มเท มีความรับผิดชอบ ความเสียสละ และอุทิศตนในการให้บริการ การสร้างพนักงานผู้ให้บริการให้มีจิตสำนึกในการบริการที่ดี ย่อมส่งผลให้เกิดการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า สามารถสร้างความพึงพอใจ และ

ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า ส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีและประสบความสำเร็จตามเป้าประสงค์ได้

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

7.1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

7.1.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของกลยุทธ์การจัดการการบริการด้านอื่น ๆ เช่น ด้านทักษะและความกระตือรือร้น ที่อาจส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ไม่ได้นำตัวแปรด้านนี้มาใช้ในการวิจัย การศึกษาด้านทักษะและความกระตือรือร้นเพิ่มเติม เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยครั้งนี้ไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.1.2 ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ศักยภาพการแข่งขัน ความได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบ เป็นต้น เพื่อหาปัจจัยอื่นที่สามารถทำให้องค์กรสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันจากคู่แข่งได้

7.1.3 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่เป็นธุรกิจบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสปา เป็นต้น เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

7.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การจัดการการบริการ ได้ดังนี้

7.2.1 ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญด้านการเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางมากที่สุด เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า มีความสำคัญมากที่สุด โดยผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น และควรสร้างการบริการที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นอันดับแรก เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

7.2.2 ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญด้านจิตสำนึกในการบริการ โดยผู้บริหารควรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีจิตสำนึกในการให้บริการลูกค้า ด้วยความสุภาพอ่อนโยน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีการส่งเสริมหรือสนับสนุนพนักงานที่มีความเสียสละ มุ่งเทในการปฏิบัติงาน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าให้เหนือกว่าคู่แข่ง

7.2.3 ผู้บริหารธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ควรให้ความสำคัญด้านแผนการบริการลูกค้า โดยควรมีแผนการพัฒนากการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำไปสู่การวางแผนการนำเสนอการบริการใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ เอ็มรัตน์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การบริการกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชนินทร สุภา. (2560). ผลกระทบของการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ณัฐนันท์ อุนารัตน์. (2559). กลยุทธ์การบริการเชิงรุกและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- นันทพร ตังคณิตานนท์. (2558). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการเชิงรุกที่มีต่อผลการดำเนินการของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พัฒนภูมิ แสนศักดิ์. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริการสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิมพ์ชนก วิทญญ. (2557). ผลกระทบของการวางแผนการตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มัลลิกา สุนงกู. (2559). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *Veridian E-Journal*, 9 (2) : 1926-1927.
- เมขลา วุฒิวังศ์. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารจัดการคนเก่งที่มีต่อศักยภาพทางการแข่งขันของโรงพยาบาลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 10 (22) : 80-88.
- รุจิพัชร เอกอัศวนาศักดิ์. (2559). ผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วสันต์ ไรจนกุล. (2558). ผลกระทบของกลยุทธ์การสร้างสรรคคุณค่าที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิทยา ดำธำรงกุล. (2546). การบริหาร. กรุงเทพฯ: บริษัทเวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ศิริพร พงบุตร. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริการเชิงรุกกับผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศิริพร วิษณุภูมิหามชัย. (2551). การสร้างบริการเชิงรุกสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 21 (1) : 7-17
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). โรงพยาบาลเอกชน ยังโตต่อเนื่องจากลูกค้าต่างชาติ. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2561, จาก https://www.hfocus.org/sites/default/files/_upload/suunwicchayksikraithy_2827-p.pdf.
- ศูนย์วิจัยอมสิน. (2560). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน. ค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2561, จาก https://www.gsb.or.th/getattachment/34b1bf3-5b50-472a-9551-9b86f8f57bab/IN_hospital_61_detail.aspx.
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). ระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ : แนวทางสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ. (2561). สถานพยาบาลประเภทที่รับผู้ป่วยค้างคืน. ค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2561, จาก http://mrd.hss.moph.go.th/display_document.jsp?id=D00000002153.
- อมรรัตน์ ตะโคดม. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัจจิมา อินทรวีเชียร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการฐานข้อมูลเชิงพลวัตกับความสำเร็จของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, S. (2001). *Marketing research*. (7th ed). New York: John Wiley and Sons.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. (4th ed). USA: John Wiley & Sons.



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

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ส่งบทความโดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอบทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ 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

เนื้อหาบทความ : หัวเรื่อง Introduction Materials and Methods Results Discussion and Conclusions Acknowledgements และ References ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับคำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจัน (*) ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ให้ขีดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญ ให้เว้นวรรคคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง บทนำ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย สรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิงให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับ คำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสมมติตัวอักษรหรือ ตัวเลขที่นำเสนอนิรูปกรภาพ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบาย เเงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (comma) และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith and Xu, 2005) และให้ใช้เครื่องหมายเซมิโคลอน (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Smith, 2005; Smith and Xu, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., และปีที่พิมพ์ตามลำดับ (Smith et al., 2005)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

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

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)
ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

รายงานทางวิชาการ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่องานวิจัย. เมืองที่พิมพ์: หน่วยงานที่เผยแพร่.

วิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต/วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต.
ชื่อสถานศึกษา.

รายงานการประชุม

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเอกสารรวมเรื่องที่ได้จากรายงานการประชุม. วันเดือนปีที่จัด.
สถานที่จัด. เลขหน้า.

วารสาร

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่พิมพ์), เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

หนังสือพิมพ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปี เดือน วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บไซต์

ชวนะ 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/Titlepage.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)



พิมพ์ที่ : หอถ.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา 232/199 ถ.ศรีจันทร์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
Tel. 043-466444 Fax. 043-466863 E-mail : klungpress@hotmail.com 2562 รหัส 08



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

