

บรรณาธิการ

สวัสดีครับ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 3 ปีที่ 12 ประจำปี 2563 ยังคงเป็นฉบับที่เข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการเหมือนเดิม ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงวิชาการ

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

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 11 บทความ ได้แก่ 1) ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐกับความสำเร็จการบริหารงาน 2) The Relationship Between Corporate Governance and the Company's Performance in the Stock Exchange of Thailand 3) การพัฒนาบรรจภัณฑ์กับตลาดดิจิทัล 4) คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจ 5) การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 6) ต้นทุน ผลตอบแทน กับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทน 7) การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรกับความสามารถในการทำกำไร 8) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 9) ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์กับความยั่งยืนขององค์กร 10) การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ และ 11) การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม และบทความวิชาการ จำนวน 1 เรื่อง คือ เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และบทบาทของการบัญชี

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลาขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการ ผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 2 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์
บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 12 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2563

สารบัญ

บทความวิจัย	หน้า
1. ผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารงานของหน่วยบริการ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข มนัชญา ทองนิวัน ณัฐวงศ์ พูนพล ณัฐวรรณ มุสิก	1
2. The Relationship Between Corporate Governance and the Company's Performance in the Stock Exchange of Thailand Sirima Kaewkerd Pakaphon Soonthonrot	14
3. การพัฒนาบรรจุกันท์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร รุ่งทิวา ชูทอง สุธาทิพย์ ท้วจบ	24
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ธนกร ศรีไชย ธีรา เอร่าวัฒน์ ชินภัทร คันทณินิต	35

5. การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดแม่ฮ่องสอน 49

มานพ ชุ่มอ่อน
วินยาภรณ์ พรหมณโชติ
อาชวิน ใจแก้ว
จินดาภา ศรีสำราญ
กิตติยาภรณ์ อินธิปัก
กนกวรรณ ไพพงศ์เดช
6. ต้นทุน ผลตอบแทน และปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ ตำบลทุ่งสุขลา
อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 63

ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์
นันทน์ภัส ศรีโสภณ
ทิพากร ย้อยสร้อยสุด
ภิญญดา แสงจันทร์
ศศิณีภา ภู่ศรี
ศุภาพิชญ์ ผาดสุวรรณ
7. การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไร
ผ่านรายการคงค้าง กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต 83

เปรมารัช วิลาลัย
พัทธนันท์ เพชรเชิดชู
ศิริเดช คำสุพรหม
8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 97

ธนาชาติ เราประเสริฐ
การันต์ กิจระการ

บทความวิจัย

หน้า

9. ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร :
การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย
กานต์ธีรา พลบุตร 109
10. การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง
และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding)
ของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยบูรพา
ทิววรรณ ศรีสวัสดิ์
จำนง หอมเจริญ
ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง 126
11. การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม
ของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต
พงษ์ณัฐ สุทธิกุลสมบัติ
ปณัทพร เรืองเชิงชุม 143
- บทความวิชาการ
12. เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และบทบาทของการบัญชี
จิรนนท์ นาคสมทรง 157

วารสารบัญชีและการจัดการ Journal of Accountancy and Management

Mahasarakham Business School, Volume 12 No. 3 July-September 2020

TABLE OF CONTENTS

Research Articles	Page
1. Effect of Government Finance and Fiscal Accounting System on Management Success under the Ministry of Public Health Service <i>Manatchaya Thongniwan</i> <i>Nuttavong Poonpool</i> <i>Naratthawun Musik</i>	1
2. The Relationship Between Corporate Governance and the Company's Performance in the Stock Exchange of Thailand <i>Sirima Kaewkerd</i> <i>Pakaphon Soonthonrot</i>	14
3. Packaging Development and Digital Marketing of Organic Rice Tao Pun Rice Enterprise Group, Ratchaburi Province <i>Ntapat Worapongpat</i> <i>Rungtiva Choothong</i> <i>Sutatip Tuachob</i>	24
4. Relationship between Perceived Service Quality and Tourists' Satisfaction : The Case of Homestay Businesses in Thailand <i>Thanaporn Srichai</i> <i>Theera Erawan</i> <i>Chinnapat Kanthapanit</i>	35

Research Articles	Page
5. Supply Chain Management for value creation of economic plants in Muang District, Mae Hongson Province. <i>Manop Chum-Un</i> <i>Winayaporn Bhrammanachote</i> <i>Ardchawin Jaikaew</i> <i>Jindapha Srisamran</i> <i>Kitiyaporn Intipeek</i> <i>Kanokwan Pheerapongdech</i>	49
6. Cost, Benefit, and Factors Affecting the Benefit of the Coffee Shop in Thung Sukhla Subdistrict, Sriracha District, Chonburi Province. <i>Prapaipit Sawatrum</i> <i>Nunnapas Srisophon</i> <i>Tipakorn Yoysoisud</i> <i>Pinyada Saengchan</i> <i>Sasinipa Phusri</i> <i>Supapit Phadsuwan</i>	63
7. Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management Implications for Future Profitability <i>Premarat Vilalai</i> <i>Pattanant Petchchedchoo</i> <i>Siridech Kumsuprom</i>	83
8. Factors influencing decisions making on choosing Chao Phya Abhaibhubejhr hospital <i>Tanachart Raoprasert</i> <i>Karun Kidrakarn</i>	97
9. Strategic Innovation Capability Influencing on Organizational Sustainability : An Empirical Study of Automobile Businesses in Thailand <i>Kantheera Palabud</i>	109

Research Articles	Page
10. Risk Assessment on the Government Procurement and Supplies Management act B.E. 2560 by Electronic Bidding of Burapha University <i>Tiwawan Srisawat</i> <i>Jamnong Homcharoen</i> <i>Sakchai Chanruang</i>	126
11. The Loss Reduction from Downtime by Improving Overall Equipment Effectiveness and Speed Controlling in the Offset Printing Process <i>Pongnat Suttikulsombat</i> <i>Panutporn Ruangchoengchum</i>	143
 Academic Article	
12. The Circular Economy, the way to Sustainable Development and the Role of Accounting <i>Cheeranun Naksomsong</i>	157

**ผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จ
การบริหารงานของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข**
**Effect of Government Finance and Fiscal Accounting System on Management
Success under the Ministry of Public Health Service**

มนัชนา ทองนิวัน* ณัฐวงศ์ พูนพล² และณัฐวรรณ มุสิก³

Manatchaya Thongniwan* Nuttavong Poonpool² and Naratthawun Musik³

Received : March 8, 2020 Revised : April 19, 2020 Accepted : May 13, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารงานของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จำนวน 59 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารงานประกอบด้วย 1) ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม 2) ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม 3) ด้านระบบการเงินการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม

คำสำคัญ : ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ความสำเร็จการบริหารงาน หน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The objective of this research is to test the effect of government finance and fiscal accounting systems on the management success under the ministry of public health service. By using questionnaires as a tool for data collection from 59 chief financial and accounting executives of the service units under the ministry of public health. The statistics used for data analysis are the mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The result of the research shows that the government fiscal and accounting system on 1) Fund management has a relationship and a negative impact on overall management success. 2) Purchasing order has a relationship and a positive impact on overall management success. 3) Financial information has a relationship and a positive impact on overall management success.

Keywords : Government Finance and Fiscal Accounting System, Management Success, Ministry of Public Health Service

1. บทนำ

เมื่อปี พ.ศ. 2561 มีประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง มาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐ และมีผลบังคับใช้ วันที่ 5 กันยายน 2561 ลงนามโดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เพื่อกำหนดหลักการและนโยบายการบัญชีภาครัฐ เพื่อให้หน่วยงานของรัฐใช้เป็นแนวทางในการกำหนดระบบบัญชี และจัดทำรายงานการเงิน เพื่อวัตถุประสงค์ทั่วไปตามเกณฑ์คงค้างได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และเป็นไปในกรอบมาตรฐานเดียวกันเพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงานการเงินรวมภาครัฐ ช่วยให้ผู้ใช้รายงานการเงินสามารถเข้าใจความหมายของข้อมูลที่แสดงในรายงานการเงิน ซึ่งจัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กระทรวงการคลังกำหนด และสามารถนำรายงานการเงินมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกันได้ และการปฏิบัติงานทางการเงินและการบัญชีของส่วนราชการ ปัจจุบันดำเนินการผ่านระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่หน่วยงานของรัฐให้เกิดความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาดำเนินการระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ที่ให้หน่วยงานของรัฐใช้ในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยระบบงานต่าง ๆ โดยเริ่มตั้งแต่ระบบบริหารงานงบประมาณ ระบบงานจัดซื้อจัดจ้าง ระบบงานเบิกจ่ายเงิน ระบบงานรับและนำส่งเงิน ระบบงานสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ซึ่งข้อมูลที่ถูกบันทึกในระบบงานต่าง ๆ ดังกล่าวจะถูกเชื่อมโยงไปยังระบบที่เกี่ยวข้องสุดท้ายคือ ระบบงานบัญชีแยกประเภททั่วไป ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางการเงิน การบันทึกบัญชี และสามารถสรุปผลออกเป็นรายงานการเงินให้หน่วยงานของรัฐ แม้ว่าหน่วยงานของรัฐจะมีเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน แต่สิ่งสำคัญที่หน่วยงานของรัฐต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญ คือ เรื่องของกฎหมาย ระเบียบ หลักเกณฑ์และมาตรฐานการบัญชีภาครัฐและนโยบายการบัญชีภาครัฐ (กรมบัญชีกลาง, 2561 : 4) ดังนั้น องค์การจึงให้ความสำคัญกับระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐ เพื่อมุ่งเน้นพัฒนาผู้ปฏิบัติงานควบคู่กับพัฒนาระบบ ซึ่งย่อมส่งผลโดยตรงต่อองค์การทำให้ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐเกิดความยั่งยืน มีประสิทธิภาพประสิทธิผล และมีความคุ้มค่าในลำดับต่ำสุด (วีระศักดิ์ เครือเทพ, 2559 : 10)

ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ (Government Finance and Fiscal Accounting System) เป็นโปรแกรมการบริหารงานการเงินการคลังภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน โดยนำข้อมูลทางการเงินตามประเภทของเงิน ได้แก่ เงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินรายได้แผ่นดิน มาวิเคราะห์หรือรายงานทางบัญชี เพื่อนำข้อมูลทางการเงินดังกล่าวที่เกิดขึ้นมาบันทึกการบัญชี โดยจัดทำขึ้นตามประกาศกระทรวงการคลัง ตามมาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐ โดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์

ใช้ เพื่อปรับกระบวนการดำเนินงานและการจัดการภาครัฐด้านการงบประมาณ การบัญชี การจัดซื้อจัดจ้าง การเบิกจ่าย และการบริหารทรัพยากร ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันบนนโยบายปฏิรูปราชการที่เน้นประสิทธิภาพและความคล่องตัว ในการดำเนินงาน รวมทั้งมุ่งหวังให้เกิดการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรอย่างคุ้มค่าเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสถานะภาพการคลัง ภาครัฐที่ถูกต้อง รวดเร็ว สามารถตอบสนองนโยบายการบริหารเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบด้วย ระบบบริหารงาน งบประมาณ (Fund Management) ระบบการจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing Order) และระบบการเงินการบัญชี (Financial Information) (กรมบัญชีกลาง, 2562 : เว็บไซต์) ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการวางแผน ตัดสินใจและควบคุมการดำเนินงาน ผู้บริหารจะสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ต้องอาศัยข้อมูลทางการเงินการบัญชี การเงินเป็นแนวทางการบริหารงาน ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐจึงมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร อย่างมาก ทำให้ทั้งผู้ปฏิบัติงานและระบบงานได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีส่วนสำคัญทำให้ผลการดำเนินงาน บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (ศิลปพร ศรีจันเพชร, 2558 : 1)

ความสำเร็จการบริหารงาน (Management Success) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนดไว้ มีการปฏิบัติงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีการจัดสรรและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผลงานที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ประกอบด้วย ความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน (Transparency) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Performance Effectiveness) การจัดสรรทรัพยากรที่ดี (Good Resource Allocation) และการบริหารความเสี่ยงที่ดี (Good Risk Management) (สิริลักษณ์ เทียงธรรม, 2553 : 22-23) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของ ความสำเร็จของทุกองค์กร กระทรวงสาธารณสุขรวมทั้งจะมีการดำเนินการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ต่อเนื่องประจำปี เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลภายใต้งบประมาณและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิด ความคุ้มค่ามากที่สุด รวมทั้งได้กำหนดแนวทางการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ และตัวชี้วัด สร้างความเข้าใจแก่ผู้ปฏิบัติงาน ในทุกระดับในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง และมีการติดตาม ประเมินผลที่สะดวก รวดเร็ว เพื่อลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562 : เว็บไซต์)

หน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Public Health Service) เป็นหน่วยงานของรัฐที่ ตอบสนองความต้องการทางสุขภาพของประชาชน มุ่งเน้นการบริการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประชาชน ผู้มารับบริการได้รับความพึงพอใจ และมั่นใจในคุณภาพของการรักษาพยาบาล ดังนั้น ผู้บริหารจึงให้ความสำคัญระบบ บัญชีการเงินการคลังภาครัฐ เพราะหากองค์กรมีระบบการบริหารการเงินการคลังที่เหมาะสม ย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการปฏิบัติงานขององค์กร (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2561 : เว็บไซต์)

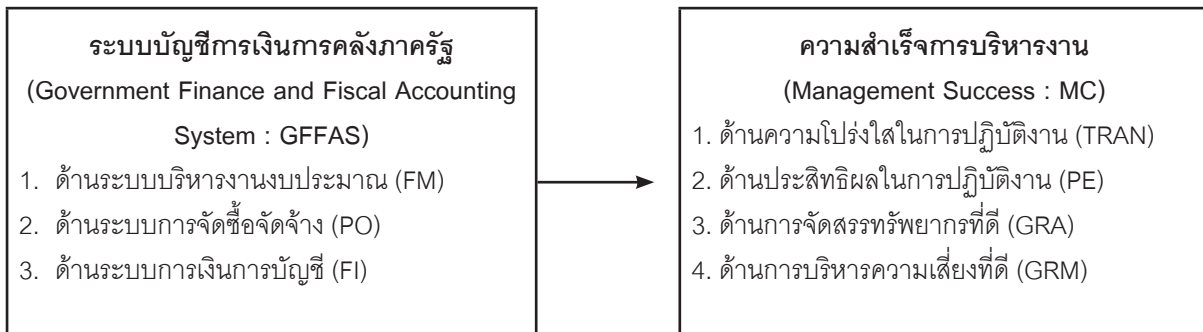
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มี ผลต่อความสำเร็จการบริหารงานของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าระบบ บัญชีการเงินการคลังภาครัฐมีผลกระทบต่อความสำเร็จการบริหารงานหรือไม่ อย่างไร ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร สูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถเป็น แนวทางการบริหารงานของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข หรือส่วนราชการอื่น ทั้งในด้านระบบบัญชีการเงิน การคลังภาครัฐ เพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อความสำเร็จการบริหารงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐและความสำเร็จการบริหารงาน



2.1 ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ (Government Finance and Fiscal Accounting System)

หมายถึง การบันทึกจัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการเงินที่เกิดจากการรับและการจ่ายเงินภาครัฐในการดำเนินงานหรือดำเนินกิจกรรมของส่วนราชการ โดยนำข้อมูลระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐใช้เป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารระดับสูงของแต่ละหน่วยงานในการบริหาร วิเคราะห์และเป็นข้อมูลด้านการเงินการคลังที่ถูกต้อง รวดเร็ว แม่นยำ ทันต่อการตัดสินใจ และเข้าถึงข้อมูลตลอดเวลา ประกอบด้วย ระบบบริหารงานงบประมาณ ระบบการจัดซื้อจัดจ้าง และระบบการเงินการบัญชี มีผลกระทบต่อความสำเร็จการบริหารงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรเป็นไปตามกระบวนการที่กำหนดไว้ มีการปฏิบัติงานที่โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีการจัดสรรและการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม เพื่อให้ผลงานที่เป็นประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร ประกอบด้วย ความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การจัดสรรทรัพยากรที่ดี และการบริหารความเสี่ยงที่ดี

2.1.1 ระบบบริหารงานงบประมาณ (Fund Management : FM) หมายถึง กระบวนการบันทึกข้อมูล

เกี่ยวกับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณ การโอนและหรือเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณของส่วนราชการ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการบริหารงานหน่วยงานตามแผนงานและกำลังเงินที่มีอยู่ โดยให้มีการปฏิบัติงานสอดคล้องกับแผนที่วางไว้ เพื่อป้องกันการรั่วไหลและการปฏิบัติงานที่ไม่จำเป็นของหน่วยงาน ลดลง และจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มีประสิทธิภาพ โดยมีการวางแผนในการใช้และจัดสรรเงินงบประมาณไปแต่ละด้าน และมีการวางแผนการปฏิบัติงานในการใช้ทรัพยากรนั้น ๆ เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเวลาที่รวดเร็วที่สุดและใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ รจนา ผาสุลาพัง (2558 : บทคัดย่อ) พบว่า ผลกระทบของการจัดทำงานงบประมาณแบบมีส่วนร่วมที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า

1) การจัดทำงานงบประมาณแบบมีส่วนร่วม ด้านความเสมอภาค มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานด้านการเงิน 2) การจัดทำงานงบประมาณแบบมีส่วนร่วม ด้านประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และ 3) การจัดทำงานงบประมาณแบบมีส่วนร่วม ด้านความยุติธรรม มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับผลการดำเนินงานโดยรวมและด้านการเงิน

2.1.2 ระบบการจัดซื้อจัดจ้าง (Purchasing Order : PO) หมายถึง กระบวนการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อเพื่อการลงทุนในสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน ซึ่งระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐจะเชื่อมต่อกับระบบ e-Procurement (e-Catalog, e-Shopping, e-Auction) กรมบัญชีกลาง เพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างของส่วนราชการเป็นระบบที่เปิดเผยมี่ความโปร่งใส คุ่มค่า มีการวางแผนการดำเนินงานและมีการประเมินผลการปฏิบัติงานซึ่งจะทำให้การจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมทั้งเพื่อให้เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล ทั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานของรัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปราโมช ตียานนท์ (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบการจัดทำสัญญาโดยการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เป็นระบบที่ช่วยสนับสนุนระบบการทำงานการจัดทำเอกสารให้สามารถจัดการกับเอกสาร การสั่งงาน การส่งงาน การจ่ายเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และสามารถค้นหาเพื่อนำมาใช้งานได้โดยง่าย ลดความผิดพลาดจากการทำงานของพนักงาน และเป็นที่น่าพอใจของพนักงานส่วนใหญ่ โดยมีระดับผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้งานอยู่ที่ระดับร้อยละ 47 ซึ่งอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้ 1) ระบบสามารถสร้างเอกสารต่าง ๆ แทนการเขียนด้วยลายมือได้ 2) ระบบสามารถจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ ให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ 3) ระบบสามารถจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ เอาไว้ในระบบฐานข้อมูลได้ 4) ระบบสามารถลดพื้นที่ในการจัดเก็บเอกสารต่าง ๆ ได้ และ 5) ระบบสามารถทำการค้นหาเอกสารต่าง ๆ ตามประเภทได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย อุทการ (2561 : บทคัดย่อ) พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความถูกต้อง ด้านเทคโนโลยี และด้านความคุ้มค่า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานพัสดุขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการบริหารงานพัสดุให้สอดคล้องกับกฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางปฏิบัติให้การดำเนินงานด้านพัสดุขององค์กรสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนต่อไป

2.1.3 ระบบการเงินการบัญชี (Financial Information : FI) หมายถึง กระบวนการเบิกจ่าย (Account Payable : AP) ระบบการรับและนำส่งเงิน (Receipt Process : RP) ระบบบริหารเงินสด (Cash Management : CM) ระบบบัญชีแยกประเภท (General Ledger : GL) และระบบทรัพย์สินไม่หมุนเวียน (Fixed Assets : FA) โดยทุกระบบมีการปฏิบัติงานเชื่อมโยงกัน การนำข้อมูลเข้าระบบเพียงครั้งเดียว และระบบจะบันทึกรายการที่เกี่ยวข้องให้โดยอัตโนมัติ ลดภาระและความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงาน พร้อมกับการได้ข้อมูลและรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว เป็นปัจจุบันและทันต่อเหตุการณ์ ทั้งนี้เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผน และการบริหารงานของผู้บริหารหน่วยงานของรัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรมย์พร เยาดำ (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า ระดับประสิทธิภาพของระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ในภาพรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรวดเร็วเป็นปัจจุบัน และทันต่อการตัดสินใจ, ด้านความแม่นยำ, ด้านความโปร่งใส และด้านความประหยัดค่าใช้จ่ายตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมยุตา ท้าวบุตร (2561, บทคัดย่อ) พบว่า การบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงิน ด้านการประเมินความเสี่ยงงานการเงิน ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสารในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารอำนาจการกองคลังต้องให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินของบุคลากร เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงิน และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแผนการบริหารความเสี่ยงขององค์กรและนำวิธีการจัดการกับความเสี่ยงที่เหมาะสมมาใช้เพื่อป้องกันการสูญเสียทรัพยากรขององค์กร และส่งเสริมให้การบริหารความเสี่ยงในองค์กรมีประสิทธิภาพสูงสุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารงาน จึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย : ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับการสำเร็จการบริหารงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและการบัญชีของหน่วยบริการสังกัด กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 174 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2561 : เว็บไซต์) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่ง แบบสอบถามจำนวน 174 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 82 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ จำนวน 23 ฉบับ สาเหตุเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่ครบทุกข้อคำถาม จึงไม่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผลได้ และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 59 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 33.91 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumer และ Day (2005) ได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะเพียงพอในการวิเคราะห์ ข้อมูล

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามความมุ่งหมายและ กรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวง สาธารณสุข ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทหน่วยบริการ เขตสุขภาพ ขนาดหน่วยบริการ เงินงบประมาณที่ได้รับจัดสรร

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐของหน่วยบริการสังกัดกระทรวง สาธารณสุข ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 14 ข้อ ประกอบด้วย 1) ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา เกี่ยวกับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่าย งบประมาณ การจัดสรรงบประมาณ การโอนหรือการเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณของส่วนราชการ โดยจัดสรรบ งบประมาณตามประเด็นยุทธศาสตร์และโครงสร้างแผนงานของส่วนราชการ ภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งเป้าหมายที่กำหนดขึ้นจะต้องมีความเป็นไปได้ที่จะบรรลุได้ 2) ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา เกี่ยวกับการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุด้วยวิธีการทาง อิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement : e-GP) ตามวิธีที่กรมบัญชีกลางกำหนด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่หน่วยงานของรัฐ และต้องสอดคล้องกับหลักการ คุ่มค่า โปร่งใส มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และตรวจสอบได้ และ 3) ด้านระบบการเงินการบัญชี จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับระบบการเบิกจ่าย ระบบการรับและนำส่งเงิน ระบบบริหารเงินสด ระบบบัญชีแยกประเภท และระบบทรัพย์สินไม่หมุนเวียน ทุกระบบมีการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงกัน การนำข้อมูลเข้าระบบต้องมีความครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการวางแผน ตัดสินใจและควบคุมการดำเนินงาน ผู้บริหารจะสามารถบรรลุ

เป้าหมายขององค์กรได้ต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีการเงินเป็นแนวทางการบริหารงาน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จการบริหารงานของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วย 1) ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา เกี่ยวกับการปฏิบัติราชการตามภารกิจของหน่วยงานที่มีความโปร่งใส การมีระบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีหรือหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ด้วยความเป็นธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานตามอำนาจหน้าที่ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในขั้นตอนต่าง ๆ ของหน่วยงาน รวมถึงการให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของหน่วยงานได้โดยสะดวกและรวดเร็ว 2) ด้านประสิทธิภาพผลในการปฏิบัติงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา เกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการทำงานของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ปริมาณผลงานเปรียบเทียบกับเป้าหมาย ข้อตกลง หรือมาตรฐานงานที่ดี คุณภาพ ความทันเวลา และความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร รวมถึงผลสัมฤทธิ์ของงานที่ปฏิบัติ หรือผลลัพธ์ของผลงานเปรียบเทียบกับเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของงาน 3) ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่ดี จำนวน 6 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหา เกี่ยวกับองค์กรมีการจัดหา จัดมอบ หรือจัดแบ่งทรัพยากรให้กับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น บุคลากร งบประมาณ วัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง และการบริหารจัดการ หรือสิ่งที่สนับสนุนให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้หน่วยงานหรือบุคลากรได้ใช้ทรัพยากรที่เหมาะสม เพื่อดำเนินงานสู่เป้าหมายขององค์กร และ 4) ด้านการบริหารความเสี่ยงที่ดี จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรกำหนดกิจกรรมการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ประเมินได้ ควบคุมและตรวจสอบได้อย่างมีระบบ ตามที่คณะกรรมการผู้บริหารและบุคลากรขององค์กรกำหนดขึ้น เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนขององค์กรในทุกระดับ เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยรวมได้

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย 1) รองศาสตราจารย์ ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช รองคณบดีฝ่ายการเงิน บัญชี และพัสดุ และอาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาณินท์ ตั้งภิญโญพุมิคุณ อาจารย์ประจำคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และ 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมินทร เป้าธรรม คณบดีคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.431 - 0.835 และความสำเร็จการบริหารงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.432 - 0.851 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป เป็นค่าที่ยอมรับได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.778 - 0.885 และความสำเร็จการบริหารงาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.795 - 0.911 ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความเห็นว่า ค่าความเชื่อมั่น ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเนื้อหาในแบบสอบถามยอมรับได้ (Hair et al, 2010)

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีต่อความสำเร็จการบริหารงานของผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการ MC} = \beta_0 + \beta_1 \text{FM} + \beta_2 \text{PO} + \beta_3 \text{FI} + \varepsilon$$

- เมื่อ MC แทน ความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม
 FM แทน ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ
 PO แทน ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง
 FI แทน ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบการเงินการบัญชี

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐโดยรวม และเป็นรายด้าน ของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ (GFFAS)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ	4.25	0.52	มาก*
2. ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง	4.51	0.50	มากที่สุด**
3. ด้านระบบการเงินการบัญชี	4.52	0.48	มากที่สุด**
โดยรวม	4.43	0.43	มาก*

* ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

** ค่าเฉลี่ย 4.51- 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐโดยรวม ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านระบบการเงินการบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด และผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐโดยรวม ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ อยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัย พบว่า ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ควรให้ความสำคัญด้านระบบบริหารงานงบประมาณ ว่ามีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณ การโอน และการเปลี่ยนแปลงรายการงบประมาณของส่วนราชการ และควรให้ความสำคัญด้านระบบบริหารงานงบประมาณ ที่เชื่อมโยงกับกระบวนการต่าง ๆ ประกอบด้วย จัดซื้อจัดจ้าง การเบิกจ่าย จัดการสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน และบัญชีแยกประเภท สอดคล้องกับแนวคิด วีระศักดิ์ เครือเทพ (2559 : 223–224) กล่าวว่า ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ เป็นระบบบริหารจัดการด้านการเงินการคลังภาครัฐ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการบันทึกข้อมูลรายรับ-รายจ่ายของหน่วยงานภาครัฐให้เป็นปัจจุบัน สามารถบริหารสภาพคล่องทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคุมดูแลการจัดซื้อจัดจ้างในหน่วยงานภาครัฐ และการจัดทำรายงานทางการเงินได้โดยสะดวกและมีความถูกต้อง สมบูรณ์ ใช้ในการบริหารงบประมาณรายจ่าย การบันทึกบัญชี การจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารเงินสด นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งต่อผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหาร และองค์กร

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวมและเป็นรายด้าน ของผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงิน และบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ความสำเร็จการบริหารงาน (MC)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน	4.36	0.49	มาก*
2. ด้านประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน	4.02	0.42	มาก*
3. ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่ดี	3.79	0.46	มาก*
4. ด้านการบริหารความเสี่ยงที่ดี	4.02	0.43	มาก*
โดยรวม	4.05	0.36	มาก*

* ค่าเฉลี่ย 3.51- 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม ด้านความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน ด้านประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่ดี และด้านการบริหารความเสี่ยงที่ดี อยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัย พบว่า ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่ดี ได้คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและการบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ควรให้ความสำคัญการบริหารงานด้านการจัดสรรทรัพยากรที่ดี มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรตามลักษณะของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม รวมถึงการสรรหาบุคคลให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงานตามกลุ่มต่าง ๆ และมีการจัดสรรงบประมาณที่สอดคล้องกับหมวดการใช้จ่ายงบประมาณของสำนักงบประมาณ ประกอบด้วย งบบุคลากร งบดำเนินงาน งบลงทุน งบอุดหนุน และงบรายจ่ายอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิสา แจ่มใส (2555: 84) พบว่า นักบัญชีโรงพยาบาล มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการปฏิบัติงานโดยรวม และรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านประสิทธิภาพในการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร ด้านคุณภาพของกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านความพอใจของทุกฝ่าย

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐกับความสำเร็จการบริหารงาน โดยรวม ของผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ตัวแปร	MC	FM	PO	FI	VIFs
$\bar{X}$	4.051	4.258	4.515	4.522	
S.D	0.363	0.529	0.508	0.484	
MC	-	0.246	0.566 *	0.611 *	
FM		-	0.724 *	0.463 *	2.114
PO			-	0.693 *	3.193
FI				-	1.935

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.246 - 0.611 และตัวแปรอิสระระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐแต่ละด้าน มีค่าตั้งแต่ 1.935 – 3.193 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐกับความสำเร็จการบริหารงาน โดยรวมของผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ	ความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม		t	p-value
	(MC)			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	ถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.943	0.373	5.211	0.000*
ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ (FM)	-0.214	0.099	-2.153	0.036*
ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง (PO)	0.368	0.127	2.900	0.005*
ด้านระบบการเงินการบัญชี (FI)	0.300	0.104	2.890	0.006*
F = 15.510 p>0.0001 Adj R ² = 0.429				

F = 15.510 p>0.0001 Adj R² = 0.429

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า 1) ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งสมมุติฐานระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐด้านระบบบริหารงานงบประมาณมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงาน สาเหตุผลการศึกษานี้ มีความสัมพันธ์เชิงลบ เนื่องจากหน่วยงานมีการจัดทำแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณจัดแบ่งตามประเด็นยุทธศาสตร์และโครงสร้างแผนงาน แต่ไม่สามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงาน และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ซึ่งทำให้เกิดผลการดำเนินงานของหน่วยงานไม่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุปรานี ศุกระเศรณี และคณะ (2553 : 139) กล่าวว่า งบประมาณ เป็นแผนงานที่แสดงให้เห็นถึงการได้มาและการใช้ไปซึ่งทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรอื่นในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต โดยแสดงแผนออกมาในรูปของตัวเลขงบประมาณจะถูกใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมกิจกรรมการดำเนินงานของหน่วยงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธนี ดันติเศรณี (2553 : บทคัดย่อ) พบว่า ควรส่งเสริมและให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิผลการประยุกต์ใช้ระบบงบประมาณ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้หน่วยงานประสบความสำเร็จ และบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ 2) ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ ลาวงค์ (2561 : บทคัดย่อ) พบว่า 2.1 การพัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบเปิดเผยข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม ด้านความถูกต้อง ด้านความโปร่งใส และด้านความรวดเร็วใน

การให้บริการ 2.2 การพัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโดยรวม ด้านความถูกต้อง ด้านความคุ้มค่า ด้านความโปร่งใส และด้านความรวดเร็วในการให้บริการและ 2.3 การพัฒนาระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ด้านระบบลงทะเบียน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ และ 3) ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบการเงินการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงานโดยรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวรรณ สุขสมัย (2555 : บทคัดย่อ) พบว่า การให้ความสำคัญกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นให้มีการจัดหาทรัพยากรบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ในการจัดทำสารสนเทศทางการเงินที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริหารและเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจของผู้ใช้รายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการจัดหาสารสนเทศได้อย่างทันเวลา และมีความถูกต้องเชื่อถือได้ตามมาตรฐานการบัญชีที่รับรองทั่วไป เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการดำเนินงานให้องค์กรประสบความสำเร็จและช่วยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Baghersefat และคณะ (2013 : 511-518) พบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นหนึ่งในระบบที่สำคัญที่สุดของทุกองค์กร มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้บริหาร ซึ่งข้อมูลที่น่าเสนอมีความสอดคล้องในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ช่วยให้การบริหารทรัพยากรที่มีข้อจำกัดบรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้น ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระบบสารสนเทศทางการบัญชีขององค์กร มีการตรวจสอบการปฏิบัติงานโดยโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพข้อมูลของผู้บริหารที่ได้รับมีความทันสมัยทันต่อเหตุการณ์ มีสาระสำคัญสร้างความเข้าใจรวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารงาน หน่วยบริการสังกัดหน่วยงานอื่น เช่น สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ สังกัดกรมแพทยทหารบก และหน่วยบริการสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้งานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้นและสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

5.1.2 ควรมีการศึกษาความคิดเห็นหรือการรับรู้ผลกระทบของระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐที่มีผลต่อความสำเร็จการบริหารงานจากกลุ่มระดับผู้ปฏิบัติงานด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาแนวทางการขอรับการพิจารณาจริยธรรมการศึกษาวิจัยด้านการแพทย์และสาธารณสุข ในมนุษย์/ เนื่องจากองค์กรมีหลักเกณฑ์ ขั้นตอน เอกสารประกอบ ระยะเวลาการพิจารณาของคณะกรรมการ และการแจ้งผลการพิจารณา ทำให้เป็นปัญหาและอุปสรรคในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ ดังนั้นควรศึกษาบริบทขององค์กรให้มากกว่านี้เพื่อจะได้นำข้อมูลในการบริหารจัดการมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

5.1.4 ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีต่อความสำเร็จการบริหารงาน เช่น ด้านการวางแผนงาน ด้านการติดตามงาน ด้านการพัฒนางาน และด้านการจูงใจ เป็นต้น เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐประสบความสำเร็จ และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรต่อไป

5.1.5 ควรเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมากที่สุด และถูกต้อง สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำความรู้ทางระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนา และการจัดการด้านระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อสนเทศในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนการหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงพัฒนาในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมาย วัตถุประสงค์และตามเกณฑ์ชี้วัดที่กำหนดไว้

6. สรุปผลการวิจัย

ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ ไม่เป็นตามสมมุติฐานที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก แต่ผลการศึกษาค้นพบความสัมพันธ์เชิงลบ ทำให้ผู้วิจัยจึงสรุประบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านระบบการเงินการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จการบริหารงาน เป็นตามสมมุติฐานในการศึกษาวิจัยนี้ ดังนั้นผู้บริหารสูงสุดฝ่ายการเงินและบัญชีของหน่วยบริการสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ควรมุ่งเน้นและให้ความสำคัญต่อระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบบริหารงานงบประมาณ เพื่อให้หน่วยงานสามารถปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนการปฏิบัติงาน และแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ตามที่ได้รับจัดสรรเป็นไปตามยุทธศาสตร์ และโครงสร้างแผนงานที่กำหนดไว้ และสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐ ด้านระบบการจัดซื้อจัดจ้าง และด้านระบบการเงินการบัญชี นำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อให้ระบบบัญชีการเงินการคลังภาครัฐมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถลดความเสี่ยงในการบริหารงาน ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน ลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงาน สิ่งเหล่านี้จะทำให้องค์กรเกิดความโปร่งใส คุ่มค่า ตรวจสอบได้ นำไปสู่ความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

เอกสารอ้างอิง

กรมบัญชีกลาง. (2561) . *มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ และนโยบายการบัญชีภาครัฐ พ.ศ. 2561*.

กรมบัญชีกลาง. (2562) . *หลักการและขอบเขตการดำเนินงานของระบบ GFMIS*. ค้นเมื่อ 12 ธันวาคม 2562,

จาก <https://sites.google.com/site/gfmisgfmis/4-hlak-kar-laea-khxbkhet-khxng-kar-danein-ngan-khx-ng-rabb-gfmis>

กระทรวงสาธารณสุข. (2562) . *แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข)* . ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2562,

จาก http://bps.moph.go.th/new_bps/sites/default/files/strategyMOPH2019.pdf

เฉลิมชัย อุทการ. (2561) . *ผลกระทบของประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของ*

สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 10 (2), 79-88.

นิสา แจ่มใส. (2555) . *ความสัมพันธ์ระหว่างความเชี่ยวชาญทางการบัญชีกับผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีโรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*

- เปรมยุดา ท้าวบุตร. (2561) . ผลกระทบของการบริหารความเสี่ยงในการปฏิบัติงานทางการเงินที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางการเงินของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 10 (1), 60-73
- ปราโมช ดิยานนท์. (2553) . ระบบการจัดการสัญญาโดยการจัดการเอกสารอิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- พัชนี ดันติเศรษฐ. (2553) . ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้ระบบงบประมาณที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี การบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ภิรมย์พร เยาดำ. (2559) . ประสิทธิภาพของระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐแบบอิเล็กทรอนิกส์ (GFMS) ในเขตพื้นที่จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- รจนา ผาลลาพัช. (2558) . ผลกระทบของการจัดทำงบประมาณแบบมีส่วนร่วมที่มีผลต่อการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วัชรภรณ์ ลาวงค์. (2561) . ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาแบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิภาวรรณ สุขสมัย. (2555) . ผลกระทบของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อคุณภาพรายงานทางการเงินของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2559) . การบริหารงานคลังภาครัฐบนฐานความยั่งยืน. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิลปพร ศรีจันเพชร. (2558) . การบัญชีเพื่อการวางแผนและควบคุม. กรุงเทพฯ : ทีพีเอ็น เพลส.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2561) . หน่วยบริการที่เป็นหน่วยเบิกจ่าย. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562, จาก <http://finance.moph.go.th/finance/attachfile/201812270946350.pdf>
- สุปรานี ศุกระเศรณี และคณะ. (2553) . การบัญชีบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริลักษณ์ เทียงธรรม. (2553) . การตรวจสอบภายในภาครัฐ ระดับพื้นฐาน กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2005) . *Marketing Research*. New York : John Wiley and Sons.
- Baghersefat, M. J., Zareei, M. H., Bazkiaei, M. J., & Siavorodi, R. I. (2013) . Accounting Information System in Presentation Managers Required Information. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4 (12), 511-518.
- Black, K. (2006) . *Business statistics : for contemporary decision making* (4th ed.) : *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. New York : John Wiley and Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010) . *Multivariate Data Analysis* (7th ed) . New Jersey : Pearson Education Inc.
- Nunnally, J. C. (1978) . *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill.

The Relationship Between Corporate Governance and the Company's Performance in the Stock Exchange of Thailand

Sirima Kaewkerd* and Pakaphon Soonthonrot²

Received : March 10, 2020 Revised : June 23, 2020 Accepted : July 1, 2020

Abstract

Research on the relationship between corporate governance and the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand has the objectives as follows : 1) To study factors affecting the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand and 2) To study the relationship between corporate governance and the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. Research methodology comprised empirical research and multiple regression analysis to test relationships by using the return on equity (ROE) as an indicator in the account view and Tobin's Q as a market view. In corporate governance aspect, it will focus on the relevant structures which comprised 1) The proportion of independent external committees in the board of directors of the company; 2) The size of the board of directors; 3) The number of the board of directors meetings per year; 4) The merging of the positions of the chairperson and president as the same person and 5) The level of corporate governance score from the Report of Corporate Governance Report of Thai Listed Companies (CGR) .The sample was 333 companies listed on the Stock Exchange of Thailand by studying the information of the company in 2015. The research found that corporate governance had a relationship with the performance of companies on the Stock Exchange of Thailand. When considering the relationship between corporate governance and the company's performance, it found that the proportion of non-executive directors, the size of the board of directors, the number of meetings, the merger of the chairman and the president in the same person, the level of corporate governance score had a relationship of independent variables without causing problems of Multicollinearity. Considering each aspect, it found that Size factor of the board of directors had a relationship with the performance of return on equity and the confidence rate of investors with statistical significance at the level of 0.05

Keywords : Corporate Governance, Company's Performance, Return on Equity, Tobin's Q Theory

^{*2} Lecturer, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

Introduction

Corporate governance will enable the business to have a quality management and management system including transparent information disclosure and standardized performance to promote efficiency, create competitiveness and add value to the business (Srichanpetch Silpaporn, 2012).

Listed companies or fund-raising companies consist of shareholders, directors and executives, which creates a clearly divided proportion between money owners and management. In general, shareholders as owners of money will not be involved in management and at the same time, administrator is not the owner of the money but has the duty to manage to maximize benefits. However, the unrelated information perception between the principal and agent may lead to the problem of agents from the conflict between the agents (Jenson and Meckling, 1979). Therefore, there must have a mediator to coordinate, monitor, build confidence for shareholders through good governance. The middleman who is a key factor in creating good corporate governance in the company is the board of directors appointed by shareholders.

The board of directors is an important personnel and has a large role in supervising the administration to maximize the shareholders' benefits. The good board structure and the responsibilities of the Board are considered as important factors driving the organization to move in a better direction. A handbook for directors of listed companies prepared by the Office of the Securities and Exchange Commission states that a good board structure should be of appropriate size which is not so small that a lack of diversity of ideas and not too big that destroys efficiency and agility. Including directors with diverse knowledge and capabilities including has sufficient independence to inspect and balance the operations of the management because having independent directors increases the efficiency in protecting and protecting the interests of the company (Baysinger & Bulter, 1985).

The board structure and responsibility of the board is one way of corporate governance that helps reduce conflicts of interest between shareholders and executives which will result in improved company operations because if such conflicts are allowed to occur, they will affect the operations of the business and also reduce shareholders' confidence. Therefore, the corporate governance in the structure of the board and the responsibilities of the board are linked to the performance in terms of reducing such problems which will result in improved operating results.

Therefore, if the company has a good board structure and the board performs their duties with responsibility by considering the business value and benefits of the organization, this will be an additional force for regulatory mechanisms to be more effective which will be reflected in the results of operations as well. For this reason, the researcher was interested in studying how the Board's governance in relation to the structure of the board and the roles and responsibilities of the board are related to the performance of listed companies on the Stock Exchange of Thailand.

Objectives

1. To study the factors that affect the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand.
2. To study the relationship between corporate governance and the performance of listed companies in the Stock Exchange of Thailand.

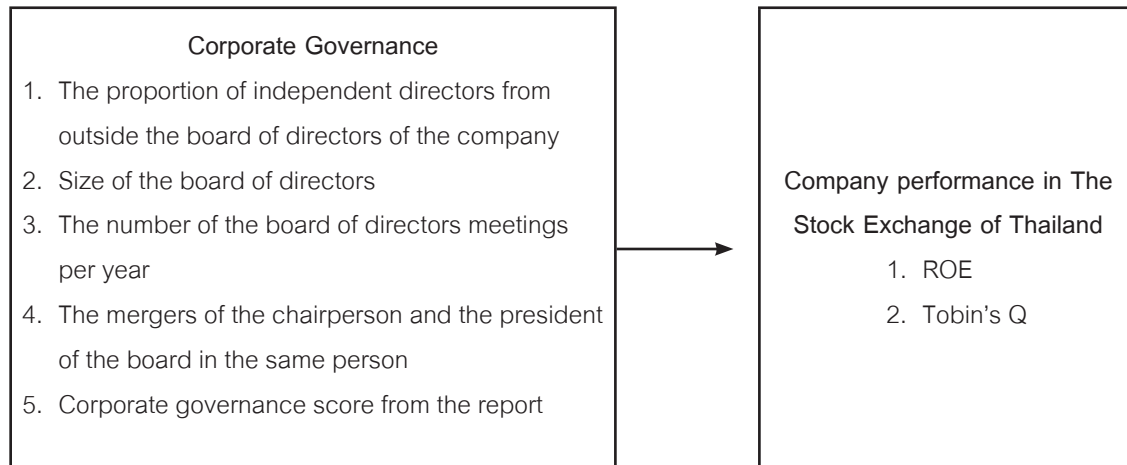
Scope of Research

The population in this research was companies listed on the Stock Exchange of Thailand in every industry group except for financial business groups that have unique characteristics different from other general industry groups and participated in the Corporate Governance Assessment from the IOD in 2015 with a score of "Good" or higher, which has 3 groups as good, very good and excellent according to the established score range and used the number of logos from the National Corporate Governance Committee to show the scores in each group (IOD will not announce the companies that have been evaluated during the lower level) which were 405 companies in total (Thai Institute of Directors, 2015) by studying only 333 companies that have complete information and close all accounting cycles, financial statement information and the company's annual registration statement by using the 2015 data that was included in the SETSMART Index : SET Marketing Analysis and Reporting Tool.

Variables Used in the Research

1. Independent variables- corporate governance
 - 1.1 Proportion of external independent directors in the board of directors of the company measured by the number of independent directors / the total number of the board of directors of the company
 - 1.2 Size of the board of directors measured from the total number of committees in that year.
 - 1.3 The number of the board of directors meetings per year
 - 1.4 Position merger of the chairperson and president in the same person measured from the position data of the president and the executive president, instead of the Dummy Variable as follows
$$CD = 0 \text{ If there is a mergers of the positions of the president and the executive president}$$
$$CD = 1, \text{ if there is a separation of positions of the president and the executive president}$$
 - 1.5 Corporate governance score from the report measured in the form of corporate governance scores assessed by the National Corporate Governance Committee.
2. Company performance in the Stock Exchange of Thailand
 - 2.1 Return on equity (ROE) is the net profit divided by shareholders' equity by the equity Shareholders equal to total assets minus total liabilities
 - 2.2 The company valuation that shows investor confidence (Tobin's Q) is the market value of ordinary shares at the end of the year + total liabilities of the company) / total assets of the company.

Figure 1 Research Framework



Concepts, Theories and Related Researches

Stock Exchange of Thailand (2012) defined the meaning of corporate governance as a system that provides the structure and process of the relationship between the board of directors, management and shareholders in order to create competitiveness and lead to growth as well as add value to shareholders in the long term, with consideration to other stakeholders. It can be concluded that corporate governance is to focus on all parties with vested interests (Stakeholders) deploy ownership rights to protect their own interests in management mechanism The interested persons hereby are shareholders, creditors, the Board of Directors Company executives, employees, customers distributor production factor Trade competitors Including society and the environment.

Onokoya et al. (2014) studied the relationship between corporate governance and the company's operating performance for the nine banks in Nigeria between 2006-2010 and found that corporate governance factors in terms of the size of the Board of Directors in the company and the proportion of the number of shareholders were related to the return on equity. As for other aspects, there was no relationship to the company's performance.

a Ahmed and Hamdan (2015) studied corporate governance factors that affect the company's operations in the case study of the Bahrain Stock Exchange, by studying the information of 42 companies in the Bahrain Stock Exchange between 2007 - 2011. It found that the corporate governance factors of the proportion of the number of shareholders, the size of the board, the proportion of the non-executive directors, the assets of managers in the company's shares affected the return on equity and the size of the board. The minister, the proportion of non-executive directors to influence the rate of return on assets for the overall corporate governance factors had no effect on earnings per share.

Phanthip Yangklan (2019) studied of the operating performance influencing firm value through earnings management of the listed company on the Stock Exchange of Thailand and examine the Path Analysis of the operating performance by the Earnings Management which has the effect to the firm value of

the listed company of Thailand by collecting data on year 2555-2559 B.E. from the listed company of Thailand (SET100) that such of the variation of operating performance uses the Return on Equity (ROE), but the firm value uses the computation of Tobin's Q to the evaluation of operating performance of company, and the earnings management uses the model of Modified Jones. The data analysis uses the descriptive statistic and analysis the Path Analysis of the operating performance through the earnings management which has the effect on the firm value of the listed company of Thailand. The result indicated the operating performance on the Return on Equity has positive influence to the firm value and the earnings management, while the earnings management affects significantly in the positive way to the value of the listed company of the Stock Exchange of Thailand, and the analysis the Path Analysis has been found that the operating performance on the Return on Equity has positive influence to the firm value and the earnings management of the listed company of the Stock Exchange of Thailand, significantly at level .01.

Patyot Dechsir (2018) Studied The Causal Effect of Tax Planning on Firms' Performance of Listed Companies in Thailand and aims to examine the causal effect of tax planning on firms' performance of listed companies on the Stock Exchange of Thailand exclude listed firms on financial sectors. The sample size consists of 873 firm-years which based on the study period between 2014-2016. Tax planning was measured by the effective tax rate (ETR) . The firms' performance was measured by market performance measure, Tobin's Q, and accounting performance was measured by return on equity (ROE), return on sales (ROS) and earnings per share (EPS) . The correlation analysis and multiple regression analysis were used for data analysis. The results indicated that tax planning had the negative effects on firm value measure (Tobin's Q) while it had the positive effects on accounting performance.

Research Methodology

Population and sample

Population in this research was a companies listed on the Stock Exchange of Thailand in every industry group Except for financial business groups that have unique characteristics different from other general industry groups and participated in the evaluation of 405 companies from IOD in 2015 (Thai Institute of Directors Association, 2015)

Sample group of the research

Sample group in this research was companies listed on the Stock Exchange of Thailand in every industry group except for financial business groups that have unique characteristics different from other general industry groups focusing only 333 companies which have complete information and close the accounting period by using 2015 data in SETSMART Index : SET Marketing Analysis and Reporting Tool.

Data analysis and used statistics

Data analysis and presentation were done through descriptive analysis and quantitative analysis as follows

1. Descriptive Statistics was a statistic used to summarize the basic characteristics of each variable, such as Percentage, Mean, Median, Standard Deviation, Minimum and Maximum data values for a general overview of the data and the primary statistical distribution.

2. Inferential Statistics was used to analyze the relationship between variables through Pearson Correlation Coefficient. Hypotheses were tested by using multiple regression analysis by Enter Multiple Regression Analysis to test the relationship of corporate governance and the operating results of businesses measured by Return on Equity (ROE) and company valuation reveal investor confidence. (Tobin's Q)

Research Conclusion

1. Basic statistical analysis results

Table 1 Basic information of variables in corporate governance

Variables	Minimum	Maximum	Mean	Sd.
1. Proportion of external independent directors in the company's board (times)	0.33	0.85	0.42	0.1079
2. Size of the board of directors	5	17	11.96	2.58813
3. The number of board meetings per year	4	21	8.66	4.03546

From Table 1, it found that the proportion of independent boards had an average value of 0.42, with the minimum and maximum values of 0.33 and 0.85 respectively, which was in accordance with the principles of good corporate governance that the board should consist of independent directors at least 1 in 3 of the board but must not be less than 3 people.

The average size of the boards was 11.96, with the minimum and maximum values was 5 and 17, respectively. This showed that the sample group of listed companies in the research had an average of approximately 12 members in accordance with the guidelines of good corporate governance principles for listed Companies 2012, Section 5 : Board Responsibilities of the Board of Directors which states that the board structure should have an appropriate size. The number is not less than 5 people and should not be more than 12 people, depending on the size, type and complexity of the business.

The average number of meetings per year was 8.66, with the minimum and maximum values were 4 and 21, respectively. In average, the number of meetings per year was in accordance with the guidelines of good corporate governance principles for listed companies 2012, Section 5 : Board Responsibilities of the Board of Directors which states that the number of board meetings should be considered to be appropriate to the board's duties and responsibilities and the nature of the company's business but should not be less than 6 times per year.

Table 2 Frequency distribution of the position of mergers of chairperson and the president in the same person

	Number of company	Percentage
1. Position Merging		
1.1 Merging	61	18.31
1.2 Separating	272	81.69
Total	333	100
2. Ranking of corporate governance scores from reports		
2.1 Good	119	35.74
2.2 Very good	159	47.75
2.3 Excellent	55	16.51
Total	333	100

From Table 2, it found that from a sample of 333 listed companies, 82 percent of the companies have separated the positions of the president and the executive president. That is, the president and the executive president is not the same person which is in accordance with the best practices of the principles of good corporate governance for listed companies in year 2012, Section 5 : Responsibilities of the Board of Directors which states that the president and the managing director have different responsibilities. The board of directors should clearly specify the powers and duties of the president and managing director and in order to prevent any one to have unlimited power, the person in president position should be separated from the managing director position to ensure a balance of power in the operation.

Table 3 showed the correlation coefficient between the factors of corporate governance, consisting of the proportion of non-executive directors (BI), the size of the board of directors (BS), the number of meetings (TIME), the merger of manager positions of chairperson and president as the same person (CD), the corporate governance score (NOL), and the company's performance, consisting of the return on equity (ROE), and the character value of a company that shows investor confidence (Tobin's Q)

Table 3 The relationship between corporate governance factors and company's performance

Variable	ROE		Tobin's Q	
	Correlation coefficient (r)	Sig	Correlation coefficient (r)	Sig
BI	-0.069	0.606	-0.126	0.342
BS	0.291	0.027*	0.326	0.012*
TIME	0.057	0.668	-0.051	0.694
CD	0.060	0.656	0.036	0.787
NOL	0.104	0.439	0.052	0.694

Table 3 showed the relationship between corporate governance factors and company's performance. When considering each aspect, it found that the size factor of the Board of Directors had relationship with the performance in the aspect of the return on equity (ROE) ($r = 0.291$) and the investor confidence rate (Tobin's Q) ($r = 0.326$) with statistical significance at the level of 0.05 whereas no relationships in other aspect since Sig was greater than 0.05 in overall

Table 4 The results of the analysis of corporate governance factors that affected the return on equity

Corporate governance factors	ROE				
	Regression coefficient β	Standard deviation	t	p-value	Adjusted R Square
BI	-0.022	0.173	-0.129	0.898	-0.018
BS	0.034	0.015	2.276	0.027*	0.068
TIME	0.120	0.625	0.192	0.848	-0.017
CD	0.336	0.736	0.457	0.650	-0.014
NOL	0.049	0.113	0.437	0.664	-0.014

From Table 4, it found that corporate governance factors had an effect on the return on equity (ROE). When considering each variable, it found that the size of the board of directors had a significant effect on the return on equity (ROE) at the level of 0.05 ($\beta = 0.034$, $p < 0.05$).

Table 5 The results of the analysis of corporate governance factors that affected investor confidence.

Corporate governance factors	Tobin's Q				
	Regression coefficient β	Standard deviation	t	p-value	Adjusted R Square
BI	-0.028	0.072	-0.385	0.702	-0.015
BS	0.024	0.009	2.607	0.012*	0.091
TIME	0.156	0.395	0.395	0.694	-0.015
CD	0.127	0.467	0.272	0.787	-0.016
NOL	-0.104	0.109	-0.958	0.342	-0.015

From Table 5, it found that corporate governance factors had an effect on investor confidence (Tobin's Q). When considering each variable, it found that the size of the board of directors affects the investor confidence rate (Tobin's Q) with statistical significance at the level of 0.05 ($\beta = 0.024$, $p < 0.05$).

Discussion

From the research on the relationship between corporate governance and the listed company's performance in the Stock Exchange of Thailand by considering the relationship between corporate governance and the company's performance, it found that the proportion of non-executive directors, the size of the board of directors, the number of meetings, the merger of the chairperson and the president as the same person, the level of corporate governance score had a relationship of independent variables without causing problems of Multicollinearity. Considering each aspect, it found that size factor of the board of directors had a relationship with the performance of return on equity and the confidence rate of investors with statistical significance at the level of 0.05. This finding was consistent with the research of Majumdar and Mangal (2013) which stated that larger companies will have better profits since the large company has advantages in terms of investment limitations and also economies of scale resulting in better operating results than small companies. Also, the finding still consistent with the research of Ahmed and Hamdan (2015) who studied the factors of corporate governance, which showed that corporate governance factors affected the ratio of return to assets. And for corporate governance factors of the company in the aspect of the proportion of shareholders, it found the proportion of shareholder affected the market price ratio to the account price.

Suggestions

1. Suggestions received from research

1.1 The Stock Exchange of Thailand should be a medium for continuously providing good corporate governance knowledge to companies listed on the stock exchange in order to allow the companies to realize and aware of the advantages and disadvantages of good corporate governance.

1.2 The Stock Exchange of Thailand should be issued as a regulation, rules and apply to companies listed on the stock exchange in order to create a norm for all companies to adhere to in the same direction.

1.3 The department responsible for supervising the corporate governance of the company should apply the results from this research as a guideline for application in the organization.

1.4 The agencies responsible for supervising the company's business operations may need to consider adjusting the management mechanism and style to be in line with the organization's problems.

1.5 The department responsible for supervising the corporate governance of the company should have coordination to create knowledge and understanding of management and operations between management and operations that will lead to the practice in the same way.

2. Suggestions for further research

For the further research, the independent and additional variables should be tested, such as the addition of other financial ratio variables and other corporate governance variables, etc., and should be compared for 3 or 5 years to see the trend of the relationship between the variables of each factor.

References

- Ahmed, E., & Hamdan, A. (2015). The Impact of Corporate Governance on Firm Performance : Evidence From Bahrain Bourse. *Emerald Group Publishing Limited*, 11 (2), 21-37.
- Baysinger, B. D., & Butler, H. N. (1985). Corporate Governance and the Board of Directors : Performance Effects of Changes in Board Composition. *Journal of Law, Economics, & Organization*, 1 (1), 101-124.
- Jensen, M.C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm : Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics (JFE)*, 3 (4), 163-231.
- Majumdar, A., & Mangal, N. S. (2013). Hyperprolactinemia. *J Hum Reprod Sci*, 20 (6), 168-75.
- Onokoya, A. B., & Fasanya, I. O., & Ofoegbu, D. I. (2014). Corporate Governance as Correlate for Firm Performance : A Pooled OLS Investigation of Selected Nigerian Banks. *The IUP Journal of Corporate Governance*, 13 (1), 7-16.
- Pranorm Kumpha. (2019). The Causal Relationship Model of Financial Ratios and Return on Equity of The Listed Companies in Thailand Sustainability Investment. *Journal of Accountancy and Management*, 11 (4), 160-173.
- Patyot Dechsir. (2018). The Causal Effect of Tax Planning on Firms' Performance of Listed Companies in Thailand. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 38 (3), 1-13.
- Phanthip Yangklan (2019). The Operating Performance Influencing Firm Value Through Earnings Management of the Listed Company on the Stock Exchange of Thailand. *Sripatum Chonburi Journal*, 16 (1), 33-42
- Srichanpetch Silpaporn. (2012). Corporate Governance. *Journal of Business Administration*, 35 (133), 1-4
- Stock Exchange of Thailand. (2012). *The Principles of Good Corporate Governance for Listed Companies 2012*. Retrieved January, 11, 2015, from : http://www.set.or.th/sustainable_dev/th/cg/files/2013/CGPrinciple2012Thai-Eng.pdf
- Thai Institute of Directors Association. (2015). *Corporate Governance Report of Thai Listed Companies 2015*. Bangkok : The Stock Exchange of Thailand.

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป

กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี

Packaging Development and Digital Marketing of Organic Rice

Tao Pun Rice Enterprise Group, Ratchaburi Province

ณฐาพัชร วรพงษ์พัชร^{*} รุ่งทิวา ชูทอง² และ สุชาติพิทย์ ท้วจบ³

Ntapat Worapongpat^{*} Rungtiva Choothong² and Sutatip Tuachob³

Received : March 12, 2020 Revised : July 9, 2020 Accepted : July 14, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูปให้มีรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น 2) พัฒนาสื่อการตลาดดิจิทัลประเภทสื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์ 3) สำรวจความพึงพอใจของลูกค้าผู้บริโภคข้าวปลอดสารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) แบบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ผู้ประกอบการค้าข้าวปลอดสารแปรรูป จำนวน 10 ราย และลูกค้าผลิตภัณฑ์ จำนวน 80 ราย ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นเชิงบวกหลังการปรับปรุงโลโก้ วัสดุที่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ด้านสื่อการตลาดดิจิทัลเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และ 3) ลูกค้ามีความพึงพอใจของลูกค้าข้าวปลอดสารแปรรูปมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์และสื่อสังคมออนไลน์หลังการพัฒนาภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และด้านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : การตลาดดิจิทัล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสาร สื่อสังคมออนไลน์

^{*}2 อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

^{*}2 Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Pra Nakhon

³ อาจารย์, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

³ Lecture, Faculty of Education, Bangkokthonburi University

Abstract

The objectives of this study was to 1) develop organic rice packaging with environmentally friendly consist with the product and local product identity 2) develop digital marketing media in the category of online social media as a distribution channel 3) survey the customer satisfaction of the rice organic to be a guideline for further development. This research used the mixed structure research between qualitative and quantitative method. The sample consist of 10 organic rice owner by the in-depth interview and 80 customer using online questionnaires. The descriptive statistical was used to analysis : percentage, frequency, mean and standard deviation.

The results showed that the new packaging consists of logo, materials, packaging characteristics which were created from the interview of the entrepreneurs overall strongly agree, digital marketing media they are strongly agree, customer satisfaction of the rice organic for development packaging and digital marketing media by social network media found that most of them was female about 60 percentage, age between 21-30 years old about 48.75 percentage, bachelor' degree about 51.25, most of them were private company employee, income about 20,001-30,000 baht per month. The customer satisfaction for development packaging and social network media was overall agree, the development packaging was overall agree, and social network media development was overall strongly agree.

Keywords : Digital Marketing, Packaging Development, Organic Rice Product, Social Media

1. บทนำ

ข้าวอินทรีย์หรือข้าวออร์แกนิก (Organic Rice) เป็นข้าวที่ได้จากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นวิธีการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีหรือสารสังเคราะห์ต่าง ๆ อาทิเช่น ปุ๋ยเคมี สารควบคุมการเจริญเติบโต สารควบคุมและกำจัดวัชพืช สารป้องกันโรคแมลงและศัตรูข้าวในทุกขั้นตอนการผลิต กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน บ้านเนินหนองบัว จังหวัดราชบุรีเป็นกลุ่มที่ผลิตข้าวปลอดสารหรือข้าวออร์แกนิก ซึ่งชุมชนมีการรวมกลุ่มกันตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจผลิตข้าวแปรรูป เนื่องจากในพื้นที่ดังกล่าวได้เพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรมานาน และลักษณะการปลูกเป็นแบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งทำการผลิตแบบธรรมชาติและไม่ใช้สารเคมีทุกชนิดหรือสารสังเคราะห์ต่าง ๆ และปุ๋ยเคมีในทุกขั้นตอนการผลิต โดยเกษตรกรจะนำวัสดุจากธรรมชาติและสารสกัดต่าง ๆ จากพืชที่ไม่มีสารพิษตกค้างในผลผลิตและสิ่งแวดล้อมทำการผลิต จึงทำให้ผลิตผลข้าวมีคุณภาพที่ดี ซึ่งการผลิตข้าวลักษณะนี้จะผ่านการตรวจรับรองแปลงนา การแปรรูป และการคัดบรรจุ โดยกรมการข้าวเพื่อติดตรารับรอง Organic Thailand แม้ว่ากระแสรักสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของคนไทยจะมีมากขึ้นแต่การแข่งขันสูงเช่นเดียวกัน จะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ข้าวหลากหลายตราสินค้าวางขายในห้างมากมายด้วยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะคล้ายกัน และมีลักษณะบรรจุภัณฑ์รูปร่างต่าง ๆ สวยงามและดึงดูดใจผู้ซื้อผ่านการขายบนออนไลน์

สินค้าประเภทโอท็อปต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ หากออกแบบและพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีและสวยงามได้จะทำให้ตอบโจทย์ได้ดียิ่งขึ้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) เป็นการกำหนดรูปแบบ โครงสร้าง วัสดุ สี ภาพพิมพ์ และข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์เหมาะสมกับกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย การขนส่ง การเก็บรักษา และเป็นการแยกผลิตภัณฑ์ในตลาด เป้าหมายหลักคือการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคและสร้างการขาย (Klimchuk & Krasovec, 2013) ซึ่ง h-ansarian (2019) กล่าวว่า แนวทางออกแบบกล่องโอท็อปให้ตอบโจทย์ประกอบด้วย 5 แนวทางคือ

- 1) ออกแบบให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย 2) จัดทำตราสินค้าให้เสร็จก่อนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรออกแบบให้มีความเป็นเอกลักษณ์และชัดเจนน่าสนใจ 3) เลือกใช้วัสดุที่คำนึงถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภค รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มีการนำเอาวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติมาผลิตเป็นกล่องบรรจุภัณฑ์จะทำให้เพิ่มมูลค่าสินค้าแต่ต้องพิจารณาต้นทุนด้วย 4) ออกแบบรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับภูมิปัญญาไทย เพื่อตอบโจทย์ความเป็นพื้นบ้านในแต่ละพื้นที่เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับสินค้า 5) การเลือกใช้สีและรูปภาพทั้งสัญลักษณ์ ตัวอักษร รูปภาพและลวดลาย ต้องออกแบบและเลือกใช้สีให้ตอบโจทย์สามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

การใช้อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม แอปพลิเคชัน และเทคโนโลยีดิจิทัลอื่น ๆ ปัจจุบันเป็นส่วนหนึ่งของหลายพันล้านคนในโลก มีคนไทยใช้งานสื่อสังคมทั้งหมด 51 ล้านคน คิดเป็น 74% ของประชากรทั้งประเทศ โดยอันดับ 1 ได้แก่ Facebook อันดับ 2 YouTube อันดับ 3 Line อันดับ 4 FB Messenger อันดับ 5 Instagram และอันดับ 6 Twitter (Hootsuite, 2019) ดังนั้น การตลาดออนไลน์จึงเป็นกลยุทธ์ในการเข้าถึงลูกค้าผ่านการใช้โซเชียลมีเดียของลูกค้า ธุรกิจสามารถส่งข่าวสารไปยังลูกค้ารวมถึงการส่งเสริมด้านการตลาด เสริมเงินจากการตลาด สื่อสังคมทางการตลาด การโฆษณาทางเว็บ และทางโทรศัพท์มือถือ (Pawar, 2014) นอกจากนี้จะใช้สื่อดิจิทัลต่าง ๆ ทางการตลาดเพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในยุคปัจจุบันแล้ว บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนประกอบสำคัญของการทำธุรกิจ โดยเฉพาะในยุคที่การสร้างแบรนด์หรือการผลิตสินค้าเป็นของตนเองสามารถทำได้ง่าย โดยไม่ต้องมีโรงงานผลิตเป็นของตนเองและไม่ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมากอย่างเช่นในอดีต การทำให้ลูกค้าพึงพอใจและจดจำแบรนด์สินค้าได้ง่ายขึ้นอยู่กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วย (หงส์ไทย, 2563) ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นบรรจุภัณฑ์ควรมีคุณสมบัติ 5 ประการ คือ ปกป้องผลิตภัณฑ์ได้ คงคุณภาพหรือยืดอายุของผลิตภัณฑ์ บอกรายละเอียด สะดวกต่อการขนส่ง และแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า (MotionGraphicPlus, 2016) มีปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจจากรูปลักษณะภายนอกก็คือ การจัดอันดับสื่อ สีสัน ขนาด ปัจจุบันนี้ การทำธุรกิจที่จะต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เนื่องจากการแข่งขันกันทางธุรกิจสูง ถ้าหากไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ดูสวยงามแล้วส่วนแบ่งการตลาดก็จะถูกแบ่งไปอย่างแน่นอน ซึ่งแตกต่างกับการทำธุรกิจเมื่อสมัย 20-30 ปีที่ผ่านมา (กองวิจัยและพัฒนาข้าว, ม.ป.ป.)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาดดิจิทัลสำหรับข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูนให้มีความน่าสนใจและคงความมีเอกลักษณ์ของข้าวออร์แกนิก ขณะเดียวกันมีช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ให้แก่เกษตรกร

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน บ้านเนินหนองบัว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีให้มีรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น
2. เพื่อพัฒนาสื่อการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) คือ การวางแผนและการสร้างสรรค์ผลงาน สินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ให้เห็นถึงหน้าที่การทำงานเพื่อใช้ในการบรรจุ ห่อหุ้ม หรือ ปกป้อง สิ่งของหรือสินค้า โดยมีประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ความสวยงาม ความคงทน และป้องกันสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ด้านในไม่ให้เกิดความเสี่ยง หรือเป็นอันตรายแตกหักชำรุด โดยองค์ประกอบที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์

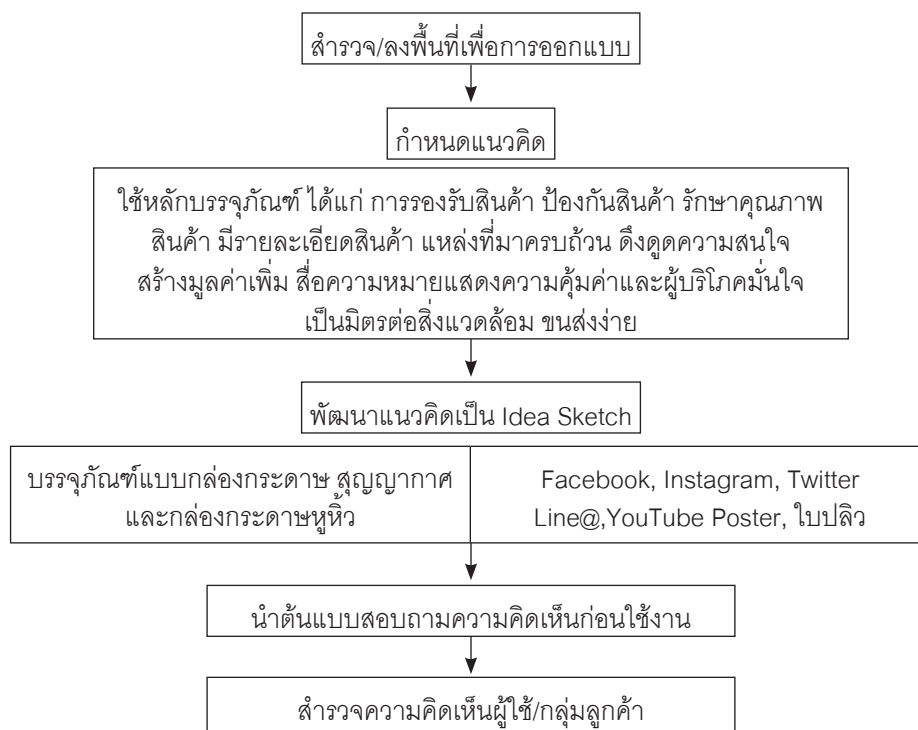
ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย รูปภาพ ส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี) และรายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต และวันหมดอายุ สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสามารถผลิตและนำไปบรรจุได้ด้วยวิธีการสะดวก ประหยัดและรวดเร็ว การเลือกบรรจุภัณฑ์มีข้อพิจารณา คือ ลักษณะของสินค้า ตลาดเป้าหมาย วิธีการจัดจำหน่าย การขนส่ง การเก็บรักษาการนำไปใช้งาน ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ และปัญหาด้านกฎหมาย (ปัทมาพร ท่อชู, 2552) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีควรเริ่มจากความต้องการของผู้ใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้ลูกค้ามากที่สุด ด้วยค่าใช้จ่ายที่น้อยที่สุด โดยต้องคำนึงถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์การใช้งาน ข้อมูลที่ต้องสื่อสาร (Tiger, 2019)

2. การตลาดดิจิทัล หมายถึง การตลาดผ่านอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ เป็นช่องทางในการส่งข้อมูล เมื่อข้อมูลถูกส่งไปแล้วผู้ส่งสามารถรู้ผลตอบรับได้อย่างรวดเร็วโดยผู้รับข้อความสามารถเข้าถึงข้อความได้จากทุกที่ทุกเวลา ช่องทางการตลาดดิจิทัลประกอบด้วยหลายช่องทาง ได้แก่ การทำการตลาดผ่านเนื้อหา (Content Marketing) คือ การสร้างคอนเทนต์เพื่อที่จะใช้สร้างแบรนด์ หากคนเข้าเว็บไซต์ หรือหาลูกค้า โดยที่ช่องทางการและรูปแบบการทำการตลาดผ่านเนื้อหา ได้แก่ บล็อก อินโฟกราฟฟิค วิดีโอ e-book การทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ (Social Media Marketing) คือการสื่อสารกับลูกค้าผ่านทางแพลตฟอร์มที่เรียกว่าสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยช่องทางที่นิยมใช้คือ Facebook, Twitter, Instagram และ Line (Tiger, 2019)

4. แนวคิด

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์และการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน บ้านเนินหนองบัว จังหวัดราชบุรี มีแนวคิดดังนี้

รูปภาพประกอบ 1
สำรวจบรรจุภัณฑ์และสื่อที่ใช้ก่อนพัฒนา/ปรับปรุง



สมมติฐานการวิจัย

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูปจะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจมีผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณะทันสมัยมีช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์ ผู้ประกอบการและลูกค้ามีความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อการตลาดดิจิทัลที่ปรับปรุงและพัฒนาแล้ว

5. ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งส่วนในการวิจัยและพัฒนาแบบไว้ 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลขั้นปฐมภูมิ และข้อมูลขั้นทุติยภูมิ ขอบเขตเนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงพื้นที่ที่วิสาหกิจชุมชนข้าวปลอดสารเตาปูน บ้านเนินหนองบัว อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี ศึกษาโดยเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อให้ทราบถึงสภาพพื้นที่ ข้อมูลสถานที่จัดจำหน่าย ลักษณะผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม ศิลปะ หัตถกรรม ช่องทางที่ใช้ ราคาสินค้า กลุ่มผู้บริโภค จุดอ่อนจุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการข้าวกล้องปลอดสารเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ และการตลาดดิจิทัล จำนวน 10 ราย เพื่อนำไปทำการออกแบบ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้าวปลอดสารแปรรูป บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการใช้การตลาดดิจิทัล หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การจัดวางองค์ประกอบจิตวิทยา สี ตัวอักษรและการใช้งาน นำมาวิเคราะห์หาความเหมาะสมในการสร้างแบบร่างบรรจุภัณฑ์และสื่อการตลาดดิจิทัลกลุ่มวิสาหกิจข้าวปลอดสารเตาปูน

ส่วนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสื่อการตลาดดิจิทัล

ผู้วิจัยใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิที่ได้มาเป็นแนวทางในการจัดทำแบบร่างบรรจุภัณฑ์ โลโก้ และสื่อการตลาดดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจข้าวปลอดสารเตาปูน โดยดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยโปรแกรม Adobe Illustrator และ Photoshop จัดทำแบบร่างโลโก้ บรรจุภัณฑ์ ทำการตรวจสอบความเหมาะสมในการใช้โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถด้านกราฟฟิก นำมาประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการก่อนการใช้ ปรับปรุงแก้ไขตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ แล้วนำไปเผยแพร่เพื่อใช้งาน

2. สร้างสื่อการตลาดดิจิทัล ได้แก่ Facebook, Instagram, Line@, Chatbot, YouTube และจัดทำ QR code บนบรรจุภัณฑ์ด้วยการสัมภาษณ์สื่อการตลาดดิจิทัลที่พัฒนาแล้ว และต้องการให้ผู้วิจัยออกแบบและพัฒนาเพิ่ม แล้วนำไปทำการตรวจสอบความเหมาะสมโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อการตลาดดิจิทัล ทำการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับสื่อการตลาดดิจิทัลที่สร้างขึ้น

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method)

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการค้าข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จำนวน 10 ราย ทำการติดต่อเพื่อเข้าสัมภาษณ์และนำมาสรุปผลการวิจัยและนำมาประมวลผล หลังจากนั้นทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการตลาดดิจิทัล

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อหน้าร้านและซื้อผ่านสื่อการตลาดดิจิทัลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 80 คน ดำเนินการเก็บข้อมูลผ่านออนไลน์ (Online Questionnaire) ที่สร้างด้วย Google Forms โดยขอความร่วมมือลูกค้าสแกนคำถามจาก QR Code ถ้าซื้อหน้าร้าน และถ้าซื้อผ่านสื่อการตลาดดิจิทัล ให้กดลิงค์เพื่อตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้วิจัยทราบความคิดเห็นหลังการพัฒนาสื่อการตลาดดิจิทัล โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการระหว่าง 20 สิงหาคม ถึง 10 กันยายน 2562

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการ หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายค่า Likert 5 ระดับที่ระดับ Interval เท่ากับ 0.8 ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

7. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. ออกแบบและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์

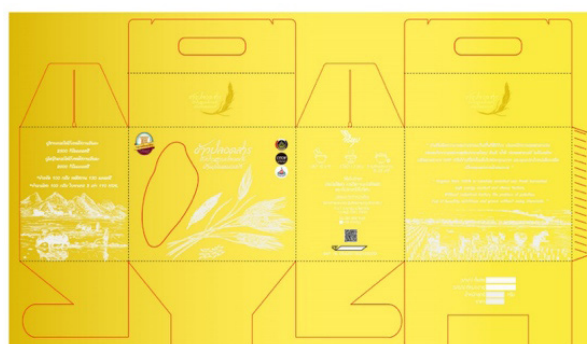
รูปภาพประกอบ 2

แบบผลิตภัณฑ์ โลโก้ และรายละเอียดบนกล่องที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ แบบที่ 1



ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป ขนาด 1 กก. จากการบรรจุแล้วทำการพรีนสติ๊กเกอร์โลโก้ติดบนถุง เปลี่ยนเป็นบรรจุภัณฑ์ที่หุ้มด้วยกล่องกระดาษเพื่อป้องกันถุงพลาสติกรั่ว สติ๊กเกอร์ที่พรีนบนกระดาษขนาดเล็กทำการออกแบบให้มีขนาดสามในสี่ของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ข้อมูลการใช้งาน วันผลิตและวันหมดอายุ ลักษณะการใช้งาน QR Code

รูปภาพประกอบ 3
แบบผลิตภัณฑ์ โลโก้ และรายละเอียดบนกล่องที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ แบบที่ 2



พัฒนารรจกัณฑ์แบบที่ 3 ให้มีความทันสมัย สวยงาม เหมาะกับการเป็นของฝากในเทศกาลต่าง ๆ ลูกค้สะดวกในการใช้ สามารถประกอบเป็นกล่องกระดาษมีหูหิ้วได้ง่าย

2. ออกแบบสื่อการตลาดดิจิทัล

รูปภาพประกอบ 4

สื่อการตลาดดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย



ทำการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการตลาดดิจิทัล ด้วยการตลาดบนสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางที่นิยมใช้ และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ได้แก่ Facebook, Instagram, Line@ และสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน YouTube และตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจข้าวปลอดสารแปรรูปสามารถนำข้อมูลใหม่ ๆ นำเสนอลูกค้าได้ทันที สร้างคำตอบอัตโนมัติด้วย Chatbot เพื่อตอบคำถามอัตโนมัติเพื่อไม่ให้เกิดการสื่อสารกับลูกค้าในช่วงเวลาที่ไม่มีผู้ตอบคำถาม

3. ข้อมูลทั่วไปพบว่า ผู้ประกอบการค้าข้าวแปรรูปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55 และเพศชายร้อยละ 45 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการค้าข้าวแปรรูปมากกว่า 5 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นลูกค้า เป็นเพศหญิง ร้อยละ 48 และเพศชายร้อยละ 32 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 48.75 ระดับการศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่เป็นปริญญาตรีร้อยละ 51.25 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 51.25 รายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท

4. ผู้ประกอบการค้าข้าวแปรรูปมีความเห็นเกี่ยวกับบรรจุกฎบัตรหลังการพัฒนาในเชิงบวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บรรจุกฎบัตรความเหมาะสมที่บ่งบอกให้รู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ผลิตจากธรรมชาติหรือออแกนิก รองลงมาได้แก่ สามารถแข่งขันกับผู้ขายรายอื่นได้ และกราฟิกบนบรรจุกฎบัตรช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ สีสันโลโก้ที่ปรับปรุงมีความเหมาะสม และมีความเห็นเกี่ยวกับสื่อการตลาดดิจิทัลหลังการพัฒนาในเชิงบวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ (Facebook, Instagram, Line@, Chatbot, YouTube) สามารถเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วเหมาะสม รองลงมา ได้แก่ สามารถสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทำให้มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุด ได้แก่ ใช้งานได้ง่าย ผู้ประกอบการสามารถ upload ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง

5. ลูกค้ามีความคิดเห็นต่อบรรจุกฎบัตรและสื่อการตลาดดิจิทัลหลังการพัฒนาแล้วในเชิงบวก ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ความคิดเห็นด้านบรรจุกฎบัตรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ บรรจุกฎบัตรมีการแสดงข้อมูลสินค้า แหล่งที่มา วันหมดอายุ รายละเอียดการผลิตครบถ้วน รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่แสดงความเป็นออแกนิกสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ รูปทรงบรรจุกฎบัตรเหมาะสมกับการใช้งาน พกพาง่าย และความคิดเห็นของลูกค้าต่อสื่อการตลาดดิจิทัลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ภาพรวมของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของข้าวปลอดสารแปรรูปมีความเหมาะสม Chat bot ในการให้บริการผ่านออนไลน์ที่พร้อมตอบคำถาม ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media ช่วยให้ท่านเกิดความสนใจในการใช้บริการมากขึ้น

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากการที่ศึกษาพัฒนาบรรจุกฎบัตรซึ่งผลการประเมินจากกลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มลูกค้าพบว่าทั้งสองกลุ่มมีการประเมินว่าเหมาะสมมากถึงมากที่สุด เพราะกราฟิกบนบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม สื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจคุณภาพ ที่มาของแหล่งผลิต ลักษณะการใช้งาน บ่งบอกถึงความเป็นธรรมชาติของตัวผลิตภัณฑ์ มีสีสันสวยงาม รูปทรงเหมาะสมกับการใช้งาน พกพาง่าย บรรจุกฎบัตรดูดีไม่เขย โดยบรรจุกฎบัตรประเภทกล่องหิ้วเหมาะสำหรับเป็นของฝากในเทศกาลต่าง ๆ ได้ เช่น ปีใหม่ หรือซื้อเป็นของขวัญที่ระลึกเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ขนาด 1 กก. โดยบรรจุกฎบัตรประเภทกล่องหิ้วมี 4 สี ลายรวงข้าวที่ปรากฏบนกล่องและชื่อผลิตภัณฑ์ออกแบบให้แตกต่างกันตามสีบรรจุกฎบัตร ซึ่งมีสีเหลือง สีขาว สีน้ำตาล ในตลาดข้าว 1 กก. มีการออกแบบบรรจุกฎบัตรที่หลากหลาย เช่น บางรายใช้ถุงผ้ากระสอบ ถุงผ้าใส่ข้าว กล่องกระดาษ แต่ส่วนใหญ่จะบรรจุอยู่ในถุงสุญญากาศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Simms และ Trott (2014) ที่พบว่า

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะแบ่งออกเป็นสามระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงของผิว การปรับปรุงร่าง และการเปลี่ยนรูปโฉม ซึ่งบริษัทต่าง ๆ จะเน้นการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ที่ระดับการเปลี่ยนแปลงผิวหรือการออกแบบปรับปรุงร่าง ซึ่งก็จะใช้เทคโนโลยีเข้าช่วยในการออกแบบ

ด้านการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ผลการประเมินจากกลุ่มผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้า พบว่า ทั้งสองกลุ่มประเมินว่าทั้ง Facebook, Instagram, Line@, Twitter, YouTube เหมาะสมมากที่สุด ผู้ประกอบการมองว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วเหมาะสม เป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และการมี Chatbot ตอบคำถามอัตโนมัติขั้นต้นทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีที่ได้รับการตอบสนองทันทีที่ ขณะเดียวกันมุมมองด้านลูกค้ามองว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มวิสาหกิจมีนั้นมีการตอบสนองถามตอบลูกค้าได้โดยใช้ Chatbot สื่อที่ใช้มีการออกแบบสวยงาม ข้อมูลที่นำเสนอสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ลักษณะนี้เข้าถึงได้ง่ายสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hajli (2014) ที่ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นโอกาสใหม่ของผู้บริโภคที่เข้าถึงได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ลูกค้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น การออนไลน์ในกลุ่ม การค้นหาเนื้อหา และการเชื่อมต่อไปยังผู้อื่น ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นสื่ออำนวยความสะดวกในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งนำไปสู่ความไว้วางใจและความตั้งใจในการซื้อสินค้า ดังนั้นจึงมีนัยสำคัญระหว่างความไว้วางใจและความตั้งใจในการซื้อสินค้า และจากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าหลังพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูนพบว่า ลูกค้าเห็นว่ามีเหมาะสมมากที่สุดเพราะมีปฏิกิริยาโต้ตอบกับลูกค้าทันทีที่ เมื่อมีการวางขายในสื่อออนไลน์จึงเกิดความมั่นใจในด้านคุณภาพของตัวสินค้า ประกอบกับการลงคลิป VDO ใน YouTube ช่วยสร้างความมั่นใจในกระบวนการผลิตและคุณภาพของข้าวมากขึ้น

9. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาระบบธุรกิจและตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจเตาปูน บ้านเนินหนองบัว จังหวัดราชบุรี สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป ขนาด 1 กก. โดยพัฒนาในส่วนของวัสดุบรรจุภัณฑ์ สี สัน โลโก้ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ คำอธิบายผลิตภัณฑ์ ลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษ และกล่องหุ้มที่สะดวกต่อการพกพาและเป็นของฝาก โดยการประเมินจากผู้ประกอบการค้าขาย พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด
2. ออกแบบและพัฒนาสื่อการตลาดดิจิทัลด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ประเภท Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Line@ เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ ผลการประเมินพบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด
3. ผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้านบรรจุภัณฑ์และสื่อการตลาดดิจิทัลด้วยสื่อสังคมออนไลน์ หลังการพัฒนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนเป็นส่วนใหญ่ มีผลการประเมินความพึงพอใจโดยอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ภาพรวมอยู่ระดับมาก และด้านสื่อสังคมออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. หลังการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์พบว่า ควรให้ความรู้เรื่องการจัดทำสื่อสังคมออนไลน์ การนำข้อมูลขึ้น upload การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตข้าวหรือแปรรูปผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ชุมชนยังต้องการองค์ความรู้ในด้านการตลาดออนไลน์ และตัวแทนชุมชนที่จะเป็น admin. เพื่อติดตามและโต้ตอบกับลูกค้าหรือผู้สนใจสอบถามทางระบบออนไลน์

2. มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวหลากหลายแบบ และใช้วัสดุแตกต่างกันเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยเฉพาะขนาด 1 กก. เนื่องจากสามารถเป็นของฝากและจัดส่งได้ง่าย จึงควรศึกษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนเพิ่มเติมเพื่อนำมาผสมผสานเป็นลวดลายในบรรจุภัณฑ์ หรือใช้วัสดุอื่นนอกจากผลิตภัณฑ์จากกระดาษ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนการตีพิมพ์เผยแพร่จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กองวิจัยและพัฒนาข้าว กรมการข้าว. (ม.ป.ป.). *องค์ความรู้เรื่องข้าว*. ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://www.ricethailand.go.th/rkb3/title-index.php-file=content.php&id=16-1.htm>
- ปัทมาพร ท่อชู. (2552). *การทำความเข้าใจการออกแบบการบรรจุภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2563, จาก <http://www.thailandindustry.com/online/mag/view2.php?id=732§ion=37&issues=28>
- หงส์ไทย. (2563). *ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า*. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563, จาก <https://www.hongthai.co.th/th/>
- Hajli, M. N. (2013). *A study of the impact of social media on consumers*. *The Market Research Society*, 56 (3), 387-404.
- H-ansarian. (2019). *แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP*. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563, จาก <https://h-ansarian.org/ออกแบบกล่องสินค้าOTOP/>
- Hootsuite. (2019). *Social Media อันดับ 1 ที่คนไทยใช้กัน 2019*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2563, จาก <https://www.bullvpn.com/th/blog/detail/top-social-media-thailand-2019>
- Klimcuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging Design : Successful Product Branding From Concept to Shelf. 2nd Edition*. Retrieved May 21, 2020, from <https://www.oreilly.com/library/view/packaging-design-successful/9781118358603/>
- MotionGraphicPlus. (2016). *5 สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 6 เมษายน 2563, จาก <https://www.motiongraphicplus.com/archives/2338>
- Pawar, A. W. (2014). *Study of The Effectiveness of Online Marketing on Integrated Marketing Communication*. Master of Philosophy (Business Management), D.Y. Patil University, School of Management. Retrieved January 12, 2020, from <http://www.dypatil.edu/schools/management/wp-content/uploads/2015/05/Study-Of-The-Effectiveness-Of-Online-Marketing-On-Integrated-Marketing-Communication-Amruta-Pawar.pdf>
- Simms, C., & Trott, P. (2014). *Conceptualising the management of packaging within new product development : A grounded investigation in the UK fast moving consumer goods industry*. *European Journal of Marketing*. Retrieved November 4, 2014, from <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-12-2012-0733/full/html>
- Tiger. (2019). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีเป็นยังไง-ทุกสิ่งอย่างที่ควรรู้*. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2563, จาก <https://thaiwinner.com/packaging-design/>

ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว :
กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

Relationship between Perceived Service Quality and Tourists' Satisfaction :
The Case of Homestay Businesses in Thailand

ธนกร ศรีไชย* อธิรา เอราวัณ² และชินภัทร คันทณิ³

Thanaporn Srichai* Theera Erawan² and Chinnapat Kanthapanit³

Received : March 20, 2020 Revised : May 15, 2020 Accepted : May 25, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มารับบริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลถึงความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยว ธุรกิจโฮมสเตย์ ประเทศไทย

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

³ อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

³ Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

This research examined the relationship between perceived service quality and tourists' satisfaction in homestay businesses in Thailand. A questionnaire was used for collecting data from 400 Thai tourists who are homestay's customer in Thailand. The statistics used for data analysis were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that perceived service quality has a positive relationship with tourist satisfaction. Findings revealed a positive relationship between perceived service quality and satisfaction. Consequently, homestay businesses in Thailand should consider upgrading their service quality in different dimensions (tangible, reliability, responsiveness, and assurance) in order to enhance tourists' satisfaction which result in a long run business success.

Keywords : Service quality, Satisfaction, Tourist, Homestay, Thailand

1. บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทางเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยได้มีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว (ไทยเที่ยวไทย) ซึ่งถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทางรัฐบาลให้ความสนใจและผลักดันมาโดยตลอด เพราะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตได้ถึงระดับท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562 : เว็บไซต์) อีกทั้งการให้ความสำคัญในการสร้างรายได้ในชุมชนท้องถิ่น ยังสามารถช่วยสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างดี นั่นคือธุรกิจโฮมสเตย์ ในปี 2558-2562 ธุรกิจโฮมสเตย์ ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว จำนวน 105 แห่ง เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง จำนวน 86 แห่ง ซึ่งมีอัตราการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี (กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2562 : 1-5) ส่งผลให้ธุรกิจโฮมสเตย์ต้องเผชิญกับสถานการณ์การแข่งขันที่สูงขึ้น เจ้าของบ้านโฮมสเตย์ จึงจำเป็นต้องมีความสะอาดในด้านที่พัก ความปลอดภัย และมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีของเจ้าของบ้าน เป็นต้น ตามมาตรฐานการให้บริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจโฮมสเตย์เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (โฮมสเตย์ไทย, 2562 : เว็บไซต์) และการให้บริการที่ดีมีคุณภาพเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเกิดความคาดหวัง ความพึงพอใจและความประทับใจ ซึ่งในการให้บริการนั้นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจะต้องสัมผัสหรือรับรู้ได้ถึงการดูแลเอาใจใส่ รู้สึกมั่นใจ และเกิดความไว้วางใจขณะที่ได้รับบริการได้ (Powers & Barrow, 2006)

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ (Perceived Service Quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการรับรู้และส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ซึ่งการรับรู้คุณภาพการให้บริการเกิดจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการที่สร้างความแตกต่าง โดยสามารถให้บริการได้ตามความคาดหวังหรือตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจในสิ่งที่ต้องการนั้น คุณภาพการให้บริการจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ ตามองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ด้านความไว้วางใจ (Reliability) ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ด้านความมั่นใจ (Assurance) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) (Parasuraman et al., 1990 : 28) การนำทั้ง 5 ด้าน มาใช้ในการประเมินคุณภาพการให้บริการจะช่วยให้ธุรกิจรับรู้ถึงความสามารถของธุรกิจในการให้บริการได้ตามความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของธุรกิจ เพื่อส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการนั้น ๆ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourists' Satisfaction) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากผู้ให้บริการได้รับการบริการนั้น ๆ และมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของผู้ใช้บริการก่อนที่จะได้รับการบริการ (กรรณภัทร กันแก้ว, 2555; อ้างอิงจาก Kotler & Armstrong, 2002) ซึ่งเป็นการแสดงความรู้สึกหรือความคิดเห็นในทางบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งที่ได้รับการบริการ หรือเกิดจากผู้ให้บริการมีการประเมินประสบการณ์จากที่เคยได้รับการบริการมาแล้วว่าได้รับการบริการตรงตามความต้องการและคาดหวัง หรืออาจมากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Oliver, 1997) ดังนั้นความพึงพอใจของผู้ใช้บริการควรมีคุณลักษณะที่ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ความพึงพอใจด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Intention to Revisit) การบอกต่อในเชิงบวก (Positive Word of Mouth) และความประทับใจ (Impression) (สุวคนธ์ สมไพฑิทักษ์, 2554 : 66-72) ที่เป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ เมื่อธุรกิจได้นำเสนอบริการที่มีคุณภาพตรงตามความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้ใช้บริการ ก็ย่อมส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทยในภาพรวม ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งภาครัฐและเอกชน ในการประเมินการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในปัจจุบัน รวมถึงเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2. ทบทวนวรรณกรรม

2.1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

มันทนา เพ็งแจ่ม (2554 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจโรงแรมเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการที่จะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมมีการวางแผนและกำหนดแนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้นธุรกิจโรงแรมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการและปรับปรุงพัฒนาการบริการอยู่เสมอเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและแข่งขันได้ต่อไป

ปริญญารัตน์ หารบุรุษ (2557 : 54) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของโรงแรมขนาดกลางในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำของโรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก ความเป็นรูปธรรมของการบริการเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการสามารถเข้าใจและรับรู้ได้ชัดเจน และผู้ให้บริการมีความมั่นใจต่อการบริการของโรงแรมได้จึงทำให้เกิดความพึงพอใจตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำได้

ภัทรา ภัทรมโน (2556 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ทระดับ 4 ดาวในจังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการของรีสอร์ทระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการด้านความไว้วางใจหรือความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความใส่ใจลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก

กิจดี ยงประกิจ (2559 : 96) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการ บุคลิกการเป็น ผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย พบว่า ผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจในผู้รับบริการ อยู่ในระดับมาก

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

Chen และTsai (2007) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินภาพลักษณ์ต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลกระทบทันทีทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อ นอกจากนี้ ยังพบการเชื่อมโยงของตัวแปรดังนี้ ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณภาพในการท่องเที่ยวส่งผลต่อคุณค่าที่ได้รับส่งผลต่อความพึงพอใจและส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

Stefano และคณะ (2015 : 433-438) ได้ศึกษาเรื่อง SERVQUAL ทั้ง 5 มิติสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม จากผลการวิจัย พบว่า คุณภาพส่งผลต่อประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่นเดียวกับความพึงพอใจของลูกค้า เมื่อผู้ใช้บริการตีความความพึงพอใจที่ให้บริการและการตัดสินใจของกระบวนการซื้อโดยรวม ด้วยวิธีนี้ทำให้เรากำหนดคุณภาพการบริการตามที่ลูกค้ารับรู้ นอกจากนี้คุณภาพการรับรู้คือการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของลูกค้า ความคาดหวังของลูกค้าคือบริการที่คาดหวัง ซึ่งเกิดขึ้นจากความต้องการของลูกค้า อย่างไรก็ตามสิ่งเหล่านี้สามารถเรียกร้องได้มากกว่าหรือน้อยกว่าความต้องการที่แท้จริง การรับรู้เป็นวิธีที่ลูกค้ารับรู้ถึงบริการที่มีให้ประเมินว่าเหมาะสมหรือไม่ ดังนั้นสำหรับองค์กรที่ให้บริการการตีความความต้องการของลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

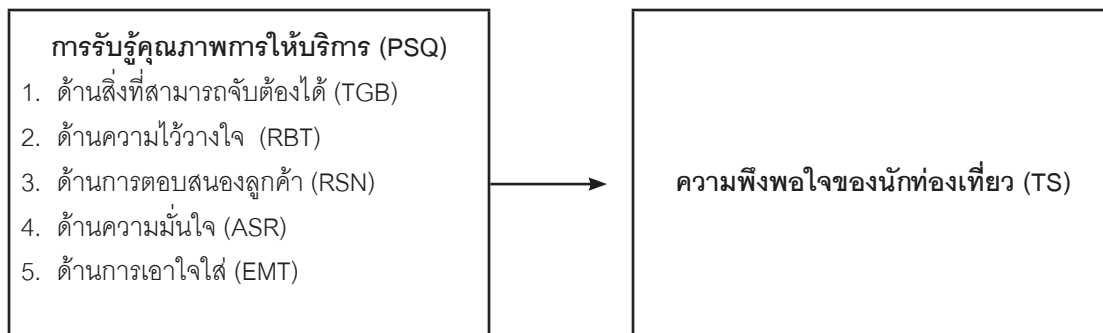
Ismail และคณะ (1997 : 398-405) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการโฮมสเตย์จากชุมชน, ความพึงพอใจของผู้เยี่ยมชม, และพฤติกรรมความตั้งใจ พบว่า จากผลการวิเคราะห์ผู้มาเยือนโฮมสเตย์มีคาดหวังต่อคุณภาพของโฮมสเตย์ โดยพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยในด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความมั่นใจและด้านความเชื่อมั่น คุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ พบว่า มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้เข้าชม นอกจากนี้ยังพบว่าคุณภาพบริการที่ดีขึ้นช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้เข้าพักโฮมสเตย์ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้ให้บริการโฮมสเตย์ต้องให้ความสำคัญกับความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า ในขณะที่เข้าพักโฮมสเตย์ ซึ่งผลการดำเนินงานทั้ง 3 ด้าน ของคุณภาพบริการ ความพึงพอใจและพฤติกรรมความตั้งใจมีความสำคัญและเป็นบวก นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของโฮมสเตย์และพฤติกรรมความตั้งใจ

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1

การรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



3.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.1.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.1.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้ากับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.1.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่กับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.2 สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานสำหรับงานวิจัย มีดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 : การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 : การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 : การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้ามีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 : การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 : การรับรู้คุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

3.3 นิยามศัพท์

3.3.1 การรับรู้คุณภาพการให้บริการ (Perceived Service Quality) หมายถึง การแสดงออกของผู้ใช้บริการที่สื่อให้ทราบถึงความรู้สึก ความคิดเห็น ความเข้าใจในสิ่งที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ผู้ให้บริการ สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังหรือความต้องการของผู้ใช้บริการในการบริการนั้น ๆ โดยคุณภาพการให้บริการประเมินจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้จริงในการใช้บริการนั้น ๆ (Parasuraman et al., 1990 : 28) จำแนกออกได้ 5 ด้าน ประกอบด้วย

3.3.1.1 ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่มอบให้แก่ผู้ให้บริการสามารถรับรู้ถึงสภาพแวดล้อม ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและรวมถึงการแต่งกายของพนักงานด้วย

3.3.1.2 ด้านความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ผู้ให้บริการแสดงถึงความสามารถในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการตามที่ได้ให้สัญญาไว้อย่างถูกต้องและพึงพาได้ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง

3.3.1.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการแสดงต่อผู้ให้บริการให้รับรู้ถึงความเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วและยินดีที่จะช่วยเหลือผู้ให้บริการได้ตามต้องการ

3.3.1.4 ด้านความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะในการให้บริการ มีความสุภาพอ่อนน้อม อธิษาคัญที่ดี และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้อย่างมั่นใจ

3.3.1.5 ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการแสดงถึงการรับรู้ถึงการเอาใจใส่ตามความต้องการ ความแตกต่างของผู้ใช้บริการตามลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งให้ความสนใจและความสำคัญของผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล

3.3.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist's Satisfaction) หมายถึง การแสดงความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวกของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งที่ได้รับการบริการ หรือได้รับการตอบสนองจากผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผลที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการหรือประสิทธิภาพของการให้บริการที่คาดหวัง

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร (Population) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยทำการเปิดตารางจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1978) ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.1.2.1 จำแนกโฮมสเตย์ที่จัดทะเบียนรับรองมาตรฐานโดยกรมการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งตามภูมิภาค

4.1.2.2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ตามสัดส่วนจำนวนโฮมสเตย์แต่ละภาคในประเทศไทย

4.1.2.3 ทำการสุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ ดังตาราง 1

4.1.2.4 ลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

ตาราง 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มารับบริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค

ภาค	จำนวนโฮมสเตย์ที่จดทะเบียนรับรองมาตรฐาน โดยกรมการท่องเที่ยว	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ภาคเหนือ	21	162
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17	131
ภาคกลาง	5	38
ภาคใต้	7	54
ภาคตะวันออก	2	15
รวม	52	400

ที่มา : กรมพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2562 : เว็บไซต์

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นได้แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มารับบริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทยลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 20 ข้อโดยครอบคลุมข้อมูลการรับรู้คุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) จำนวน 4 ข้อ ด้านความไว้วางใจ (Reliability) จำนวน 4 ข้อ ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) จำนวน 4 ข้อ ด้านความมั่นใจ (Assurance) จำนวน 4 ข้อ และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มารับบริการธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตรฐานส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 12 ข้อ โดยครอบคลุมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Intention to Revisit) จำนวน 4 ข้อ ด้านการบอกต่อในเชิงบวก (Positive Word of Mouth) จำนวน 4 ข้อ และด้านความประทับใจ (Impression) จำนวน 4 ข้อ

4.3 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำผลการศึกษาตามข้อ 1 มาสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน โดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมกับจุดมุ่งหมายและสมมติฐานในการวิจัย
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.1 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบใช้ (Try – out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการธุรกิจโฮมสเตย์ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

3.2 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการรับรู้คุณภาพการให้บริการได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.530-0.698 และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.598-0.760

3.3 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการรับรู้คุณภาพการให้บริการ มีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.868-0.894 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.831-0.850

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปยังโฮมสเตย์ในประเทศไทย ที่ได้ทำการสุ่มลงพื้นที่จริง โดยแบ่งโฮมสเตย์ตามภูมิภาค และผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโฮมสเตย์แต่ละภูมิภาคด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายของข้อมูลเป็นตัวแทนของประชากรที่ดีและใกล้เคียงความเป็นจริงที่สุด เมื่อเก็บแบบสอบถามครบได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมาทุกฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างแบบตามภูมิภาค ดังนี้

4.4.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 17 แห่ง เก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 10 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1–4 กุมภาพันธ์ 2562

4.4.2 ภาคเหนือ จำนวน 21 แห่ง เก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 15 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 162 คน ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 24–28 กุมภาพันธ์ 2562

4.4.3 ภาคกลาง จำนวน 5 แห่ง เก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 2 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 38 คน ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 12 – 15 มีนาคม 2562

4.4.4 ภาคตะวันออก จำนวน 2 แห่ง เก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 1 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 – 3 เมษายน 2562

4.4.5 ภาคใต้ จำนวน 7 แห่ง เก็บแบบสอบถามได้ จำนวน 2 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 54 คน ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 5 -10 พฤษภาคม 2562

4.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ TS} = \beta_0 + \beta_1 \text{TGB} + \beta_2 \text{RBT} + \beta_3 \text{RSN} + \beta_4 \text{ASR} + \beta_5 \text{EMT} + E$$

โดยที่

TS	แทน	ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว
TGB	แทน	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้
RBT	แทน	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการไว้ใจ
RSN	แทน	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า
ASR	แทน	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความมั่นใจ
EMT	แทน	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์การรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการโดยรวมของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังตาราง 2

ตาราง 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์การรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโดยรวมของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TS	TGB	RBT	RSN	ASR	EMT	VIFs
$\bar{X}$	3.84	3.90	4.04	3.94	4.03	3.89	
S.D	0.58	0.61	0.58	0.59	0.60	0.64	
TS	-	0.576*	0.631*	0.652*	0.692*	0.727*	
TGB			0.661*	0.599*	0.642*	0.528*	2.060
RBT				0.651*	0.702*	0.635*	2.524
RSN					0.696*	0.673*	2.424
ASR						0.720*	3.011
EMT							2.431

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ มีค่าตั้งแต่ 2.060 - 3.011 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

5.2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์

การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโดยรวมของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังตาราง 3

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยรวมของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	ความพึงพอใจโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.437	1.420	3.074*	0.002
ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (TGB)	0.104	0.042	2.450*	0.015
ด้านความไว้วางใจ (RBT)	0.100	0.049	2.017*	0.044
ด้านการตอบสนองลูกค้า (RSN)	0.137	0.048	2.855*	0.005
ด้านความมั่นใจ (ASR)	0.174	0.052	3.329*	0.001
ด้านการเอาใจใส่ (EMT)	0.349	0.044	7.905*	0.000
F = 127.954 p < 0.0001 Adj R ² = 0.614				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 2 3 4 และ 5

6. สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

6.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการรายด้านทุกด้านมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น ธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์มีประสิทธิภาพในการบริการเพิ่มขึ้น อันจะส่งผลถึงความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว

6.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว : กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (TGB) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) เนื่องจากการรับรู้คุณภาพการบริการจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจโฮมสเตย์กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ทำให้ปัจจุบันธุรกิจโฮมสเตย์ได้มีการตกแต่งห้องพักให้สวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจดี ยงประกิจ (2559 : 96) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้ประกอบการจัดไว้บริการ เช่น ห้องพักรับรองที่ตกแต่งในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สะอาดเรียบง่าย รวมถึงบริเวณ

โดยรอบที่เป็นส่วนกลางแต่มีความเป็นส่วนตัว ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์เตือนที่ทำให้รู้สึกสะดวกสบาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2557 : 54) พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจและรับรู้ได้ชัดเจน และผู้ใช้บริการมีความมั่นใจต่อการบริการของโรงแรมได้จึงทำให้เกิดความพึงพอใจตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำได้

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความไว้วางใจ (RBT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) เนื่องจากความไว้วางใจเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการตามที่ได้ให้สัญญาไว้อย่างถูกต้องและพึงพาได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรง โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจดี ยงประกิจ (2559 : 96) พบว่า ผู้ประกอบการมีโบซ์เวิร์ เอกสารข้อมูลรายละเอียดที่น่าสนใจ ทำให้ผู้ใช้บริการสัมผัสได้ถึงความเอาใจใส่ต่าง ๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถให้บริการได้ตรงตามที่ได้ให้บริการคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง เช่น การบริการตามที่ได้ระบุไว้ในโบซ์เวิร์ หรือที่ได้โฆษณาไว้ และเมื่อผู้ใช้บริการมาใช้บริการเป็นครั้งแรกย่อมเกิดจินตนาการ และคาดหวังตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ จึงตัดสินใจมาใช้บริการ ส่วนผู้ที่เคยมาใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงถึงการรับรู้ในการบริการนั้น ๆ มีความสม่ำเสมอเป็นไปตามความคาดหวังจึงกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557 : 76) พบว่า ความเชื่อถือไว้วางใจ เป็นสิ่งที่พนักงานควรให้ความสำคัญในการให้บริการที่มีคุณภาพสามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และเมื่อผู้ใช้บริการมีปัญหาในระหว่างการท่องเที่ยวพนักงานสามารถช่วยเหลือได้เสมอ สิ่งเหล่านี้ย่อมนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า (RSN) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) เนื่องจากการให้ความสำคัญกับลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ ซึ่งการบริการที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าได้นั้น จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ มันทนา เพ็งแจ่ม (2554 : 93) พบว่า การบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที มีความเต็มใจให้บริการ และรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้า เปิดโอกาสให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และยินดีช่วยเหลือลูกค้าเมื่อต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านความมั่นใจ (ASR) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) เนื่องจากการสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากในธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญ ความรู้ มีทักษะในการบริการ รวมถึงต้องมีการบริการอย่างสม่ำเสมอ อดิชาชัยดี จึงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการมั่นใจได้เป็นอย่างดี โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิจดี ยงประกิจ (2559 : 97) พบว่า การพัฒนาพนักงานให้เกิดทักษะความชำนาญ มีความเข้าใจในการบริการ อย่างแท้จริงจนสามารถนำส่งการบริการจากใจด้วยกิริยา มารยาทสุภาพ นุ่มนวล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจว่า ผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด รวมถึงการบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจลูกค้าได้

การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ (EMT) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวม (TS) เนื่องจากคุณภาพการให้บริการ ด้าน การเอาใจใส่มีความสำคัญต่อการให้บริการในธุรกิจโฮมสเตย์ โดยการเอาใจใส่เป็นการรับรู้ถึงความต้องการ ความแตกต่างของผู้ใช้บริการตามลักษณะของแต่ละบุคคล ซึ่งให้ความสนใจและความสำคัญของผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาภรณ์ หารบุรุษ (2557 : 54) พบว่า ด้านความเข้าใจและการรับรู้ของผู้รับบริการ พนักงานมีการเอาใจใส่ต่อลูกค้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ และพนักงานเข้าใจความต้องการของลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเป็นอย่างมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรประภา ไชยอนุกุล (2557 : 77) พบว่า ผู้รับบริการ

ได้รับการดูแล การเอาใจใส่จากพนักงานเป็นอย่างดี และพนักงานมีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการ การตอบคำถามที่ต้องการทราบได้เป็นอย่างดี ซึ่งการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการนั้น ย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และเกิดความประทับใจในการใช้บริการ

7. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

7.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

7.1.1 ควรศึกษาการรับรู้คุณภาพการให้บริการในธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์กับธุรกิจอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.1.2 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับตัวแปรตามอื่น เช่น ความสำเร็จในการดำเนินงาน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เป็นต้น

7.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แทนการใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการของธุรกิจ

7.1.4 นำกรอบแนวคิดนี้ไปศึกษาในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการอื่นที่สนใจ

7.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ได้ดังนี้

7.2.1 ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ (Tangibles) ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่พักและบริเวณโฮมสเตย์ให้ดูใหม่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอ รวมถึงพนักงานควรได้รับการฝึกอบรมพัฒนาด้านบุคลิกภาพ ด้านการแต่งกายให้สุภาพเรียบร้อยจะช่วยให้การเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจได้ เพื่อสร้างการรับรู้และทัศนคติที่ดีต่อผู้ใช้บริการ

7.2.2 ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านความไว้วางใจ (Reliability) ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับปัญหาของผู้มาใช้บริการ และสามารถดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที รวมทั้งพนักงานของโฮมสเตย์ควรพัฒนาความรู้ที่จะสามารถตอบคำถามของผู้มาใช้บริการได้ เพื่อลดข้อผิดพลาดในการให้บริการ

7.2.3 ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับพนักงานในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และเข้าใจง่ายแก่ผู้มาใช้บริการอย่างถูกต้องชัดเจนและสามารถช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ

7.2.4 ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านความมั่นใจ (Assurance) ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรสนับสนุนให้พนักงานได้มีความรู้ที่เชี่ยวชาญเกี่ยวกับโฮมสเตย์สามารถถ่ายทอดให้ลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้พนักงานควรมีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการใช้บริการ

7.2.5 ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับ การรับรู้คุณภาพการให้บริการในด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ธุรกิจโฮมสเตย์ ควรให้ความสำคัญกับความเข้าใจ รับรู้ถึงความต้องการที่แตกต่างกันของผู้มาใช้บริการแต่ละคน และพร้อมเสมอสำหรับการให้บริการบริการลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). รายงานวิจัยทัศนคติการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2562, จาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article20170509151433.pdf>.
- กรรณภัทร กันแก้ว. (2555). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน : กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กองพัฒนาการท่องเที่ยว. (2562). สรุปผลการตรวจสอบประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยรายภาค. ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2562, จาก <https://localguide.thailandtourismdirectory.go.th/doc/homestay>.
- กิจดี ยงประกิจ. (2559). การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้ใช้บริการบุคคลิกการเป็นผู้ประกอบการภูมิความรู้ ความชำนาญ และรูปแบบการคิดของผู้ประกอบการธุรกิจบูติกโฮเต็ลที่ได้รับรางวัลในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรียาภรณ์ หารบุรุษ. (2557). ภาพลักษณ์และคุณภาพการให้บริการของโรงแรมที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการซ้ำ โรงแรมขนาดกลางในเขตกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรประภา ไชยอนุกุล. (2557). คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ภัทรา ภัทรมโน. (2556). การรับรู้คุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักที่รีสอร์ท ระดับ 4 ดาว ในจังหวัดชลบุรี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มันทนา เพ็งแจ่ม. (2554). ผลกระทบของกลยุทธ์การบริหารคุณภาพการบริการที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ โรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุวคนธ์ สมไพโรพิทักษ์. (2554). ผลกระทบของคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้เยี่ยมชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- โฮมสเตย์ไทย. (2562). เกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเบื้องต้น. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2562. จาก <http://www.Homestaystandardthailand.co.th>.
- Chen, C.F., & Tsai, D. (2007). How Destination Image and Evaluation Factors Affect Behavioral Intention. *Tourism Management*, 22, 1115-1122.
- Ismail, M. N. I., Hanafiah, M. H., & Aminudin, N. (1997). Community Based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. *International Journal of Hospitality Management*, 22, 398-405.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Principles of Marketing*. New York : Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York : McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Service Quality : Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York : Free Press.
- Powers, T., & Barrows, C. W. (2006). *Management in the Hospitality*. New York : Wiley.

Stefano, N. S., Casarotto, F. N., Barichello, R., Sohn, A. P. (2015). A fuzzy SERVQUAL based method for evaluated of service quality in the hotel industry. *Procedia CIRP*, 30, 433-438.

Yamane, T. (1978). *Statistic : An Introductory Analysis*. ed. Singapore : Times Printers.

**การจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจ
ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดแม่ฮ่องสอน**
**Supply Chain Management for value creation of economic plants
in Muang District, Mae Hongson Province**

มานพ ชุ่มอุ้น¹ วินยาภรณ์ พรหมณโชติ² อาชวิน ใจแก้ว³ จินดาภา ศรีสำราญ⁴
กิตติยาภรณ์ อินธิปัก⁵ และกนกวรรณ เพ็รพงศ์เดชา⁶

Manop Chum-Un¹ Winayaporn Bhrammanachote² Ardchawin Jaikaew³
Jindapha Srisamran⁴ Kitiyaporn Intipeek⁵ and Kanokwan Pheerapongdech⁶
Received : April 16, 2020 Revised : August 28, 2020 Accepted : July 31, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจ การสร้างโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดแก่เกษตรกรเพื่อใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับกลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านปางหมู กลุ่มถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหมู และกลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนตำบลผาบ่อง ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณเป็นการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ถั่วเหลืองและข้าว โดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดแม่ฮ่องสอน จำนวน 200 รายและเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษา พบว่า ห่วงโซ่อุปทานของงา ถั่วเหลืองและข้าวที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกร พันธุ์พืชที่ใช้ปลูกใช้พันธุ์ที่เก็บไว้จากปีก่อนด้วยแรงงานของครอบครัว ส่วนผลผลิตจะจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้กำหนดราคา แต่มีบางรายนำไปแปรรูป ทำการตลาดและกำหนดราคาขายเอง แต่ทั้งนี้ต้องพัฒนากระบวนการผลิตและใช้เทคโนโลยีในการช่วยลดต้นทุน ผลการศึกษาโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม พบว่า ต้องขยายตลาดให้กว้างขึ้น และนำเอาตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์สินค้ามาเป็นกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีพนักงานขายที่แสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ร่วมกับการประชาสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และดำเนินการค้าที่เป็นธรรม

คำสำคัญ : ห่วงโซ่อุปทาน พืชเศรษฐกิจ โมเดลธุรกิจ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

^{*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{*} Assistant Professor, Management Science Faculty, Chiang Mai Rajabhat University

²⁻⁵ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

²⁻⁵ Lecturer, Management Science Faculty, Chiang Mai Rajabhat University

⁶ อาจารย์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

⁶ Lecturer, International College, Chiang Mai Rajabhat University

Abstract

The research aimed to study and analyze the supply chain of sesame, bean and rice in order to create business models and marketing mix strategies for farmer's commercial use. The qualitative research instruments consisted of in-depth interviews and focus groups with Ban Pang Moo Healthy Sesame Group, Ban Pang Moo Soil Bean Producer Group, and Pha Bong Community Enterprise Agricultural Group with content analysis. The quantitative research for studying consumer behavior towards sesame, bean, and rice was conducted from 500 samples by using descriptive statistics. The results of supply chain study showed that most of the crop was owned by farmers, the plants used to grow from the collected species from the previous year with family labor. Most of the products were being sold in the price that was set by the middleman. Some farmers brought their products to the production process and made their own marketing and price setting, however, they had to develop the production process and use technology to help in reducing the cost. The results of the business model and marketing mix strategy in this study found that the groups must expand the market and apply brand positioning and identity as a strategy to make the difference in the market, together with premium pricing through distribution channels in both online and offline to reach more customers. The promotion required personal selling to seek new customers, together with public relations in the area of environmental conservation and conducting fair trade.

Keywords : Supply Chain, Economic Plants, Business Model, Marketing Mix Strategies

บทนำ

จังหวัดแม่ฮ่องสอนตั้งอยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของภาคเหนือและอันดับ 7 ของประเทศ และมีบริบททางภูมิสังคมที่มีอัตลักษณ์สูง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) โดยมีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรประมาณ 0.36 ล้านไร่ หรือร้อยละ 4.5 ของพื้นที่จังหวัด แบ่งการปกครองเป็น 7 อำเภอ 45 ตำบล 415 หมู่บ้าน และในปี 2562 มีประชากรรวมทั้งสิ้น จำนวน 284,138 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2563) จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ กาแฟ ข้าวนาปี ข้าวนาปรัง ข้าวไร่ ข้าวขาว งาดำ ถั่วเหลือง ข้าวโพด และกระเทียม อย่างไรก็ตาม ปัญหาความต้องการภาคเกษตรของจังหวัดในประเด็นที่สำคัญเร่งด่วน คือ การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้มีความเชื่อมั่นในการปรับเปลี่ยนวิถีคิดสู่เกษตรแบบยั่งยืน การสร้างความเป็นธรรมด้านราคา ผลผลิตการเกษตรและตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน (สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน, 2560)

จากการศึกษาและวิเคราะห์พืชเศรษฐกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน 3 ชนิด พบว่า (1) ข้าว เป็นพืชที่นิยมปลูกกันมากด้วยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา อาทิ ข้าวสาลีซึ่งถือได้ว่าเป็นราชินีแห่งธัญพืช และมีโอกาสการเติบโตทางการตลาดที่สูงมากเพราะเป็นพืชที่มีคุณภาพและรสชาติดี แต่เกษตรกรส่วนใหญ่จะขายสินค้าให้กับพ่อค้าคนกลางเพราะได้เงินเร็วและไม่ต้องเก็บผลผลิตเอง (2) ถั่วเหลืองจะนิยมปลูกรองลงมาจากข้าว โดยผลผลิต ส่วนหนึ่งนำไปแปรรูปเป็นถั่วเน่าแผ่นเพื่อรับประทานในครัวเรือน ส่วนที่เหลือนำไปจำหน่ายในตลาดชุมชนและจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นและต่างจังหวัดแบบคละเกรด จึงทำให้การจำหน่ายในราคาที่ไม่สูงมากนัก และ (3) งาเป็นพืชที่มีการผลิตและมีความต้องการด้านการตลาดสูง จึงมีการปลูกจำนวนมาก แต่เกษตรกรจะเร่งจำหน่ายผลผลิต หลังเก็บเกี่ยวทันทีโดยไม่คัดเกรดหรือคุณภาพ ทำให้ราคาโดยรวมต่ำกว่าราคาตลาดมาก เฉลี่ยกำไรต่อไร่ประมาณ 2,900 บาทเท่านั้น

ดังนั้น จึงเกิดประเด็นคำถามการวิจัยว่า เมื่อทรัพยากร ดิน และภูมิปัญญาการผลิตมีอยู่พร้อม แต่ทำไมกลุ่มเกษตรกรจึงไม่ได้รับความเป็นธรรมทางการค้า และทำไมจึงจะแก้ไขปัญหากลุ่มเกษตรกรราคาและลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลางลงและทำการตลาดเองได้ และหากกลุ่มเกษตรกรมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ดี มีโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสม จะช่วยสร้างมูลค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจดังกล่าวได้หรือไม่

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจ เช่น งาม ถั่วเหลือง และข้าว ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน
2. สร้างโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหรือแปรรูป งาม ถั่วเหลืองและข้าวในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

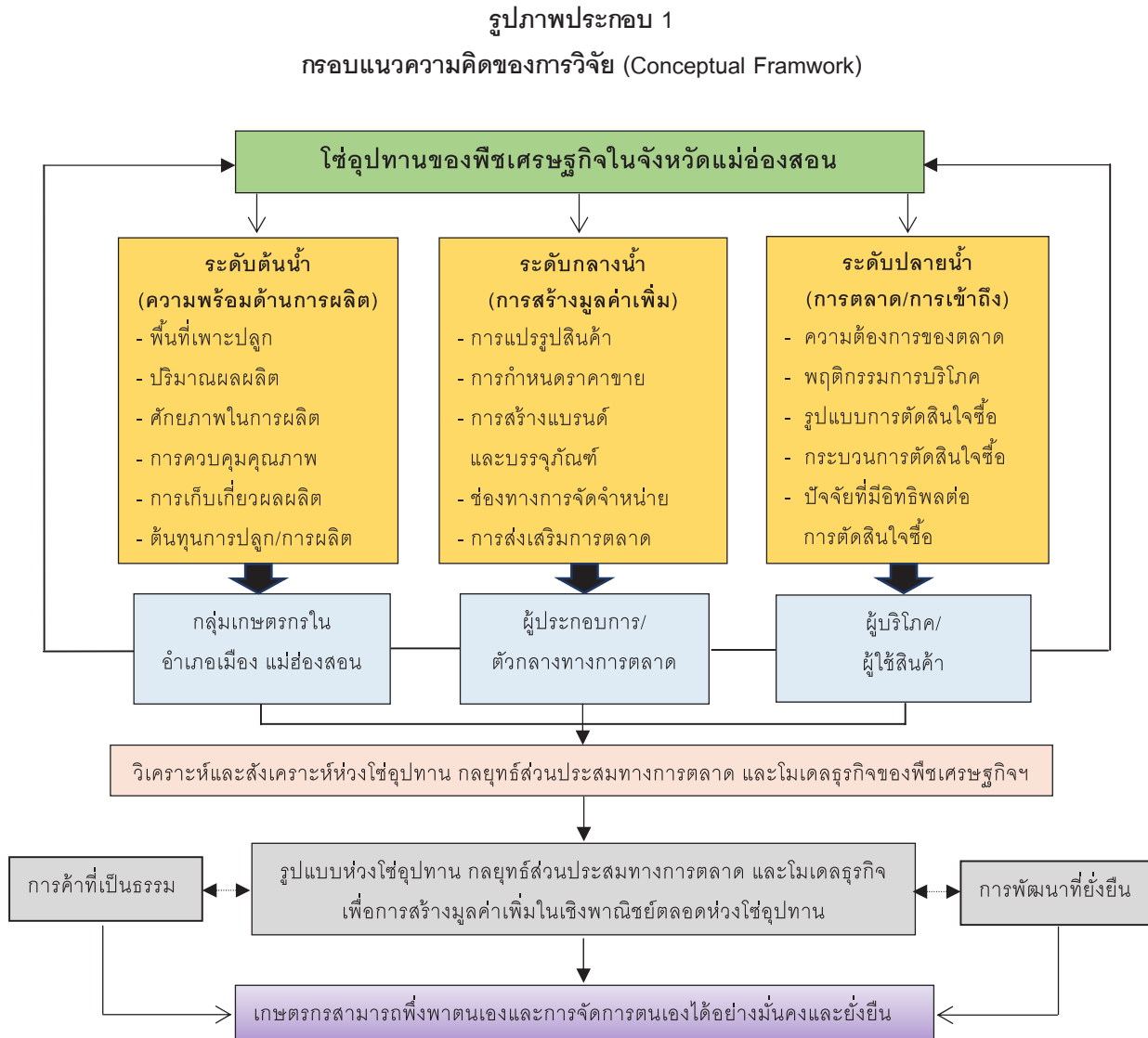
ทบทวนวรรณกรรม

1. **แนวคิดทฤษฎีห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)** โดยไมเคิลพอร์เตอร์ ซึ่งเป็นนักคิด นักบริหารและนักเศรษฐศาสตร์ในส่วนของการบริหารจัดการและการแข่งขัน ต้องการให้ผู้บริหารเข้าใจลำดับขั้นตอนของแต่ละกิจกรรมในองค์กรที่สร้างมูลค่าให้กับลูกค้า (Gereffi et al., 2013) ด้วยแบบจำลองห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Model) ที่แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าอย่างต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่ ตั้งแต่กิจกรรมการนำเข้าวัตถุดิบ ประสิทธิภาพในการผลิต จนกระทั่งผลผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการก่อนจะส่งไปยังลูกค้า (Gereffi & Fernandez-Stark, 2011) โดยไมเคิลพอร์เตอร์ได้แบ่งกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานไว้ 2 ส่วน คือ กิจกรรมหลักจะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง และกิจกรรมสนับสนุนที่จะช่วยสนับสนุนกิจกรรมหลักให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทำให้ห่วงโซ่อุปทานจึงเกี่ยวข้องกับมิติโลจิสติกส์ธุรกิจ ซึ่งเป็นธุรกรรมบริการที่มุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความเชื่อถือได้ ความปลอดภัย และการประหยัดต้นทุน ด้วยการบูรณาการทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิมิตรภูวล, 2555)

2. **แนวคิดทฤษฎีโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)** โดย Osterwalder and Pigneur (2010) อธิบายโมเดลธุรกิจผ่านการสร้างกล่องข้อมูลพื้นฐาน 9 ช่อง คือ (1) การแบ่งส่วนตลาด (Customer Segmentation : CS) (2) คุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า (Unique Value Proposition : VP) (3) การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship : CR) (4) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels : CH) (5) รายได้หลัก (Revenue Streams : RS) (6) คู่ค้าหลัก (Key Partner : KP) (7) กิจกรรมหลักของธุรกิจ (Key Activities : KA) (8) ทรัพยากรหลักของธุรกิจ (KEY Resources : KR) และ (9) โครงสร้างต้นทุนในการส่งคุณค่าทั้งหมด (Cost Structure : CS)

3. **แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Strategy)** Kotler (1997) ซึ่งถือได้ว่าเป็นบิดาหรือครูแห่งการตลาดยุคใหม่ กล่าวว่า ความท้าทายของธุรกิจในปัจจุบันที่มุ่งสร้างแต่กำไรจะไม่ได้อีกต่อไป แม้แต่กลยุทธ์การตลาดต้องเปลี่ยนไปเพราะปัจจุบันผู้บริโภคยุคใหม่ไม่ได้เลือกซื้อสินค้าและบริการจากราคาเพียงอย่างเดียว แต่คาดหวังให้แบรนด์ธุรกิจมีศักยภาพที่จะพัฒนาสังคมให้ดียิ่งขึ้นด้วย (เดอะสแตนดาร์ด, 2563) โดยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ราคา กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ที่มา : จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ของคณะผู้วิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยได้ผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณร่วมกัน ดังนี้

1. **การวิจัยเชิงคุณภาพ** ประชากร คือ กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจ คือ งาม ถั่วเหลืองและข้าว ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้ผลิตหรือปลูกพืชเศรษฐกิจ คือ งาม ถั่วเหลืองและข้าวในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง 3 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มงามเพื่อสุขภาพบ้านปางหมู (2) กลุ่มถั่วเน่าแผ่น บ้านปางหมู และ (3) กลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนตำบลปางหมู เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ การสำรวจบริบทชุมชน การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาควบคู่กับการเก็บข้อมูลภาคสนาม

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคพืชเศรษฐกิจ คือ งาม ถั่วเหลืองและข้าวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนและจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของทั้ง 2 จังหวัดที่แท้จริง จึงทำการแทนค่าโดยใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยสมมติค่าสัดส่วนเท่ากับ 0.5 และที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดความคลาดเคลื่อน 0.5 จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 500 ราย จากนั้นนำมาทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการแบบสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน โดยทำการทดสอบแบบ Cronbach's Alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ที่ได้ค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.91 กลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน 200 ราย และอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 300 ราย ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ งาม ถั่วเหลือง และข้าวจากแหล่งขายต่าง ๆ อาทิ ร้านสะดวกซื้อ ร้านโมเดิร์นเทรด และร้านค้าชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และอัตราร้อยละ ส่วนข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลที่จะนำมากำหนดเป็นวิธีการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพืชเศรษฐกิจในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน

1.1 ห่วงโซ่อุปทานของงาม กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานของงามตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงระดับปลายน้ำ พบว่าระดับต้นน้ำ ประกอบด้วยแปลงนาที่ใช้ปลูกเกือบทั้งหมดเป็นที่ดินของเกษตรกรซึ่งส่วนใหญ่ใช้แรงงานจากครัวเรือนโดยพันธุ์ของงามที่ใช้ปลูก คือ งามดำพันธุ์พื้นบ้านเพราะให้ผลผลิตดี ส่วนการดูแล การใช้ปุ๋ยและการใช้ยาปราบศัตรูพืชที่ทำขึ้นเอง แต่บางส่วนก็ใช้ปุ๋ยเคมีเพื่อเร่งการเจริญเติบโต และส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองในการปลูกและการเก็บเกี่ยวผลผลิต ระดับกลางน้ำ ส่วนใหญ่จะขายเมล็ดงาสดแก่พ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นหรือจังหวัดอื่นที่มารับซื้อผลผลิตถึงไร่ แต่ราคาจะต่ำกว่าราคาตลาดประมาณร้อยละ 30-40 อย่างไรก็ตาม มีเกษตรกรบางส่วน ได้นำเอาเมล็ดงาไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในตลาด เช่น งามบด งามคั่ว น้ำมันงา แชมพู และครีมบำรุงผิว เป็นต้น ส่วนระดับปลายน้ำ กลุ่มที่แปรรูปผลผลิตจะใช้รถยนต์ส่วนตัวขนส่งสินค้าไปยังตลาดและเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเอง ส่วนพ่อค้าคนกลางจะนำผลผลิตที่ซื้อจากเกษตรกรไปจำหน่ายต่อให้กับร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก หรือโรงงานแปรรูป

1.2 ห่วงโซ่อุปทานของถั่วเหลือง กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานของถั่วเหลืองตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงระดับปลายน้ำ พบว่า ระดับต้นน้ำ ประกอบด้วยแปลงนาซึ่งใช้ปลูกส่วนใหญ่เป็นที่ดินของเกษตรกร และใช้แรงงานจากครอบครัว แต่บางครั้งใช้วิธีลงแขกหรือแลกเปลี่ยนแรงงานในสมาชิกด้วยกัน ด้านพันธุ์ที่นิยมปลูกมี 2 สายพันธุ์ คือ ถั่วเหลืองดอยและถั่วเหลืองพื้นเมือง ส่วนใหญ่ดูแลโดยใช้ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืชที่ทำขึ้นเองและเงินลงทุนส่วนใหญ่จะเป็นทุนส่วนตัว ระดับกลางน้ำ นอกจากขายถั่วเหลืองให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงไร่แล้ว บางส่วนนำไปแปรรูปเป็นถั่วเน่าแผ่นและถั่วเน่าสำหรับใช้ประกอบอาหาร หรือเป็นเครื่องปรุงรส และหากเหลือจึงนำไปจำหน่ายในตลาดชุมชน ส่วนระดับปลายน้ำ กลุ่มเกษตรกรที่แปรรูปจะนำผลผลิตมารวมกันที่บ้านของประธานกลุ่ม และประธานกลุ่มจะนำผลผลิตกระจายไปยังตลาดในจังหวัดเชียงใหม่และต่างจังหวัดโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนกลุ่มที่ขายเมล็ดถั่วเหลืองให้พ่อค้าคนกลางนั้น ผลผลิตจะถูกส่งไปจำหน่ายหรือแปรรูปต่อไป

1.3 โซ่อุปทานของข้าว กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานของข้าวตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงระดับปลายน้ำ พบว่าระดับต้นน้ำ ประกอบด้วยแปลงนาที่ใช้ปลูกส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกรเอง โดยพื้นที่ปลูกจะเป็นที่ราบเชิงเขาและที่ลาดชันตามเชิงเขา เน้นพื้นที่ที่ทนแรงงานส่วนใหญ่ได้มาจากครอบครัว และบางส่วนจากการลงแขก และการจ้างแรงงาน ส่วนใหญ่จะใช้เงินทุนที่สะสมมาจากการขายพืชผลทางการเกษตรในปีที่ผ่านมา ส่วนพันธุ์ที่นิยมปลูกคือ ข้าวหอมมะลิ ข้าวเจ้า กข. 21 และข้าวเหนียว กข. 6 โดยใช้ปุ๋ยหรือสารอินทรีย์ที่ทำขึ้นเองในการดูแลและเพิ่มผลผลิตเพื่อให้ข้าว มีรสชาติดี ระดับกลางน้ำ รูปแบบการจัดเก็บและการรวบรวมผลผลิตมี 2 แบบ คือ แบบที่ 1 เกษตรกรที่ปลูกข้าวขายผลผลิต (ข้าวเปลือก) ให้พ่อค้าคนกลางในพื้นที่ที่มารับซื้อถึงแปลงนาแล้วขายต่อพ่อค้าคนกลางรายใหญ่ในตัวเมืองหรือต่างจังหวัด แบบที่ 2 คือ เกษตรกรนำผลผลิตไปขายเองที่ร้าน หรือโรงงานรับซื้อ พี่อะไร อย่างไรก็ตาม กลุ่มเกษตรกรบางส่วนได้รวมกลุ่มแปรรูปข้าวและทำการตลาดเอง ส่วนระดับปลายน้ำ ประกอบด้วยกลุ่มตลาดที่ซื้อจากร้านค้าสมัยใหม่ และกลุ่มที่ซื้อผ่านช่องทางการขายแบบดั้งเดิม เช่น ร้านขายข้าวในตลาดสด เป็นต้น

2. ผลการสร้างโมเดลธุรกิจ

2.1 โมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มงาเพื่อสุขภาพบ้านปางหมู คือ กลุ่มลูกค้าต้องขยายตลาดไปยังตลาดสปา กลุ่มนวดแผนไทย ตลาดสุขภาพและความงามและตลาดร้านอาหารสุขภาพ รวมทั้งห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายของฝาก โดยเสนอคุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า คือ งามพันธุ์พื้นบ้านที่ผ่านกรรมวิธีการปลูกที่ปลอดภัย มีประโยชน์ต่อสุขภาพสูง ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ ขายผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร้านค้าในชุมชน การขายออนไลน์ การออกบูธ งานแสดงสินค้าต่างจังหวัด และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการให้สมาชิกกลุ่มเป็นผู้ให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า การขายผ่านโทรศัพท์ และการบอกต่อแบบปากต่อปาก ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มมีรายได้หลักที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 40 ต่อปี โดยใช้ทรัพยากรหลัก คือ ที่ดินของสมาชิก เครื่องมือต่าง และครกกระเดื่องสำหรับอัดงาอย่างมีประสิทธิภาพ และทำกิจกรรมหลักของธุรกิจ คือ การพัฒนาผลผลิตให้มีคุณภาพและมาตรฐาน รวมถึงสร้างเครือข่ายเพื่อกระจายผลผลิต ขยายตลาด และร่วมมือกันในการผลิตเพื่อให้มีสินค้าป้อนตลาดตลอดทั้งปี ทั้งนี้ต้องมีพันธมิตรหลัก คือการรวมกลุ่มเกษตรกรในชุมชนบ้านปางหมู และสร้างคู่ค้าทางธุรกิจ ได้แก่ ร้านค้าในจังหวัดข้างเคียง รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเหลือเงินทุน รวมถึงการส่งเสริมการตลาดและการขาย และต้องลดโครงสร้างต้นทุนในการปลูกด้วยการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม และเร่งสร้างมาตรฐานคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพสม่ำเสมอ

2.2 โมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหมู คือ กลุ่มลูกค้าต้องขยายตลาดไปยังกลุ่มคนรักสุขภาพ และกลุ่มลูกค้าในประเทศอาเซียน โดยใช้คุณค่าที่โดดเด่นของสินค้า คือ ถั่วเหลืองที่มีคุณภาพสูงและปลูกแบบอินทรีย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะด้านการผลิตและการแปรรูปตามวิถีชีวิตคนไต (คนไทยเชื้อสายไทยใหญ่) และภูมิปัญญาที่สะสมมานาน ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ ขายผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร้านค้าชุมชน คู่ค้าทางธุรกิจ พ่อค้าคนกลาง และทางโทรศัพท์ ต้องมีวิธีสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการให้สมาชิกให้ข้อมูลแก่ลูกค้าถึงคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเกิดรายได้หลักที่มีกำไรประมาณการอยู่ที่ร้อยละ 35 ต่อปี และใช้ทรัพยากรหลักของธุรกิจ คือ การใช้ที่ดินให้มีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์ในการผลิตสูงสุด ส่วนกิจกรรมหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจ คือ การรวมกำลังการผลิตให้เพียงพอเพียงกับความต้องการของตลาด ร่วมกับการสร้างเครือข่ายเพื่อแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน และหาพันธมิตรหลัก คือ กลุ่มเกษตรกรในชุมชน และหน่วยงานราชการที่ช่วยส่งเสริมการตลาดและการผลิต รวมถึงต้องมีการบริหารจัดการโครงสร้างต้นทุน ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพื่อการใช้เงินทุนอย่างคุ้มค่า

2.3 โมเดลธุรกิจที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนตำบลผาบ่อง คือ กลุ่มลูกค้าต้องขยายตลาดไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยเสนอคุณค่าที่โดดเด่น ในการแข่งขันคือ ข้าวที่ปลูกในพื้นที่เฉพาะของตำบลผาบ่องที่ปลูกแบบอินทรีย์ (Organic) ผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสาร คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน การขายผ่านทางคู่ค้าทางธุรกิจ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วยการให้สมาชิกเป็นผู้ให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้เกิดรายได้หลักประมาณร้อยละ 40 ต่อปี นอกจากนี้ต้องใช้ทรัพยากรหลัก คือ ที่ดินหรือไร่สำหรับปลูกข้าวให้คุ้มค่า รวมถึงสายพันธุ์ข้าวสวยซึ่งเป็นพันธุ์พื้นเมืองดั้งเดิมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและผ่านการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ ด้วยภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน รวมถึงมีระบบการบริหารจัดการน้ำที่ดี ส่วนกิจกรรมหลักเพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ คือ การสร้างคุณภาพ และมาตรฐาน เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาการทำตลาดเครือข่ายเพื่อการขยายตลาด การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ หรือห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยสร้างพันธมิตรหลัก คือ การรวมกลุ่มเกษตรในชุมชนเป็นนาแปลงใหญ่ และสร้างคู่ค้าและเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) รวมถึงกลุ่มผู้ส่งออกข้าวไปต่างประเทศ ส่วนโครงสร้างต้นทุนต้องลดต้นทุนการปลูกโดยใช้เทคโนโลยีและ ลดความสูญเสียอันเนื่องมาจากการเก็บสต็อก การขนส่ง และกระบวนการผลิต เช่น การใช้แผนภูมิกระบวนการไหลและการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง เป็นต้น

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

3.1 พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตนเองมากที่สุด รองลงมา คือ คนในครอบครัว โดยความถี่ในการซื้อมากที่สุดเดือนละ 1 ครั้ง แหล่งการซื้อคือร้านขายของชำและตลาดสดมากที่สุด รองลงมา คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้านโมเดิร์นเทรด ด้านการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า การลดราคามีผลมากที่สุด รองลงมาคือการเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา โดยสาเหตุที่เลือกซื้อเพราะต้องการให้ตัวเองและครอบครัวมีความสุขมากที่สุด สุดท้ายคือคุณประโยชน์ โดยค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากที่สุดคือต่ำกว่า 200 บาท

3.2 พฤติกรรมผู้บริโภคถัวเฉลี่ย พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือตนเอง รองลงมาคือคนในครอบครัวและเพื่อน โดยความถี่ในการซื้อมากที่สุดเดือนละ 1 ครั้ง ส่วนแหล่งการซื้อมากที่สุดคือร้านขายของชำหรือตลาดสด รองลงมาคือร้านสะดวกซื้อและร้าน โมเดิร์นเทรด วิธีการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือลดราคา ตามด้วยการเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา และสาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเพราะต้องการให้ตัวเองและครอบครัวมีความสุขมากที่สุด ตามด้วยคุณประโยชน์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งมากที่สุด คือต่ำกว่า 200 บาท

3.3 พฤติกรรมผู้บริโภคข้าว พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือตนเอง รองลงมา คือ คนในครอบครัว และมีความถี่ในการซื้อเดือนละ 1 ครั้ง และเดือนละ 2 ครั้ง ตามลำดับ ส่วนแหล่งซื้อมากที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อและร้านโมเดิร์นเทรด ตามด้วยร้านขายของชำ ตลาดสด และห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต วิธีการส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ลดราคา รองลงมา คือ การเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา โดยสาเหตุที่ตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ต้องการให้ตัวเองและครอบครัวมีความสุขที่สุด รองลงมา คือ คุณประโยชน์ และตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน โดยค่าใช้จ่ายซื้อแต่ละครั้งอยู่ที่ 201-500 บาท รองลงมาจะต่ำกว่า 200 บาท

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.67 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการและวิตามิน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.70 ตามด้วยคุณภาพ รสชาติ และความสะอาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 ตามด้วยความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.64

4.2 ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 ตามด้วยความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประโยชน์ด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 ตามด้วยมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.70

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.23 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการหาซื้อง่ายและมีร้านจำหน่ายหลายแห่ง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามด้วยมีร้านค้าเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 สุดท้ายคือ มีบริการสั่งซื้อผ่านโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.37 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการลด แลก แจก แถมเพื่อแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.92 ตามด้วยมีการประชาสัมพันธ์สินค้าอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.28 ตามด้วยมีพนักงานคอยแนะนำและให้ข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19 สุดท้าย คือ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09

4.5 ด้านด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.11 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราสินค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.55 ตามด้วยสินค้าเป็นที่นิยมในตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46 ตามด้วยตราสินค้ามีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.13 ตามด้วยมีการอธิบายข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.97 ตามด้วยขนาดบรรจุมีความหลากหลาย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.79 สุดท้าย คือ บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้งานและสวยงาม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.77

5. ผลการสร้างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

5.1 ผลิตภณทัจจากขาของกลุ่มาเพื่อสุขภาพบ้านปางหุม (1) กลยุทธ์ผลิตภณทัตองสร้างคามเชือม่ันให้กับผู้บริโภคว่าเป็นสินค้าที่ปลอดภัย มีประโยชน์ต่อสุขภาพและและบรรจุภณทัสะดวกต่อการใช้งาน มีคำอธิบายข้อมูลโภชนาการ มีตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ และขยายสายผลิตภณทัไปยังตลาดเฉพาะกลุ่มที่ต้องการงาที่มีคุณภาพสูงและปลอดภัย (2) กลยุทธ์ราคาในกลุ่มตลาดทั่วไปใช้ราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด ส่วนกลุ่มตลาดเฉพาะที่ใส่ใจคุณภาพ ความมีคักดิ์ศรี และมีอำนาจการซื้อสูง ใช้ราคาสูงพิเศษ (3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายผสมผสานการขายแบบออนไลน์และออฟไลน์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การร่วมงานแสดงสินค้า และการออกบูธ โหทอป ตามจังหวัดต่าง ๆ โดยต้องเป็นผู้กำหนดราคาเอง (4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดใช้การสื่อสารเรื่องราวผลิตภณทัผ่านการตลาดทางอินเทอร์เน็ต การใช้สื่อ ณ จุดขาย ร่วมกับการส่งเสริมการขายด้วยการลดราคา และการเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา และประชาสัมพันธ์การตลาดเพื่อสังคม โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์แก่ชุมชน

5.2 ผลิตภณทัจจากถั่วเหลืองของกลุ่ถั่วเน่าแผ่นบ้านปางหุม (1) กลยุทธ์ผลิตภณทัตองใช้อัตลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ถั่วเน่าแผ่นที่เป็นอาหารแห่งวิถีชีวิตของชาวล้านนา และตำแหน่งการตลาดที่เป็นผลิตภณทัอาหารเพื่อสุขภาพมาใช้ในการแข่งขัน ร่วมกับการ พัฒนาผลิตภณทัใหม่ให้เป็นผลิตภณทัสำเร็จรูปพร้อมปรุง เช่น ชุปก้อนถั่วเน่าหรือขนมขบเคี้ยวจากถั่วเน่าแผ่นที่บรรจุในถุงสุญญากาศ และเร่งสร้างมาตรฐานผลิตภณทัเพื่อการสร้างคามเชือม่ันให้กับผู้บริโภค (2) กลยุทธ์ราคาในกลุ่มตลาดทั่วไป ใช้ราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด ส่วนกลุ่มลูกค้าที่ซื้อตามร้านของฝากหรือร้านซูเปอร์มาร์เก็ตใช้ราคาสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายใช้การจัดจำหน่ายอย่างทั่วถึงสำหรับกลุ่มตลาดทั่วไปผ่านตลาดนัดกลางคืน ตลาดเช้าของตำบลปางหุม ส่วนตลาดเฉพาะกลุ่มจำหน่ายผ่านร้านรักสุขภาพ ร้านขายขนมขบเคี้ยว ร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ต (4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดใช้การสื่อสารเชื่อมโยง

การเล่าเรื่องราวของวัตถุดิบในการทำถั่วเน่าแผ่น ด้วยการใช้วิดีโอผ่านสื่อสังคม หรือเผยแพร่ในงานแสดงสินค้า นอกจากนี้ต้องมีพนักงานขายช่วยแสวงหาลูกค้าใหม่ ๆ ร่วมกับการวางแผนส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ และใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่มาจากถั่วเหลืองให้มากขึ้น

5.3 ผลลัพธ์จากข้าวของกลุ่มการเกษตรวิสาหกิจชุมชนตำบลผาบ่อง (1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ต้องสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ข้าวโดยว่าผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ร่วมกับกลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรม โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมช่วยในการผลิตและสร้างมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้สินค้า และรวมกันเป็นนาแปลงใหญ่เพื่อสร้างศักยภาพการผลิต และเพิ่มอำนาจการต่อรอง ในตลาดให้มากขึ้น (2) กลยุทธ์ราคาในตลาด เฉพาะกลุ่มใช้ราคาสูง ส่วนกลุ่มตลาดทั่วไปใช้ราคาต่ำร่วมกับการส่งเสริมการตลาด เช่น การขายรวมห่อหรือขายควบ (3) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย ในตลาด เฉพาะกลุ่มใช้การจัดจำหน่ายแบบเจาะจงเพื่อการเข้าถึงลูกค้า อาทิ ร้านค้าหรือร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ส่วนตลาดทั่วไปขายผ่านร้านค้าของกลุ่ม และตลาดนัดในชุมชน (4) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ใช้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สื่อถึงความห่วงใยที่มอบให้กับลูกค้า แทนการมุ่งเน้น แต่การจำหน่ายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว ร่วมกับการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ผ่านเรื่องเล่าทางการตลาด

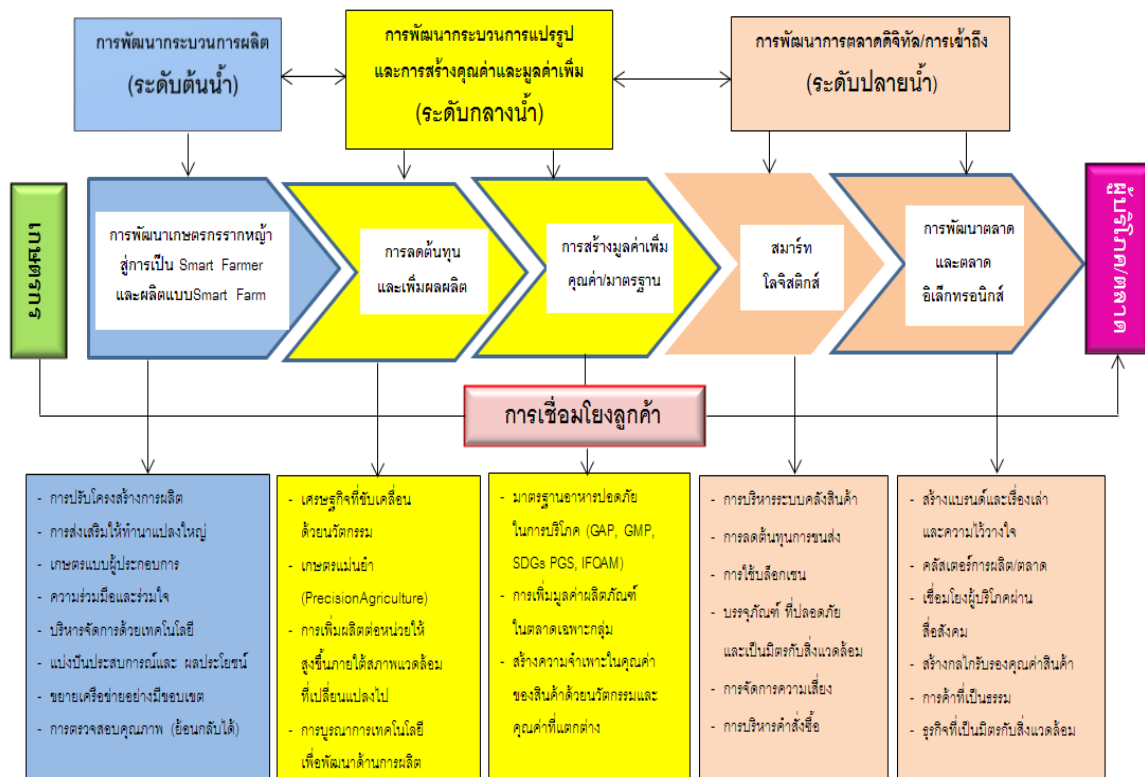
อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยมีประเด็นน่าสนใจ ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของงา ถั่วเหลือง และข้าวตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ห่วงโซ่อุปทานของพืชทั้ง 3 ชนิดจะใกล้เคียงกัน คือ ที่นาเพาะปลูกเกือบทั้งหมดจะเป็นของเกษตรกร และใช้พันธุ์พืชที่คัดเลือกและเก็บไว้จากปีก่อนมาเป็นพันธุ์เพาะปลูกในปีถัดไป และแรงงานส่วนใหญ่มาจากครอบครัว และบางส่วนใช้การลงแขก โดยผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่จะนำมาจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อ ผลผลิตถึงไร่นา และขนส่งต่อไปยังตลาดอีกทอดหนึ่ง ซึ่งจากโครงสร้างราคาที่เกิดจากการจำหน่ายในลักษณะดังกล่าว จึงทำให้คนกลางมีอำนาจในการกำหนดราคาสูงมาก แต่จะมีเพียงส่วนน้อยที่นำผลผลิตไปแปรรูปโดยใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีช่วยผลิต และขยายไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม และกำหนดราคาเอง ซึ่งจะได้กำไรมากกว่าการขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งสอดคล้องกับธันยธร ตินภพและคณะ (2559) ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลางที่ประสบความสำเร็จว่าจะมีการนำภูมิปัญญาความรู้ที่สั่งสมมาจากการประสบการณ์ในอดีตของบรรพบุรุษถ่ายทอดสู่คน รุ่นหลัง โดยเฉพาะความรู้ในด้านการเกษตรผ่านกระบวนการพัฒนาให้สอดคล้องกับยุคสมัย ดังนั้นสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยนี้มาวิเคราะห์เป็นห่วงโซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันที่เหมาะสมของ งา ถั่วเหลืองและข้าว ดังภาพประกอบ 2

รูปภาพประกอบ 2

โซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันในตลาดที่เหมาะสมของ งา ถั่วเหลืองและข้าว



ที่มา : จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ของคณะผู้วิจัย

จากรูปภาพประกอบ 2 โซ่อุปทานเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน (Strategic Creative Value Chain) ที่เหมาะสมต้องพัฒนาห่วงโซ่อุปทานพร้อมกันทั้ง 3 ระดับ ดังนี้

1.1 ระดับต้นน้ำ คือ พัฒนาระบบการผลิตที่ประกอบไปด้วยการพัฒนาเกษตรกรรากหญ้าสู่การเป็น Smart Farmer และพัฒนาระบบการผลิตโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยลดต้นทุน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของมานพ ชุ่มอุ้น (2557) ที่ศึกษาสถานการณ์อาหารอินทรีย์และประเมินพฤติกรรมผู้บริโภคต่ออาหารอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่พบว่าต้นทุนการปลูกข้าวอินทรีย์ต่อ 1 ไร่ ประมาณ 4,326 บาท จึงต้องใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนการผลิต เช่น ค่าจ้างแรงงาน เพื่อสร้างกำไรที่มากขึ้น และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะด้านข้าวของสมพร อิศวิลานนท์ (2561) ที่ว่า การปรับเปลี่ยนรูปแบบการวิจัยข้าวต้องให้ทันกับวิวัฒนาการของศาสตร์ ด้านเทคโนโลยีชีวภาพ (Bio-Technology) และวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) เนื่องจากข้าวเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการโภชนาการและการใช้ประโยชน์ทางการแพทย์และความงาม ดังนั้น การใช้นวัตกรรมปรับเปลี่ยนให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของต้นน้ำ ต้องลดต้นทุนเพื่อช่วยเหลือชาวนา โดยต้องให้ความรู้เพื่อปรับโครงสร้างการผลิตและการสนับสนุนการทำเกษตรแปลงใหญ่

1.2 ระดับกลางน้ำ คือ พัฒนาระบบการแปรรูปและการสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบด้วย การคิดค้นวิธีการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตหรือการเพาะปลูกและการนำแนวคิดเกษตรแม่นยำ (Precision Agriculture) เข้ามาช่วยเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยให้สูงขึ้น รวมถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มและมาตรฐาน และเร่งผลักดันให้กลุ่มเกษตรกรพัฒนาคุณภาพการผลิต หรือผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานความปลอดภัย หรือมาตรฐานอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับของตลาด อาทิ Organic Thailand, GAP, IFOAM หรือ USDA และต้องเร่งสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ในตลาดเฉพาะที่มีกำลัง

การซื้อขายและอัตราการเติบโตสูง ซึ่งสอดคล้องกับสมพร อิศวิลานนท์ และคณะ (2556) ที่ศึกษาการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของข้าวไทย : กรณีศึกษาข้าวหอมมะลิบรรจุถุง พบว่า ผู้บริโภคเริ่มมาสนใจเลือกบริโภคข้าวหอมมะลิอินทรีย์บรรจุถุงเนื่องจากคำนึงถึงเหตุผลทางด้านสุขภาพ เป็นหลัก

1.3 ระดับปลายน้ำ คือ การพัฒนาการเข้าถึงตลาด ประกอบด้วยการพัฒนาสมรรถนะ โลจิสติกส์ ทั้งระบบการบริหารระบบคลังสินค้า การลดต้นทุนการขนส่ง หรือการใช้ระบบโครงข่ายในการเก็บบัญชีธุรกรรมออนไลน์ (Block Chain) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของสินค้าหรือผลผลิตทางการเกษตรให้กับผู้บริโภค และช่วยลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลง รวมทั้งพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านการสร้างแบรนด์และเรื่องเล่าที่เชื่อมโยงผู้บริโภคผ่านสื่อสังคม ร่วมกับการทำการค้าที่เป็นธรรมและทำธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Business) เพราะตำบลปางหมูและตำบลผาป่องมีศักยภาพทางพื้นที่และมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว และดึงเอาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มาจำหน่ายในเส้นทางท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2. จากการสร้างโมเดลธุรกิจและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่พบว่ากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกพืชเศรษฐกิจทั้ง 3 ชนิด ควรแยกทำตลาดเป็น 2 กลุ่ม คือตลาดทั่วไปและตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยตลาดทั่วไปจะเน้นการขายไปยังตลาดสด ตลาดนัด ตลาดขายส่งและขายปลีก และใช้การตั้งราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด ร่วมกับการส่งเสริมการตลาด คือ การลดราคา การเพิ่มปริมาณแต่ไม่เพิ่มราคา ส่วนตลาดพิเศษหรือตลาดเฉพาะโดยการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างโดยใช้ตำแหน่งผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์สินค้ามาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการศึกษาของ Lingley (2009) ชี้ให้เห็นว่าบริษัทสตาร์บัคส์ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง โดยเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม ด้วยการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือบริการไปตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงและประสบความสำเร็จอย่างดี ส่วนราคาใช้กลยุทธ์ราคาสูงพิเศษและใช้ช่องทางจัดจำหน่ายแบบเลือกสรรเพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น และการส่งเสริมการตลาดใช้การสื่อสารเรื่องเล่าถึง ความปลอดภัย ประโยชน์และการปลูกแบบอินทรีย์ หรือปลอดภัยผ่านสื่อสังคม เพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึง และยังเป็นการลดต้นทุนการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเสาวภา พิณเขียว และนภวรรณ ตันติเวชกุล (2017) ที่พบว่าแบรนด์ระดับโลกจะสื่อสารความเป็นแบรนด์ผ่าน 3 ปัจจัย คือ ด้านถ้อยคำด้วยการใช้ชื่อและสโลแกนในการโฆษณา ด้านสุนทรียะด้วยการใช้ผู้นำเสนอแบรนด์ สัญลักษณ์ แบรนด์ และด้านแก่นเรื่อง และเป็นไปในแนวทางเดียวกับการศึกษาของ นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2553) ที่ศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและ โลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรพบว่า ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรบางชนิด ได้เปลี่ยนจากระบบดั้งเดิมมาเป็นระบบการจัดการสมัยใหม่ โดยสาเหตุสำคัญ คือ แบบแผนการบริโภคอาหารของผู้บริโภคในประเทศและในตลาดโลกได้เปลี่ยนมาบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ

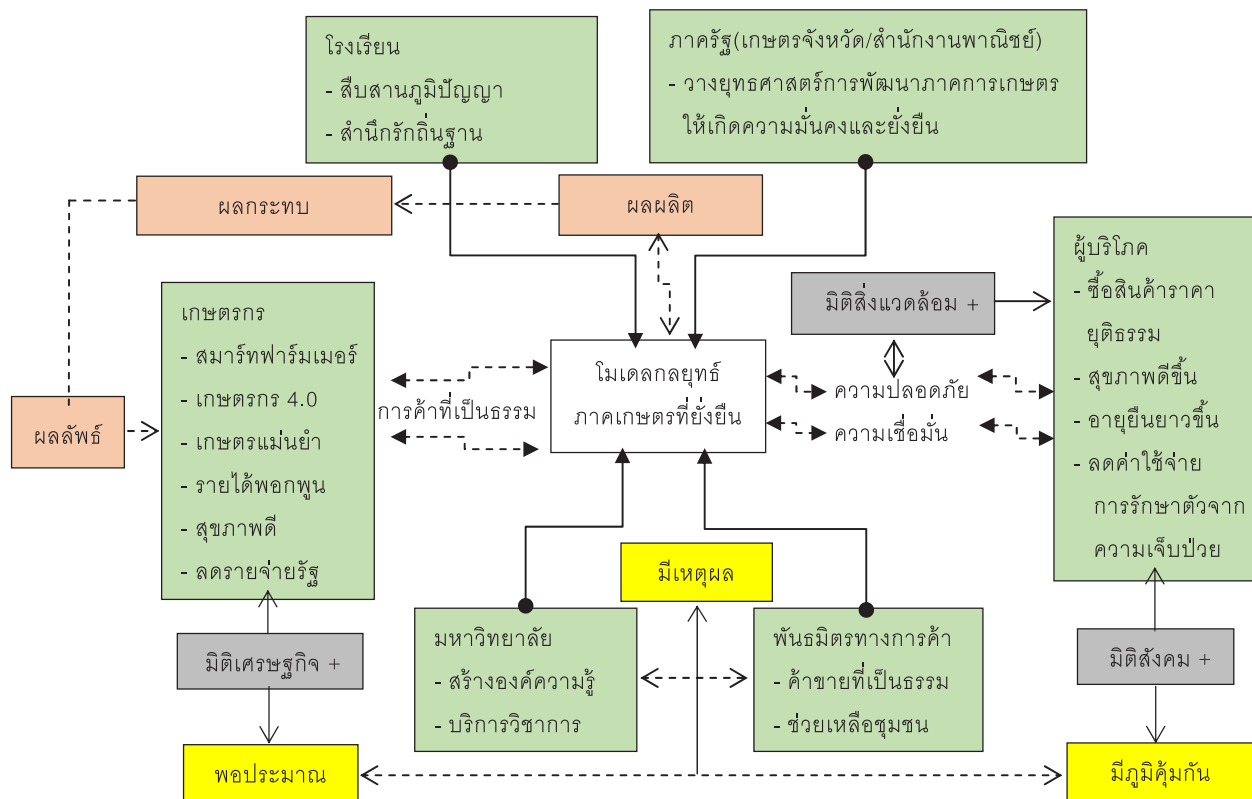
นอกจากนี้ กลุ่มเกษตรกรควรสร้างพนักงานขายเพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และโน้มน้าวจิตใจลูกค้าร่วมกับการประชาสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการค้าที่เป็นธรรมแก่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจึงจะเกิดความยั่งยืนในการทำการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับชินจิตร อังวรารวงศ์ และไพบุลย์ ญาณกิตติ์กู (2560) ที่ศึกษาการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพผงข้าวออร์แกนิกชนิดผงสำเร็จรูป พบว่า ผลิตภัณฑ์ผงข้าวออร์แกนิก ชนิดผงสำเร็จรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจในการพัฒนาไปสู่การผลิตเพื่อทดลองตลาด เนื่องจากจุดเด่นของผลิตภัณฑ์มาจากวัตถุดิบในการผลิต คือ ปลายข้าว และผลพลอยได้ของข้าวอินทรีย์ เป็นวัตถุดิบ ที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ และสามารถเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์จากการขายวัตถุดิบให้ราคาสูงขึ้นจากการนำไปแปรรูป และการศึกษาของ พัชรินทร์ สุภาพันธ และคณะ (2560) ที่ศึกษากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการเพิ่มโอกาสจำหน่ายในตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยที่จำหน่ายร่วมกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มตลาดเฉพาะต้องมุ่งเน้นกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดและราคา และโปรโมชั่น ยอดแก้ว (2560) ที่ศึกษาการ

พัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย พบว่า การบริโภคข้าวอินทรีย์เกิดจากแรงจูงใจในเรื่องสุขภาพจากคุณประโยชน์พิเศษ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์จึงควรมีฉลาก คำแนะนำที่ชัดเจนถึงคุณประโยชน์ ส่วนการเลือกซื้อผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์แบบสูญญากาศขนาด 1 กิโลกรัม เพราะสะดวกในการซื้อ และการเก็บรักษา และพิรภว ทวีสุข (2558) ได้ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออกให้ความสำคัญกับการที่สินค้าจะต้องมีใบรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ผู้ประกอบการในภาคกลางและตะวันตกให้ความสำคัญกับการสร้างตราสินค้า

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ข้อเสนอแนะโซลูชันเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันของงา ถั่วเหลืองและข้าว ปัจจุบันโลจิสติกส์ได้ถูกนำมาใช้ในการจัดการช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น โดยเน้นภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงระหว่างผู้จัดจำหน่ายปัจจัยการผลิต ผู้ผลิต ตัวกลางทางการตลาดและลูกค้าเข้าไว้ด้วยกัน โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าที่คิดว่าด้วยต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งการพัฒนารูปแบบการจัดการโซลูชันเพื่อการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนของพืชเศรษฐกิจทั้ง 3 ชนิด ต้องทำแบบบูรณาการ ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้ง 3 ระดับ จึงจะสามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างแท้จริง
2. ข้อเสนอแนะโมเดลเพื่อการแข่งขันของงา ถั่วเหลืองและข้าวที่ยั่งยืน โดยโมเดลกลยุทธ์ภาคเกษตร เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถวิเคราะห์ได้ดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3 โมเดลกลยุทธ์ภาคเกษตรเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ที่มา : จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ของคณะผู้วิจัย

จากภาพประกอบ 3 การพัฒนาภาคเกษตรสู่การพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืน สามารถสกัดเป็นองค์ความรู้ได้ว่าการพัฒนาที่มั่นคงและยั่งยืน ต้องพึ่งพาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงใน 3 องค์ประกอบ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผลและการมีภูมิคุ้มกัน โดยมีหน่วยงานหรือกลุ่มคนที่สัมพันธ์กันและเกี่ยวข้องกันในมิติของการพัฒนา 3 มิติ คือ (1) มิติเศรษฐกิจ ประกอบด้วย เกษตรกรที่ต้องมีความเป็น Smart Farmer และใช้หลักการของเกษตรแม่นยำเข้ามาช่วยเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนการผลิตจึงจะช่วยก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ร่วมกับการสร้างพันธมิตรทางการค้าและทำการค้าที่เป็นธรรม ร่วมกับการคืนกำไรและความสุขสู่สังคม และช่วยยกระดับความอยู่ดีกินดีของชุมชนร่วมกัน ซึ่งจะสามารถลดรายจ่ายภาครัฐต่อการใช้เงินทุนอุดหนุนเกษตรกรลง (2) มิติสังคมและเครือข่ายการพัฒนา คือ มหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมในการให้องค์ความรู้และการบริการวิชาการ โรงเรียนในชุมชนสามารถสืบสานภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลังได้ และสร้างจิตสำนึกรักในถิ่นฐานของตน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานสู่เมืองใหญ่และลดความแออัดของคนในเมือง และ (3) มิติสิ่งแวดล้อม คือ ความปลอดภัยและความมีสุขภาพดีจากการบริโภคสินค้าที่ปลอดภัย ความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานสินค้า ซึ่งจะช่วยให้มีอายุยืนยาวมากขึ้น และช่วยลดค่าใช้จ่ายจากการรักษาสุขภาพลง

3. ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดเพื่อการแข่งขันของงา ถั่วเหลืองและข้าว เมื่อวิเคราะห์ความต้องการทางการตลาด (Demand Side) พบว่า ทิศทางความต้องการอาหารปลอดภัย หรือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในตลาดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ประกอบกับการรวมกลุ่มในภูมิภาคอาเซียนที่ส่งผลให้อาเซียนเป็นตลาดใหญ่ในการส่งออกสินค้าของประเทศไทย และหากสามารถเป็น “ครัวของอาเซียน” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในอาหารเกษตรปลอดภัย หรืออาหารเกษตรอินทรีย์แล้ว จะช่วยสร้างอาชีพและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชากรของประเทศได้เป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ในตลาด ยังไม่ทราบถึงแหล่งผลิต หรือแหล่งจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานที่แท้จริง หรือไม่สามารถหาซื้อได้ตลอดทั้งปี ขณะที่แหล่งผลิตหรือผู้ทำเกษตรอินทรีย์ (Supply Side) ยังคงมีความวิตกกังวลว่า เมื่อผลิตแล้วจะจำหน่ายให้กับตลาดกลุ่มใด หรือจะจำหน่ายได้หรือไม่ คู่แข่งกับการลงทุนหรือไม่ เพราะความสวยงามของผลผลิตจะไม่เท่ากับผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้สารเคมี จึงกังวลเป็นอย่างมากว่าผลผลิตจะไม่ใช่ที่ต้องการของตลาด เป็นต้น ดังนั้น การจะช่วยผลักดันผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หรือเกษตรปลอดภัยให้ก้าวเป็นธุรกิจเชิงพาณิชย์ที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ต่อไป จึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างมีทิศทางและมีเป้าหมายที่ชัดเจนว่าจะเลือกทำการตลาดกับลูกค้ากลุ่มใด และลูกค้ากลุ่มนั้นมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่แท้จริงอย่างไร วิธีการเข้าหาลูกค้าตลาดกลุ่มนั้นต้องทำอะไรและจะสื่อสารถึงความแตกต่างของสินค้าให้เข้าไปยังอยู่ในใจลูกค้าได้อย่างไร ที่สำคัญคือต้องสร้างและพัฒนาแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านช่องทางทางการตลาด จึงจะสามารถเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- ชื่นจิตร อังวรารงค์ และไพบุลย์ ญาณกิตติ์กูร. (2560). การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพผงข้าวหอรั้งแฉกชนิดต้ม. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 37(4), 93-109.
- รฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ นิมิตกุล. (2555). *การจัดการโลจิสติกส์ : มิติซัพพลายเชน*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- เดอเอสแดนดาร์ต. (2563). *ฟิลิป คอตเลอร์ บิดาแห่งการตลาดยุคใหม่ชี้ธุรกิจต้องมีศักยภาพที่จะสร้างสังคม ไม่ใช่แค่ "กำไร"*. ค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://thestandard.co/world-marketing-summit-asia-2019/>
- ธัญธร ตินภาพ และคณะ. (2559). ความสัมพันธ์ของกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตภาคกลาง. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(3), 319-330.

- นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ. (2553). *โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานปทานและ โลจิสติกส์*. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (2560). การพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ในสังคมไทย. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์* มจร. 5 (ฉบับพิเศษ), 406-420.
- พีรภรณ์ ทวีสุข. (2558). ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการข้าวอินทรีย์ในประเทศไทย. *สุทธิปริทัศน์*, 29(92), 166-181.
- พัชรินทร์ สุภาพันธ และคณะ. (2560). กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารปริชาตมหาวิทยาลัยทักษิณ*. (ฉบับพิเศษ), 35-44.
- มานพ ชุ่มอุ่น. (2557). การศึกษาสถานการณ์อาหารอินทรีย์และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคต่ออาหารอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ระบบสถิติทางทะเบียน. (2563). จำนวนประชากรแยกอายุ จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2563, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php
- สมพร อิศวิลานนท์. (2561). *ทิศทางการวิจัยด้านข้าวในภาพรวมและตลาดข้าวในอนาคต : งานประชุมวิชาการข้าวแห่งชาติ ครั้งที่ 5. วันที่ 23-24 พฤษภาคม 2561*.
- สมพร อิศวิลานนท์ ปิยะทัศน์พาฬ อนุรักษ์และ ชมพูนุท สอนกระต่าย. (2556). *การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของข้าวไทย: กรณีศึกษา ข้าวหอมมะลิบรรจุกอง*. สถาบันคลังสมองของชาติ (สศช.) : ซีโน พับลิชชิ่ง แอนด์แพคเกจจิ้ง.
- สิริกาญจน์ กิจโป และวิเชียร วรพทุฑพร. (2560) กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายเงินฝากประจำของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขาในไทย อำเภอในไทย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารการบัญชีและการจัดการ*, 9(3), 121-141.
- เสาวภา พิณเขียว และนภวรรณ ดันติเวชกุล. (2560). การสื่อสารความเป็นตราสินค้าระดับโลกของตราสินค้าระดับโลกและตราสินค้าท้องถิ่นในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 12(2), 93-109.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (2560). จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของภาคการเกษตรของจังหวัดแม่ฮ่องสอน. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560, จาก <http://www.maehongson.doae.go.th/>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *แม่ฮ่องสอนโมเดล “แม่ฮ่องสอน : มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา.”* สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2562. จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=7679&filename=index
- Gereffi, G., Bamber, P., Frederick, S., & Fernandez -Stark, K. (2013). *Costa Rica In Global Value Chains : An Upgrading Analysis*. Duke Center on Globalization, Governance & Competitiveness. Durham : North Carolina.
- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2011). *Global Value Chain Analysis : A Primer*. Center of Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University, Durham : North Carolina.
- Kotler, (1997). *Marketing Management : Analysis, Planning Implementation and Control*. (9th ed.). New Jersey : Asimmon & Schuster.
- Lingley, R. (2009). *Marketing strategy and alliances analysis of Starbucks corporation*. Retrieved November 6, 2018, from https://digitalcommons.liberty.edu/busi_fac_pubs
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey : John Wiley & Sons.
- Yamane, T. (1967). *Statistics : An Introductory Analysis*. (2nd ed.). New York : Harper & Row.

ต้นทุน ผลตอบแทน และปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี

Cost, Benefit, and Factors Affecting the Benefit of the Coffee Shop in Thung Sukhla Subdistrict, Sriracha District, Chonburi Province

ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์* นันทน์ภัส ศรีโสภณ² ทิพากร ย้อยสร้อยสุด³

ภิญญดา แสงจันทร์⁴ ศศิณิภา ภูศรี⁵ และศุภาพิชญ์ ผาดสุวรรณ⁶

Prapaipit Sawatrum* Nunnapas Srisophon² Tipakorn Yoysoisud³

Pinyada Saengchan⁴ Sasinipa Phusri⁵ and Supapit Phadsuwan⁶

Received : May 15, 2020 Revised : July 7, 2020 Accepted : July 2, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างต้นทุน ผลตอบแทน และปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี เก็บข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจหรือพนักงาน โดยใช้แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟแบบบริการเต็มรูปแบบ ประเภทไม่ใช้แฟรนไชส์ จากฐานข้อมูลเว็บไซต์ลงใน ภายในรัศมี 5 กิโลเมตร จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จำนวน 34 ร้าน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจร้านกาแฟ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1. ค่าใช้จ่ายการลงทุนค่าเฉลี่ย 3,403,119.39 บาท (94.71%) และ 2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและบำรุงรักษาเฉลี่ย 189,957.75 บาท (5.29%) ต้นทุนจำแนกตามหน้าที่ประกอบด้วย ต้นทุนผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 109,741.62 บาท (52.89%) และต้นทุนตามงวดเวลาเฉลี่ย 97,747.79 บาท (47.11%) จำแนกตามพฤติกรรมประกอบด้วย ต้นทุนคงที่มีค่าเฉลี่ย 126,674.22 บาท (60.70%) และ ต้นทุนผันแปรมีค่าเฉลี่ย 82,019.90 บาท (39.30%) ธุรกิจร้านกาแฟจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 2,958 แก้วต่อเดือน อัตรากำไรขั้นต้นต่อยอดขายร้อยละ 34.08 อัตรากำไรต่อต้นทุนร้อยละ 44.18 และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ร้อยละ 2.96

ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา ($\bar{X} = 4.46$) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านสถานที่ และด้านเงินทุน ($\bar{X} = 4.07, 4.03, 3.96, 3.93$ และ 3.73 ตามลำดับ) ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟแบบบริการเต็มรูปแบบ ประเภทไม่ใช้แฟรนไชส์ สามารถเตรียมความพร้อมด้านเงินทุน ด้านบุคลากร ด้านการให้บริการ และด้านสถานที่ นอกจากนี้ ข้อมูลวิจัยยังช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อร้านกาแฟให้เป็นร้านที่ลูกค้าเกิดความประทับใจ มีจุดเด่นที่น่าสนใจไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ ราคา รสชาติ การให้บริการ สถานที่ที่มีความแตกต่างและดึงดูดลูกค้า รวมทั้งช่วยสร้างผลกำไรให้กับกิจการ

คำสำคัญ : ต้นทุน ผลตอบแทน ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทน ธุรกิจร้านกาแฟ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

* Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Kasatsert University, Sriracha Campus

²⁻⁶ นิสิตระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

²⁻⁶ Undergraduate Students, Bachelor of Business Administration, Faculty of Management Science, Kasetsart University, Sriracha Campus

Abstract

The study aims to cost structure, benefit and factors affecting the benefit of the coffee shop in Thung Sukhla subdistrict, Sriracha district, Chonburi province. The data was collected from open-end questionnaires with owners, or employees of 34 stand-alone coffee shop operators and non-franchise type from the Wongnai website database within 5 kilometers from Kasetsart University Sriracha Campus. *Statistics* for data analysis are percentage, average, and standard deviation. The results revealed that the cost structure of this coffee shop composed of 2 part; 1) Average of investment cost 3,403,119.39 Baht (94.71%) and 2) Average of operating and maintenance cost 189,957.75 Baht (5.29%). Function cost consists of product cost average 109,741.62 Baht (52.89%) and period cost average 97,747.79 Baht (47.11%). Behavior cost consists of fixed cost average 126,674.22 Baht (60.70%) and Variable cost 82,019.90 Baht (39.30%). The break-even point was 2,958 glasses per month. Gross profit margin was at 34.08 percent. Net income per cost ratio was at 44.18 percent and return on assets (ROA) was at 2.69 percent.

The results showed a factor affecting the benefit of the coffee shop that price factor is at the highest level ($\bar{X} = 4.46$). Factors are at a high level such as promotion, product, employee services, place and finance ($\bar{X} = 4.07, 4.03, 3.96, 3.93$ and 3.73 respectively). These results encourage entrepreneurs who are interested in investing in the stand-alone coffee shop operators and non-franchise type, be able to prepare the capital, human resource, service, and location. Furthermore, the research results also help the entrepreneurs know about the factors affecting on the coffee shop in different aspects, including customer's impressions and exciting features in terms of price, taste, service, attractive and varied places, and that can add to a firm's profitability.

Keywords : Costs, Benefits, Factors affecting benefit, Coffee shop

1. บทนำ

กาแฟยังคงเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับคนไทย ปัจจุบันคนไทยดื่มกาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 300 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งมีการบริโภคกาแฟในประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 15 ต่อปี (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2562 : เว็บไซต์) ประกอบกับในช่วงปี 2558-2560 ที่ผ่านมามีการบริโภคกาแฟในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประมาณร้อยละ 5-6 รวมถึงปริมาณเมล็ดกาแฟชนิดที่ยังไม่ได้คั่วที่ถูกนำเข้าจากต่างประเทศในปี 2560 ซึ่งมีปริมาณเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 93 (ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย, 2561 : เว็บไซต์) จากตัวเลขการเพิ่มขึ้นดังกล่าวจะเห็นว่า ปริมาณการบริโภคกาแฟของชาวไทยมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจด้านกาแฟเพิ่มขึ้นตามมา จะเห็นได้จาก ร้านกาแฟและคาเฟ่เป็นหมวดหมู่ร้านยอดนิยมที่ครองอันดับ 1 ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 และยังคงมีร้านเปิดใหม่เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี โดยปี พ.ศ. 2561 ที่ผ่านมามีร้านกาแฟและคาเฟ่เปิดใหม่ 5,360 ร้าน โดยเพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่าร้อยละ 8.1 (วงใน, 2562 : เว็บไซต์) ในปี 2562 มูลค่ารวมของธุรกิจร้านกาแฟในประเทศสูงกว่า 1.7 หมื่นล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 15-20 จากปีก่อน (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2562 : เว็บไซต์)

ร้านค้าแฟฟจึงเป็นธุรกิจยอดนิยมที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั้งทางด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ประกอบกับทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มียุทธศาสตร์กาแฟในช่วงระยะ 5 ปี ตั้งแต่ช่วงปี 2559-2563 โดยมีเป้าหมายต้องการให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำในด้านการผลิตและการค้ากาแฟคุณภาพของภูมิภาคอาเซียน โดยจะมีการผลักดันให้กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจใหม่ของไทยที่สร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกรและผู้ดำเนินธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมกาแฟของไทย (ไทยแฟฟไรส์เซ็นเตอร์, 2563 : เว็บไซต์) ดังนั้น ธุรกิจร้านค้าแฟฟจึงเป็นธุรกิจที่น่าลงทุน การลงทุนในธุรกิจร้านค้าแฟฟจะมีรายจ่ายเกิดขึ้น 2 ประเภท คือ รายจ่ายลงทุน (Investment Cost) เป็นรายจ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับเป็นฐานการผลิต และดำเนินการต่าง ๆ ดังนั้น รายจ่ายลงทุนเหล่านี้จำเป็นต้องนำไปใช้ในสินทรัพย์ถาวร อาทิเช่น ค่าก่อสร้าง ค่าตกแต่งสถานที่ อุปกรณ์ต่าง ๆ ในร้าน ทำให้สัดส่วนของต้นทุนคงที่ที่อาจสูงถึงร้อยละ 60 ของต้นทุนรวม (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561 : เว็บไซต์) และ รายจ่ายดำเนินการ (Operating Cost) เป็นรายจ่ายที่เกิดขึ้นสำหรับนำไปใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น เงินเดือน ค่าแรง ค่าพลังงาน ซึ่งจะแสดงในงบกำไรขาดทุน ดังนั้น ในการลงทุน ผู้ประกอบการจึงควรเตรียมความพร้อมเรื่องการเงินเป็นอย่างมาก รวมถึงการวิเคราะห์และทำความเข้าใจถึงกลยุทธ์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ของธุรกิจร้านค้าแฟฟ เพื่อให้เกิดการบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดจากเงินลงทุนรวมถึงลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561 : เว็บไซต์) ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจในธุรกิจร้านค้าแฟฟเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการสามารถศึกษาความเป็นไปได้ที่จะทำธุรกิจร้านค้าแฟฟได้จากแนวคิดจุดคุ้มทุน ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าขายจำนวนกี่หน่วยหรือต้องมียอดขายเท่าไรถึงจะเท่าทุนพอดี ข้อมูลนี้จะทำให้ผู้ประกอบการประเมินตนเองได้ว่า ในทำเลที่ตนเองจะเปิดธุรกิจร้านค้าแฟฟนั้นผู้ประกอบการสามารถที่จะทำยอดขายหรือหน่วยขายได้ตามจุดคุ้มทุนหรือไม่ หรือหากต้องการกำไรจะต้องขายเกินจุดคุ้มทุนผู้ประกอบการสามารถทำได้หรือไม่ นอกจากนี้ ยังสามารถศึกษาได้จากความสามารถในการทำกำไร เช่น อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขายหรือกำไรสุทธิต่อต้นทุน ซึ่งทำให้ทราบถึงกำไรที่จะได้รับจากการขายมูลค่า 100 บาทหรือต้นทุน 100 บาท ข้อมูลนี้จะนำไปเปรียบเทียบกับกำไรที่ผู้ประกอบการต้องการหรือตั้งเป้าหมายไว้ ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าจะทำธุรกิจร้านค้าแฟฟหรือไม่หากเปรียบเทียบกับกำไรที่ต้องการหรือที่ตั้งเป้าหมายไว้ และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ จะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงการนำสินทรัพย์ไปใช้ในการดำเนินงานแล้วก่อให้เกิดกำไรได้มากน้อยแค่ไหน มีการนำสินทรัพย์ไปใช้คุ้มค่าน้อยเพียงไร เป็นต้น

จังหวัดชลบุรีถือว่าเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวหลายแหล่ง และมีนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่ง รวมทั้งมีสถานศึกษาทั้งระดับขั้นพื้นฐานและระดับอุดมศึกษาจำนวนมาก ประกอบกับกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่มีความนิยมกับบุคคลหลายกลุ่มทั้งกลุ่มวัยคนทำงาน กลุ่มกำลังศึกษาเล่าเรียน และกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นเขตตำบลที่มีสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นคือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา มีนิคมอุตสาหกรรมอยู่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงนั้นคือนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง และนิคมอุตสาหกรรมเครือสหพัฒน์ นอกจากนี้ ยังมีโรงกลั่นน้ำมันขนาดใหญ่อยู่ในพื้นที่นั้นคือ โรงกลั่นไทยออยล์ และโรงกลั่นน้ำมันเอสโซ่ศรีราชา อีกทั้งเป็นเขตตำบลที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวพญาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของประเทศไทย

จากความนิยมของผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จึงถือว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและน่าศึกษาถึงการลงทุน ต้นทุน และผลตอบแทนที่เกิดขึ้นของธุรกิจร้านค้าแฟฟ ทำให้คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุน จุดคุ้มทุน ผลตอบแทน ได้แก่ อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านค้าแฟฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มคนหลายกลุ่มเหมาะกับการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าแฟฟในปัจจุบัน ในการเป็นแนวทางการวางกลยุทธ์การแข่งขันในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ในการดำเนินงานให้สูงที่สุด ให้แก่ผู้ประกอบการที่สนใจจะลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟในการวางแผนทางการเงิน เพื่อนำมาประกอบธุรกิจและดำเนินธุรกิจร้านกาแฟ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านกาแฟ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2561 : เว็บไซต์) กล่าวว่า รูปแบบของร้านกาแฟที่หลากหลายในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ร้านกาแฟเคลื่อนที่ โดยอาจจะต่อพ่วงกับมอเตอร์ไซค์หรือรถยนต์บางชนิด และอาจตั้งร้านในบริเวณที่มีกิจกรรมชั่วคราว อาทิ ตามตลาดนัด หรือนิทรรศการต่าง ๆ
2. ร้านกาแฟประเภทมุมกาแฟ ที่นิยมตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีลักษณะคล้ายกับเคาน์เตอร์บาร์ โดยอาจมีโต๊ะเล็ก ๆ 2-3 โต๊ะรวมถึงเก้าอี้เพื่อให้ลูกค้านั่งชงเครื่องดื่ม
3. ร้านกาแฟบริการเต็มรูปแบบ (Stand-alone) มีลักษณะเป็นห้องขนาดพื้นที่ 50 ตารางเมตรขึ้นไป รวมถึงมีที่นั่งและพื้นที่ใช้สอยเป็นของตนเอง โดยอาจจัดตั้งในห้างสรรพสินค้าหรือพื้นที่ภายนอกอาคาร เช่น บ้านพัก อาคารพาณิชย์ เป็นต้น

ธุรกิจร้านกาแฟสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561 : เว็บไซต์) คือ

1. ร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ (Franchise) เป็นการลงทุนจากบริษัทแม่หรือถูกซื้อลิขสิทธิ์โดยนักลงทุนรายใหญ่ในประเทศไทย เช่น Starbucks หรือ Dean & DeLuca เป็นต้น เป็นร้านกาแฟที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่สนใจเข้ามาร่วมลงทุนเป็นเจ้าของร้านผ่านระบบแฟรนไชส์ อาทิ Cafe Amazon, Black Canyon, อินทนิล คอฟฟี่ หรือ กาแฟชาวดอย เป็นต้น เอกลักษณะ คือ การสนับสนุนและควบคุมคุณภาพของสินค้าผ่านระบบแฟรนไชส์ รูปแบบของร้านกาแฟประเภทแฟรนไชส์ ส่วนใหญ่จะเป็นร้านบริการเต็มรูปแบบ (Stand-Alone) หรือ ร้านประเภทมุมกาแฟ โดยมักจะตั้งอยู่ตามห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว หรือปั้มน้ำมัน เป็นต้น
2. ร้านกาแฟประเภทที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ (Non-franchise) จะมีความหลากหลายของรูปแบบสินค้า บริการ และการ ตกแต่ง เนื่องจากไม่มีการควบคุมผ่านระบบ แฟรนไชส์ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว ส่วนใหญ่จะเป็นร้านกาแฟบริการเต็มรูปแบบ (Stand-alone) ที่มีพื้นที่มากกว่า 50 ตารางเมตร และมักจะเสนอขายสินค้าหรือบริการที่นอกเหนือจากผลิตภัณฑ์หลักประเภท กาแฟ ลูกค้าที่จะใช้เวลา ทำกิจกรรมต่าง ๆ ในร้านกาแฟ เช่น นั่งสนทนา อ่านหนังสือ ถ่ายรูป เป็นต้น

2.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับต้นทุน

มนวิภา ผดุงสิทธิ์ (2561) กล่าวว่า ต้นทุน (Cost) หมายถึง มูลค่าของทรัพยากรที่ต้องครใช้ประโยชน์ไป เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ การจำแนกประเภทต้นทุนใน 2 มุมมอง ได้แก่

1. การจำแนกประเภทต้นทุนตามหน้าที่ (Function) เป็นการจัดกลุ่มต้นทุนตามประเภทของกิจกรรมที่ทำให้เกิดต้นทุนนั้น จะจำแนกต้นทุนออกเป็น 2 ประเภท คือ (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2561)

1.1 ต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือต้นทุนสินค้า (Product costs) หากเป็นกิจการซื้อขายไป ต้นทุนสินค้าประกอบด้วยต้นทุนที่เกิดขึ้นในการซื้อสินค้าเพื่อให้สินค้านั้นอยู่ในสภาพที่พร้อมขาย หากเป็นกิจการผลิต ต้นทุนสินค้านั้นรวมต้นทุนการผลิตทุกรายการ โดยทั่วไปแล้ว กิจการผลิตจะจำแนกต้นทุนการผลิตออกเป็น 3 ประเภท คือ

- 1) วัตถุดิบทางตรง (Direct materials cost) หมายถึง มูลค่าของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าโดยตรง
- 2) ค่าแรงงานทางตรง (Direct labor costs) เป็นต้นทุนแรงงานการผลิตที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้าโดยตรง และ
- 3) ค่าใช้จ่ายการผลิต (Manufacturing overhead) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิตทุกรายการแต่ไม่รวมถึง

ค่าวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงงานทางตรง

1.2 ต้นทุนตามงวดเวลา (Period costs) หมายถึง ต้นทุนทุกรายการที่ไม่ใช่ต้นทุนผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า ต้นทุนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง

2. การจำแนกประเภทต้นทุนตามพฤติกรรม (Behavior) เป็นการพิจารณาว่า ต้นทุนนั้นๆ เปลี่ยนแปลงไปตามระดับของกิจกรรมหรือระดับของตัวหลักต้นทุนที่เกิดขึ้นหรือไม่ จำแนกได้ดังนี้ (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2561)

2.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed cost) หมายถึง จำนวนรวมของต้นทุนที่ไม่มีการผันแปรหรือเปลี่ยนแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของระดับกิจกรรมหรือปริมาณของตัวหลักต้นทุนในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ

2.2 ต้นทุนผันแปร (Variable cost) เป็นต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงในจำนวนรวมเป็นสัดส่วนโดยตรงกับระดับกิจกรรมหรือปริมาณของตัวหลักต้นทุน

ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์ (2562) กล่าวว่า ค่าใช้จ่ายของโครงการ คือ มูลค่าของปัจจัยนำเข้าของโครงการที่จะก่อให้เกิดผลผลิตออกมา และมูลค่าทางด้านอื่นซึ่งต้องเสียไปอันเกิดจากการดำเนินการตามโครงการนั้น ๆ ซึ่งได้มีผู้จำแนกประเภทของค่าใช้จ่ายไว้หลายลักษณะ แต่สำหรับในที่นี้จะแบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายทางตรง (Direct costs) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือมูลค่าของปัจจัยนำเข้าที่เกิดขึ้นเพื่อการดำเนินโครงการนั้น ๆ ซึ่งได้แก่

1.1 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเป็นฐานในการผลิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกนั้นมักจะเป็นทรัพย์สินที่ใช้ได้นานและมีอายุยืนยาว เช่น เครื่องจักร เครื่องยนต์ สิ่งก่อสร้าง ยานพาหนะ ที่ดิน เครื่องทำความเย็น เป็นต้น

1.2 ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบำรุงรักษา (Operating and maintenance cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อการดำเนินงานและบำรุงรักษาโครงการ เช่น ค่าแรงเจ้าหน้าที่ น้ำประปา โทรศัพท์ ไฟฟ้า ค่าฝึกอบรม อะไหล่ชิ้นส่วนซ่อม ค่าเดินทาง ค่าล่วงเวลา ค่าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ เป็นต้น

2. ค่าใช้จ่ายทางอ้อม (Indirect costs) หมายถึง มูลค่าของปัจจัยนำเข้าที่มักจะเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่อยู่ภายนอก อันเกิดจากผลเสียหายภายนอกด้านเทคนิค ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นต่างจากตัวโครงการ หรืออาจเป็นค่าใช้จ่ายนี้ยังอาจส่งผลกระทบในทางลบต่อสังคม

2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนและจุดคุ้มทุน

ในการวัดผลของผลตอบแทน และจุดคุ้มทุน ได้ทำการศึกษา ดังนี้

1. อัตราส่วนกำไรสุทธิต่อยอดขายสุทธิ เป็นอัตราส่วนที่ทำให้ทราบว่า กิจกรรมมีความสามารถในการทำกำไรสุทธิเป็นร้อยละเท่าไรของยอดขายสุทธิ อัตราส่วนนี้ยิ่งสูงยิ่งดีแสดงว่า กิจกรรมสามารถบริหารจัดการได้ดี (ฐาปนา จีนไพศาล, 2556)

2. อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Asset : ROA) เป็นอัตราส่วนที่วัดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ หากตัวเลขยิ่งสูงยิ่งดีแสดงว่าธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีและมีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการได้มาของผลตอบแทนที่ดีขึ้นนี้ได้ เนื่องมาจากกำไรสูงขึ้นที่เกิดขึ้นจากรายได้หรือเนื่องมาจากการนำสินทรัพย์ไปใช้แล้วก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น (ประไพพร สวัสดิ์รัมย์, 2557)

3. จุดคุ้มทุน (Breakeven point) คือ ระดับการขายที่ทำให้กำไรเท่ากับศูนย์ หรือรายได้เท่ากับค่าใช้จ่ายหรือกำไรส่วนเกินเท่ากับต้นทุนคงที่ จึงเป็นการวางแผนการทำกำไรจากการดำเนินงานของธุรกิจโดยมองที่ราคาขาย ต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปร หากต้องการให้มีจุดคุ้มทุนที่ต่ำลง เพื่อเพิ่มความสามารถในการทำกำไรก็สามารถทำได้โดยเพิ่มราคาขาย หรือลดต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ลง การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจะใช้ในการวางแผนระยะสั้น ๆ เช่น ต่อเดือนหรือต่อปี (นพพร บุญยสุนทร, 2555)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจร้านค้าแฟ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจะต้องคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และส่วนประสมผลิตภัณฑ์
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไปกับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งกิจการควรจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสถานการณ์ สภาพ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด ด้านต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและ/หรือบริการ ด้านคุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และ ปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งต้องคำนึงถึงปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ ความจำเป็นในการใช้คนกลางเพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการของธุรกิจ และลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ จะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการได้แก่ การโฆษณา การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย และการตลาดทางตรง
5. ด้านบุคคล (People) หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่าง ๆ ซึ่งนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ มีบทบาทการมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้บริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น
7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว หากว่ากิจกรรมต่าง ๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ทิพย์พร วาสิทธิ์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายนอกกิจการจะอยู่นอกขอบเขตขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารจึงไม่สามารถที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมได้โดยตรง ซึ่งสภาพแวดล้อมทั่วไปที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญ ได้แก่

1. อิทธิพลทางการเมือง ประกอบด้วย นโยบายทางการเมือง กฎหมายและสถาบัน ในระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่น รวมไปถึงระเบียบข้อบังคับภาษีอากร การตัดสินใจทางกฎหมาย และนโยบายของพรรคการเมือง

2. อิทธิพลทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ทรัพยากรที่มีอยู่หรือขาดแคลน และแนวโน้มทั่ว ๆ ไปของเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ต้งคำนึงถึง คือ วิกฤตการณ์การเงินเพื่อ อัตราดอกเบี้ย การว่างงาน รายได้ประชาชาติ อำนาจในการซื้อของผู้บริโภค อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา
3. อิทธิพลทางเทคโนโลยี ประกอบด้วยผู้ชำนาญการ กระบวนการ และระบบ รวมถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ยังทำให้การติดต่อในการตัดสินใจง่ายและรวดเร็ว ทำให้เกิดบริการใหม่ ๆ ในระดับธุรกิจข้ามชาติได้
4. อิทธิพลทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ค่านิยม ทศนคติ ความต้องการและลักษณะเฉพาะของคนในสังคมที่องค์การไปประกอบการอยู่
5. อิทธิพลจากนานาชาติ อิทธิพลที่มาจากภายนอกประเทศ รวมทั้งการขึ้นลงของอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และคู่แข่งในระดับท้องถิ่น และระดับโลก

2.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรามาศ เพ็ชรเนียม (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟพรีเมียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟพรีเมียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคาและรสชาติ ของกาแฟ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและจดจำลูกค้า ตามลำดับ

พัทธนันท์ สุดยอด และธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจร้านกาแฟสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมพื้นที่จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างการลงทุนเริ่มแรกใช้เงินลงทุนจำนวน 3,595,000 บาท รายได้ของโครงการในปีแรก จำนวน 3,618,000 บาท และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่ยังคงที่พบว่า ได้ค่าเป็นบวก จำนวน 5,488,409.36 บาท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าควรลงทุนในโครงการ เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับจาก โครงการมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก

สุกัญญา ละมูล (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด ตามด้วย ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านช่องทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อทดสอบส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ด้านช่องทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมหลังการซื้อในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

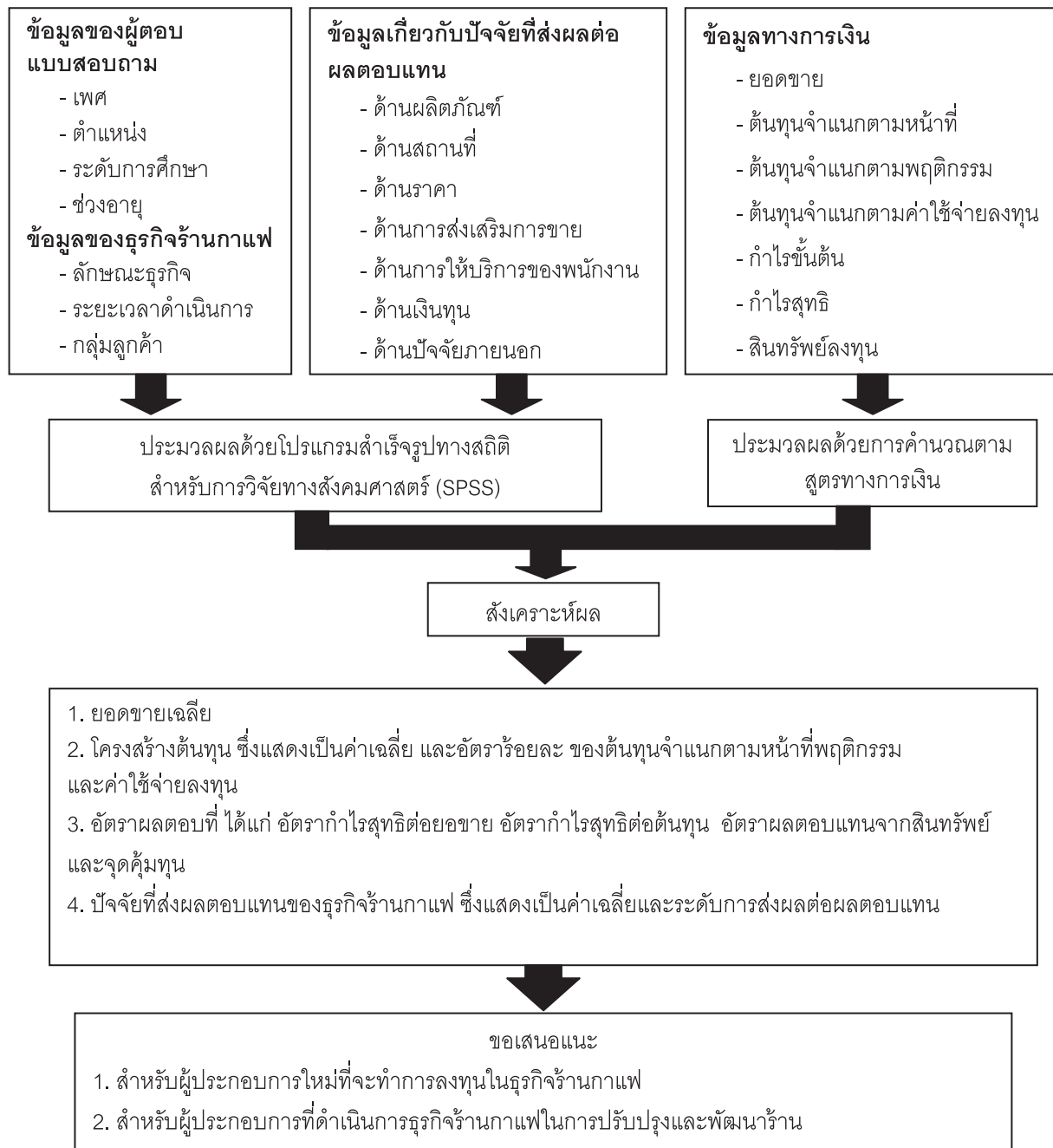
เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดทั้ง 6 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟ หากพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่า ด้านสุนทรีย์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการ ด้านพนักงาน และด้านสถานที่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02, 4.01, 3.88, 3.78, 3.78, 3.76$ ตามลำดับ) ได้แก่ ราคาของกาแฟหรือเครื่องดื่มต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับคุณภาพ การแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบ สะอาด เรียบร้อย มีบริการอินเทอร์เน็ต (WIFI) ให้กับลูกค้า กาแฟมีรสชาติคงที่ทุกครั้ง พนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกระดับด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน พนักงานให้บริการด้วยความอ่อนน้อม และพนักงานสามารถให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง ทำเลที่ตั้งของร้านกาแฟสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม เป็นต้น

ทิพย์พิมล ดวงจันทร์ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูนในการเลือกร้านกาแฟ พบว่า ทุกปัจจัยมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านความสะอาด ของผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ และรสชาติของกาแฟ ตามลำดับ 2) ด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับ รสชาติและคุณภาพ และมีเมนู และป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ตามลำดับ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ร้านทาง่าย เดินทางไปสะดวก และมีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ตามลำดับ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ โปรโมชั่น 1 แถม 1 และมีระบบสมาชิกและส่วนลดสำหรับสมาชิก ตามลำดับ 5) ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้ม แจ่มใส และพนักงานมีบุคลิกภาพและแต่งกายสะอาด 6) ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีความรวดเร็วในการให้บริการ และมีระบบการคิดเงินที่แม่นยำ และรวดเร็ว ตามลำดับ 7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ มีบริการให้ สัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี และเน้นเรื่องความสะดวกสบายของสถานที่และสินค้า ตามลำดับ

สรารุณ พุฒนวล (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟมีอิทธิพลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านสถานที่ จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจควรตระหนักถึงการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดและใช้สื่อทางการจัดการทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มขึ้น และพร้อมทั้งความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย สามารถนำมาแสดงเป็นกรอบแนวคิด ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิด



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนในธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตร์ราชา จังหวัดชลบุรี มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา ลักษณะธุรกิจ กลุ่มลูกค้าหลัก และแบบปลายเปิด (Open-ended) สอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาดำเนินการ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนพนักงาน การลงทุนในสินทรัพย์ และต้นทุนในการดำเนินกิจการ และแบบสอบถามส่วนที่เป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการในส่วนของผู้ที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ ซึ่งแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นจะใช้มาตรวัดในการจัดแบ่งแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวของ Likert's Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 อ้างถึงใน Likert, 2530) คือ ระดับน้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก และมากที่สุด และเกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลการส่งผลตาม (ซัชวาลย์ เรืองประพันธ์, 2539) ดังนี้ 1.00-1.80 ส่งผลในระดับน้อยที่สุด 1.81-2.60 ส่งผลในระดับน้อย 2.61-3.40 ส่งผลในระดับปานกลาง 3.41-4.20 ส่งผลในระดับมาก และ 4.21-5.00 ส่งผลในระดับมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากร้านกาแฟประเภทที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ ซึ่งในปี 2561 มีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึงร้อยละ 94.4 ของธุรกิจร้านกาแฟทั่วประเทศไทย โดยร้านกาแฟประเภทนี้มีความหลากหลายของรูปแบบสินค้า บริการ และการตกแต่ง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ด้วยเหตุนี้เองคณะผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาร้านกาแฟกลุ่มนี้ โดยเก็บจากประชากรทั้งหมด นั่นคือ ธุรกิจร้านกาแฟแบบบริการเต็มรูปแบบ ประเภทไม่ใช่แฟรนไชส์ ในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตร์ราชา จังหวัดชลบุรี แต่เนื่องจากธุรกิจร้านกาแฟที่ทำการศึกษามีขนาดใหญ่เป็นรูปแบบของบุคคลธรรมดา จึงไม่มีฐานข้อมูลในระดับตำบล และไม่สามารถหาจำนวนผู้ประกอบการที่ชัดเจนได้ ทางคณะผู้วิจัยจึงต้องใช้การเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลของเว็บไซต์วังไฉน (Wongnai) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่บอกตำแหน่งที่ตั้งของธุรกิจกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งในการเก็บข้อมูลร้านกาแฟนั้นคณะผู้วิจัยต้องการให้ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา จึงต้องกำหนดตำแหน่งภายในพื้นที่ระยะ 5 กิโลเมตร โดยมีกวัดตำแหน่งจุดศูนย์กลางที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา การกำหนดพื้นที่ดังกล่าวจึงทำให้ครอบคลุมพื้นที่ในตำบลทุ่งสุขลาทั้งหมด ในการเก็บข้อมูลจะเก็บเฉพาะธุรกิจร้านกาแฟรูปแบบที่มีขนาดใหญ่ มีที่นั่งทาน มีการแบ่งมุมชง และการบริการเต็มรูปแบบ (Stand-alone) ประเภทที่ไม่ใช่แฟรนไชส์ (Non-franchise) รวมจำนวน 34 ร้าน

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลธุรกิจร้านกาแฟ โครงสร้างต้นทุน และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตร์ราชา จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบตาราง โดยแสดงจำนวน (ความถี่) ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์ผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟ โดยใช้อัตราส่วนทางการเงิน ได้แก่ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุน จุดคุ้มทุน ผลตอบแทน ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรต่อต้นทุน และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 52.94 และเพศชาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 47.06 ส่วนใหญ่มีอายุ 31-35 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 29.41 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของร้านจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 70.58 และเป็นผู้จัดการสาขาและหุ้นส่วนร้านอย่างละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 73.53 ดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			ตำแหน่ง		
ชาย	16	47.06	เจ้าของร้าน	24	70.58
หญิง	18	52.94	ผู้จัดการสาขา	5	14.71
รวม	34	100.00	หุ้นส่วนร้าน	5	14.71
ระดับการศึกษา			รวม	34	100.00
มัธยม/ปวช.	5	14.71	ช่วงอายุ		
อนุปริญญา/ปวส.	2	5.88	น้อยกว่า 31 ปี	7	20.59
ปริญญาตรี	25	73.53	31-35 ปี	10	29.41
ปริญญาโท	2	5.88	36-40 ปี	8	23.53
รวม	34	100.00	41-45 ปี	5	14.71
			มากกว่า 45 ปี	4	11.76
			รวม	34	100.00

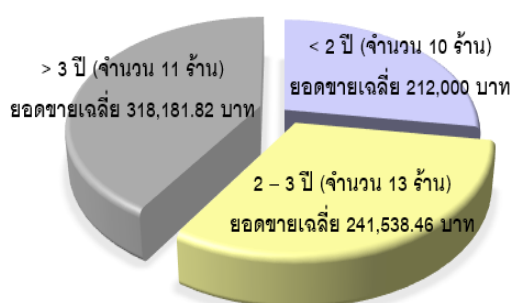
ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่าส่วนใหญ่มีลักษณะธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว จำนวน 25 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 73.53 และลักษณะธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วนจำนวน 9 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 26.47 ส่วนใหญ่เปิดกิจการมาเป็นระยะเวลา 2-3 ปี จำนวน 13 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.24 รองลงมาเป็นระยะเวลามากกว่า 3 ปี จำนวน 11 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 32.35 ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานทั่วไปจำนวน 26 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.71 รองลงมาลูกค้ากลุ่มนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 21 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 25.61 ลูกค้ากลุ่มคนในชุมชน จำนวน 15 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 18.29 ลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 13 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 15.85 และลูกค้ากลุ่มนักธุรกิจ จำนวน 7 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 8.54 ตามลำดับ ดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของธุรกิจร้านกาแฟ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ	ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะธุรกิจ			กลุ่มลูกค้า		
เจ้าของคนเดียว	25	73.53	กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา	21	25.61
ห้างหุ้นส่วน	9	26.47	ลูกค้ากลุ่มคนในชุมชน	15	18.29
รวม	34	100.00	ลูกค้าในกลุ่มพนักงานทั่วไป	26	31.71
ระยะเวลาดำเนินการ			ลูกค้ากลุ่มนักท่องเที่ยว	13	15.85
น้อยกว่า 2 ปี	10	29.41	กลุ่มนักธุรกิจ	7	8.54
2-3 ปี	13	38.24	รวม	82	100.00
มากกว่า 3 ปี	11	32.35			
รวม	34	100.00			

ผลการศึกษายอดขายของธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ยอดขายเฉลี่ยเท่ากับ 271,153.85 บาทต่อเดือน หากพิจารณายอดขายแยกตามระยะเวลาดำเนินการพบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินงานมานานกว่า 3 ปี มียอดขายเฉลี่ย 318,181.82 บาทต่อเดือน รองลงมา ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาดำเนินการ 2-3 ปี มียอดขายเฉลี่ย 241,538.46 บาทต่อเดือน และผู้ประกอบการที่ดำเนินงานมาน้อยกว่า 2 ปี มียอดขายเฉลี่ย 212,000 บาทต่อเดือน ดังรูปภาพประกอบ 2

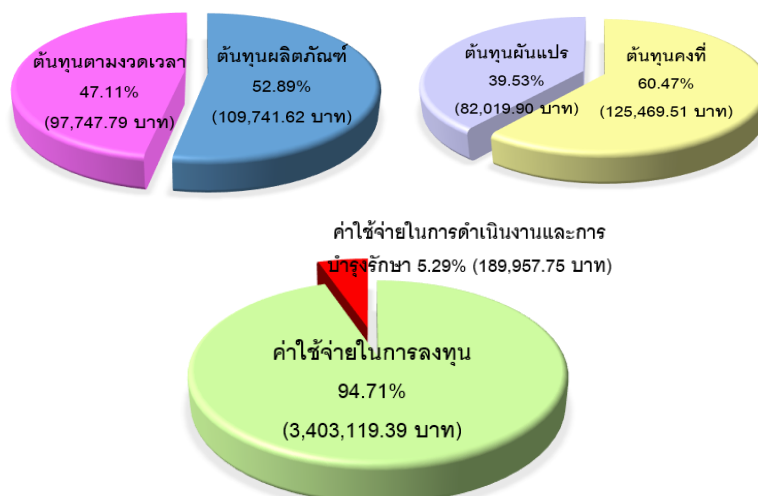
รูปภาพประกอบ 2 ยอดขายเฉลี่ยจำแนกตามระยะเวลาดำเนินงานของผู้ประกอบการ



ผลการศึกษาโครงสร้างต้นทุนในการทำธุรกิจร้านกาแฟ ได้ทำการศึกษาจำแนกต้นทุนออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การจำแนกต้นทุนตามหน้าที่ (Function) การจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรม (Behavior) และการจำแนกต้นทุนตามค่าใช้จ่ายลงทุน พบว่า ต้นทุนที่มีการจำแนกต้นทุนตามหน้าที่ (Function) ประกอบด้วย ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product costs) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 109,741.62 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.89 และต้นทุนตามงวดเวลา (Period costs) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 97,747.79 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.11 หากจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรม (Cost Behavior) ประกอบด้วย ต้นทุนคงที่ (Fixed costs) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 125,469.51 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.47 และต้นทุนผันแปร (Variable cost) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 82,019.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.53 และหากจำแนกต้นทุนตามค่าใช้จ่ายลงทุน (Investment costs) จะประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment costs) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3,403,119.39 บาท คิดเป็นร้อยละ 94.71 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการบำรุงรักษา (Operating and maintenance) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 189,957.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.29 ดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3 ค่าเฉลี่ยของต้นทุนของธุรกิจร้านกาแฟแต่ละประเภท



ผลการศึกษาผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟ ได้แก่ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) อัตรากำไรต่อต้นทุน (Net Income per Cost Ratio) และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets : ROA) พบว่า ผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์จุดคุ้มทุน (หน่วยขายที่คุ้มทุน)

$$\text{จุดคุ้มทุน} = \frac{\text{ต้นทุนคงที่}}{(\text{ราคาขายต่อหน่วย} - \text{ต้นทุนผันแปรต่อหน่วย})}$$

$$\text{จุดคุ้มทุน} = 2,957.93 \text{ แก้วต่อเดือน}$$

จากการคำนวณหาจุดคุ้มทุน พบว่า ในการทำธุรกิจร้านกาแฟจะต้องขายกาแฟให้ได้ 2,958 แก้วต่อเดือน จึงจะคุ้มทุนพอดี

2. อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย (Net Income per Sale Ratio)

$$\text{อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย} = \frac{\text{กำไรสุทธิเฉลี่ย}}{\text{ยอดขายเฉลี่ย}}$$

$$\text{อัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย} = 0.3380 \text{ หรือ } 33.80\%$$

จากการคำนวณอัตรากำไรสุทธิต่อยอดขาย พบว่า ยอดขายทุก 100 บาท จะสามารถทำกำไรสุทธิได้ 33.80 บาท

3. อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน (Net Income per Cost Ratio)

$$\begin{aligned} \text{อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน} &= \frac{\text{กำไรสุทธิเฉลี่ย}}{\text{ต้นทุนเฉลี่ย}} \\ \text{อัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน} &= 0.4418 \text{ หรือ } 44.18\% \end{aligned}$$

จากการคำนวณอัตรากำไรสุทธิต่อต้นทุน พบว่า ต้นทุนทุก 100 บาท จะสามารถทำผลกำไรได้เท่ากับ 44.18 บาท

4. อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets : ROA)

$$\begin{aligned} \text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์} &= \frac{\text{กำไรสุทธิเฉลี่ย}}{\text{สินทรัพย์เฉลี่ย}} \\ \text{อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์} &= 0.0269 \text{ หรือ } 2.69\% \end{aligned}$$

จากการคำนวณอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ พบว่า สินทรัพย์ทุก 100 บาท จะสามารถทำผลกำไรได้เท่ากับ 2.69 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านเงินทุน และด้านปัจจัยภายนอก

ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยทุกด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกับผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ 5 ลำดับแรก ดังตาราง 3 มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 โดยร้านกาแฟจะให้ความสำคัญในส่วนของราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพในระดับที่มากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 รองลงมาคือ มีการรับชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) ได้แก่ ราคาของกาแฟหรือเครื่องดื่มต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับคุณภาพ และยังสอดคล้องกับจุฬาลักษณ์เกษมจิตร และ อภิรัตน์ อุดมทรัพย์ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟ : กรณีศึกษาประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อกาแฟของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ด้านราคา

2. ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญกับการมีกระแสบัตรสะสมแต้มหรือโปรโมชั่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ มีหน้าเพจบนเฟสบุ๊คมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสรารัฐ พุฒนวล (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง พบว่า แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจควรตระหนักถึงการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาด และใช้สื่อทางการจัดการทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสร้างกลุ่มลูกค้าให้เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับ

ทิพย์พิมล ดวงจันทร์ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูน ในการเลือกร้านกาแฟ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพนักงานในระดับมาก ได้แก่ โปรโมชั่น 1 แต้ม 1 และมีระบบสมาชิกและส่วนลดสำหรับสมาชิก ตามลำดับ และมีบริการให้สัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี และเน้นเรื่องความสะดวกของสถานที่และสินค้า ตามลำดับ

3. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

โดยร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญกับการไม่นำวัตถุดิบที่หมดอายุมาผลิตมาให้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 รองลงมาคือ มีสูตรในการชงเครื่องดื่มที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวรามาศ เพ็ชรเนียม (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟฟรีเมียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟฟรีเมียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคาและรสชาติ ของกาแฟ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและจดจำลูกค้า ตามลำดับ และยังสอดคล้องกับทิพย์พิมล ดวงจันทร์ (2558) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูนในการเลือกร้านกาแฟ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพนักงานในระดับมาก ได้แก่ ด้านความสะดวก ของผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ และรสชาติของกาแฟ ตามลำดับ

4. ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยร้านกาแฟจะให้ความสำคัญกับพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 รองลงมาคือ การรับออเดอร์จากลูกค้าได้ถูกต้อง ครบถ้วน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และด้านพนักงาน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) ได้แก่ กาแฟมีรสชาติคงที่ทุกครั้ง พนักงานมีมาตรฐานในการบริการ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี ความกระตือรือร้นในการบริการของพนักงาน พนักงานบริการรวดเร็วพนักงานให้บริการกับลูกค้าทุกระดับด้วยความเสมอภาคเท่าเทียมกัน พนักงานให้บริการด้วยความอ่อนน้อม และ พนักงานสามารถให้ความดูแลเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึงและยังสอดคล้องกับสุกัญญา ละมุล (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่ อเมซอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการให้บริการมากที่สุด และตามด้วยด้านบุคลากรที่ให้บริการ

5. ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ร้านกาแฟจะให้ความสำคัญกับบรรยากาศดี น่านั่ง มีมุมถ่ายรูปเล่นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมาคือ การกำหนดยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 สอดคล้องกับการศึกษาของ สราวุธ พุฒนวล (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟมีอิทธิพลต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟจังหวัดระนอง ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ตามลำดับ อีกทั้งสอดคล้องกับเกตุวดี สมบูรณ์ทวี (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสถานที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งร้านสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มีการจัดที่นั่งที่สะดวกไม่แออัด เพียงพอ มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยพร้อมให้บริการ และมีการตกแต่งสถานที่ที่สวยงาม และยังสอดคล้องกับของสุกัญญา ละมุล (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่ อเมซอน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ

ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ รวมทั้งสอดคล้องกับจุพาลักษณ์ เกษมจิตร และอภิรัตน์ อุดมทรัพย์ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟ : กรณีศึกษาประชาชนในพื้นที่ เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการตัดสินใจซื้อกาแฟของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ด้านสถานที่

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและระดับการส่งผลของปัจจัยที่มีต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการส่งผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.99	มาก
1. มีการปรับปรุงรสชาติใหม่อยู่เสมอ	3.44	0.96	มาก
2. มีเมนูเอกลักษณ์เฉพาะของทางร้าน	4.09	0.67	มาก
3. มีสูตรในการชงเครื่องดื่มที่ชัดเจน	4.53	0.56	มากที่สุด
4. เมนูเครื่องดื่มมีความหลากหลาย	4.06	0.74	มาก
ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการส่งผล
5. คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพ	4.41	0.61	มากที่สุด
6. นำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ	2.79	1.09	ปานกลาง
7. ไม่นำวัตถุดิบที่หมดอายุมาผลิต	4.91	0.29	มากที่สุด
ด้านสถานที่	3.93	0.83	มาก
1. กำหนดยุทธศาสตร์สร้างความแตกต่าง	4.15	0.61	มาก
2. ร้านตั้งอยู่ในที่ชุมชน ผู้คนจอแจ	3.65	0.92	มาก
3. เดินทางสะดวก เข้าถึงง่าย อยู่ติดถนนใหญ่	3.94	0.89	มาก
4. ร้านมีขนาดใหญ่พอที่จะรองรับลูกค้า	3.88	0.84	มาก
5. มีที่จอดรถสำหรับลูกค้า	3.71	0.84	มาก
6. บรรยากาศดี น่านั่ง มีมุมถ่ายรูปเล่น	4.24	0.74	มากที่สุด
ด้านราคา	4.46	0.61	มากที่สุด
1. ราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	4.56	0.61	มากที่สุด
2. มีการแสดงเมนูและราคาเครื่องดื่มชัดเจน	4.44	0.56	มากที่สุด
3. มีการรับชำระเงินที่สะดวก รวดเร็ว	4.47	0.61	มากที่สุด
4. วัตถุดิบมีราคาที่เหมาะสม	4.38	0.65	มากที่สุด

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและระดับการส่งผลของปัจจัยที่มีต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ (ต่อ)

ด้านการส่งเสริมการขาย	4.07	0.86	มาก
1. การโฆษณาผ่านช่องทางต่าง ๆ	3.85	0.93	มาก
2. มีโปรโมชั่นดึงดูดลูกค้า	3.74	0.86	มาก
3. มีหน้าเพจบน Facebook	4.32	0.77	มากที่สุด
4. มีการระบุตำแหน่งบนแอปพลิเคชัน	4.35	0.73	มากที่สุด
ด้านการให้บริการของพนักงาน	3.96	1.07	มาก
1. ฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ	3.88	1.01	มาก
2. พนักงานแต่งกายและมีกิริยาสุภาพ	4.26	0.75	มากที่สุด
3. พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการ	4.47	0.75	มากที่สุด
4. สามารถเสิร์ฟเครื่องดื่มในเวลารวดเร็ว	4.18	0.63	มาก
5. รับออเดอร์จากลูกค้าได้ถูกต้อง ครบถ้วน	4.44	0.66	มากที่สุด
6. มีกล่อมความคิดเห็นการบริการพนักงาน	2.53	1.21	น้อย
ด้านเงินทุน	3.73	0.94	มาก
1. มีเงินทุนหมุนเวียนพอกับการจ่ายในร้าน	4.09	0.67	มาก
2. มีเงินทุนสำรองเหตุการณ์ฉุกเฉิน	3.97	0.83	มาก
3. มีเงินทุนที่ใช้ในการขยายธุรกิจในอนาคต	3.12	0.98	ปานกลาง
ด้านปัจจัยภายนอก	3.05	1.23	ปานกลาง
1. ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ	3.97	0.76	มาก
2. ภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศ	2.38	0.92	น้อย
ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของธุรกิจร้านกาแฟ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	2.59	0.89	น้อย
4. อัตราแลกเปลี่ยน	2.15	1.05	น้อย
5. จำนวนคู่แข่งทางธุรกิจ	4.18	0.94	มาก
6. สถานการณ์ทางการเมือง	3.03	1.17	ปานกลาง

หมายเหตุ 1.00-1.80 ส่งผลในระดับน้อยที่สุด 1.81-2.60 ส่งผลในระดับน้อย 2.61-3.40 ส่งผลในระดับปานกลาง 3.41-4.20 ส่งผลในระดับมาก และ 4.21-5.00 ส่งผลในระดับมากที่สุด

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรมีการศึกษาถึงผลตอบแทนทางการเงิน เช่น ระยะเวลาคืนทุน อัตราผลตอบแทน ภายในโครงการ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงความคุ้มค่าที่จะลงทุนในธุรกิจ อย่างแท้จริง

5.1.2 ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบสถานที่ของธุรกิจร้านกาแฟที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเข้ามาใช้บริการ เพื่อช่วยสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น

5.1.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะและรูปแบบการให้บริการของพนักงานที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในธุรกิจร้านกาแฟ เพื่อช่วยดึงดูดให้ลูกค้าให้มีจำนวนมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ธุรกิจร้านกาแฟถือเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีความนิยมทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ดังนั้น ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทนี้จะต้องมีจุดเด่นที่น่าสนใจโดยเฉพาะเรื่องของรสชาติ การให้บริการ และสถานที่ที่ควรมีความแตกต่างและดึงดูดลูกค้าซึ่งจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ การให้บริการพนักงาน และด้านสถานที่ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเฉพาะ ในส่วนของการให้บริการของพนักงานหากธุรกิจใดสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และประทับใจ และหันกลับมาใช้บริการซ้ำ และมีการบอกต่อส่งผลทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น เช่นเดียวกับสถานที่หรือร้านกาแฟหากเป็นสถานที่สวยงาม สะอาด มีจุดเด่นที่แตกต่างจากร้านอื่น มีจุดเชิควิน ถ่ายรูป เสมือนเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ก็จะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และย้อนกลับมาเยี่ยมชมร้านกาแฟซ้ำ ทำให้ธุรกิจ นอกจากมีรายได้จากการขายกาแฟที่มากขึ้นยังช่วยให้มีรายได้อื่นเพิ่มมากขึ้นด้วย เช่น รายได้จากการจำหน่ายของที่ระลึก รายได้จากการผลิตที่เกิดจากการจัดร้านกาแฟให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

5.2.2 ในการลงทุนธุรกิจร้านกาแฟมีการลงทุนด้านค่าใช้จ่ายลงทุน คือ ด้านสินทรัพย์ค่อนข้างสูง เนื่องจากปัจจุบันร้านกาแฟจะต้องเป็นสถานที่ที่ลูกค้าได้ดื่มด่ำกับบรรยากาศ และสามารถให้ลูกค้าได้รู้สึกเกิดความประทับใจในบรรยากาศ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะลงทุนธุรกิจร้านกาแฟจะต้องมีความพร้อมทางการเงินทุน ซึ่งจะเห็นได้จากผลการศึกษาที่มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเกือบร้อยละ 95 นั่นเอง

6. สรุปผลการวิจัย

ในการลงทุนของธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอสัตราธิราช จังหวัดชลบุรี พบว่า มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนในสัดส่วนมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3,403,119.39 บาท คิดเป็นร้อยละ 94.71 ซึ่งสินทรัพย์ที่มีมูลค่าการลงทุนที่สูงที่สุดคือ อาคาร จำนวน 1,933,333.33 บาท คิดเป็นร้อยละ 56.81 สำหรับค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และการบำรุงรักษามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 189,957.75 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.29 ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมากที่สุดคือ ค่าจ้างพนักงาน จำนวน 85,917.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.23 หากมีการจำแนกต้นทุนตามหน้าที่พบว่า ประกอบด้วย 1) ต้นทุนผลิตภัณฑ์ มีสัดส่วนมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 109,741.62 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.89 โดยส่วนประกอบสำคัญที่สุดจะเป็นวัตถุดิบทางตรงเท่ากับ 59,607.49 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.32 และ 2) ต้นทุนตามงวดเวลา (Period costs) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 97,747.79 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.11 ส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดคือ ค่าแรงทางอ้อม จำนวน 41,388.24 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.34 ส่วนการจำแนกต้นทุนตามพฤติกรรม พบว่า ประกอบด้วย 1) ต้นทุนคงที่มีสัดส่วนมากที่สุดค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 126,674.22 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.70 ต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ ค่าจ้างพนักงาน จำนวน 85,917.65 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.48 และ 2) ต้นทุนผันแปร (Variable cost) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 82,019.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.30 ต้นทุนที่มี

สัดส่วนมากที่สุดคือ นม จำนวน 26,070 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.78 สำหรับด้านผลตอบแทนพบว่า มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 2,958 แก้วต่อเดือน มีอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 34.08 อัตรากำไรต่อต้นทุนร้อยละ 44.18 และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ร้อยละ 2.69

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนในการทำธุรกิจร้านกาแฟธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ตำบลทุ่งสุลา อำเภอสรีราชา จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ธุรกิจให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับราคาเครื่องดื่มที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญกับการมีภาระเบ็ดเตล็ดบนแอปพลิเคชันมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลกับผลตอบแทนเช่นกัน โดยเฉพาะในส่วนของการพนักงานมีความพร้อมและเต็มใจให้บริการร้านกาแฟให้ความสำคัญอยู่ในระดับที่มากที่สุด และปัจจัยด้านสถานที่ ร้านกาแฟได้ให้ความสำคัญกับบรรยากาศดี น่านั่ง มีมุมถ่ายรูปเล่น อยู่ในระดับที่มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับความจงรักภักดีต่อร้านกาแฟสด ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 16 (1), 21-37. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2563, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/article/view/88422>.
- จุฬาลักษณ์เกษมจิตร และอภิรัตน์ อุดมทรัพย์. (2562, กรกฎาคม). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการบริโภคกาแฟ : กรณีศึกษาประชาชนในพื้นที่เทศบาลเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 10. วันที่ 12 กรกฎาคม 2562 ณ Blue Ocean Hall มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. ค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563, จาก <https://www.hu.ac.th/conference/conference2019/proceedings2019/FullText.....201009-1022.pdf>.
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2539). *สถิติพื้นฐาน*. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังน่านวิทยา.
- สุภาภา ฉิมไพศาล. (2562). *การจัดการการเงิน*. กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- ทิมมพร วาสิทธิ์. (ม.ป.ป.). สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก <https://sites.google.com/site/krutikamporn/home/phu-cad-tha/2-3-sphaph-waedlxm-phaynxk-xngkhkar>.
- ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์. (2562). *การบริหารโครงการ : แนวคิดและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา จิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- พัทธนันท์ สุดยอด และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจร้านกาแฟสี่เขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พื้นที่จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย*, 10 (3), 887-903. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2563, จาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/104572>.
- ทิพย์พิมล ดวงจันทร์. (2558). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพนักงานในเขตนิคมอุตสาหกรรม จังหวัดลำพูนในการเลือกร้านกาแฟ*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2563, จาก http://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2558/mba60958tdj_ch5.pdf.
- ไทยแฟรนไชส์เซ็นเตอร์. (2563). *แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย ปี 2563*. ค้นเมื่อ 11 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://www.thaifranchisecenter.com/document/show.php?docuID=5613>.

- นพพร บุญยสุนทร. (2555). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ : แมคกรอ-ฮิล.
- ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์. (2557). *ระบบบัญชีระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- มนวิภา ผดุงสิทธิ์. (2561). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ : ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วงใน. (2562). *เปิดร้านอาหารไม่ควรพลาด! สรุปเทรนด์ร้านอาหาร ปี 2562 ในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <https://www.wongnai.com/business-owners/thailand-restaurant-trend-2019>.
- วรามาศ เพ็ชรเนียม. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการในร้านกาแฟพรีเมียมของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2563, จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_57020305_93_3572_2015.pdf.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- ศุณย์วิจักขณ์กรไทย. (2561). *ธุรกิจร้านกาแฟ บริหารอย่างไรให้รุ่ง*. ค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Coffee-Shop-Management.pdf>.
- ศุณย์อััจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2562). *ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=207>.
- สรารัฐ พุฒนวล. (2562). *แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ในจังหวัดระนอง*. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2563, จาก http://www.elcls.ssu.ac.th/sarawut_pu/pluginfile.php/26/block_html/content/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%E0%B9%80%E0%B8%95%E0%B9%87%E0%B8%A1.pdf.
- สุกัญญา ละมูล. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดคาเฟ่เมซอน*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2596/1/sukanya_lamu.pdf.

การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management Implications for Future Profitability

เปรมารัช วิลาลัย* พัทธนันท์ เพชรเชิดชู² และศิริเดช คำสุพรหม³

Premarat Vilalai* Pattanant Petchchedchoo² and Siridech Kumsuprom³

Received : May 15, 2020 Revised : June 29, 2020 Accepted : July 1, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจและการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตขององค์กร โดยการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจพิจารณาจากค่าผิดปกติจากการประมาณการค่ากระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน ค่าผิดปกติจากการประมาณค่าของค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหาร ค่าผิดปกติจากการประมาณค่าการสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างพิจารณาจากค่าผิดปกติจากการประมาณค่ารายการคงค้าง กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 51 บริษัท ประชากรทั้งหมด 60 บริษัท และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจพิจารณาจากการประมาณค่าผิดปกติจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ทางตรงกันข้ามการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจการประมาณค่าผิดปกติจากค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหารการสำรองค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

คำสำคัญ : การจัดการกำไร การใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ รายการคงค้าง ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

* นักศึกษาปริญญาเอก วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Ph.D. Candidate, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

² Assistant Professor, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

³ Assistant Professor, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

Abstract

This research reflects the relationship of Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management Implications for Future Profitability. Real earnings management based on abnormal cash flows from operating activities, abnormal discretionary expenses and abnormal provision for doubtful accounts as a proxy and accrual-based earnings management based on abnormal accruals. The sample group is used as the financial business industry group of 51 companies listed on the Stock Exchange of Thailand, with a population of 60 companies. And the statistics used in this research analysis are multiple regression analysis. The result of the research shows that real earnings management is based on abnormal cash flows from operating activities is a positive relationship between the future profitability. On the contrary, real earnings management is based on Conversely, abnormal discretionary expenses, abnormal provision for doubtful accounts having the opposite direction to the future profitability. Accrual-based Earnings Management has no relation to future profitability.

Keywords : Earnings Management, Real Earnings Management, Accrual-based Earnings, Future Profitability

1. บทนำ

การจัดการกำไรสามารถอธิบายด้วยทฤษฎีตัวแทน โดยตัวแทนเป็นผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากตัวการอาจแสดงพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ด้วยการใช้อำนาจตัดสินใจตามผลประโยชน์ให้เกิดแก่ตนเอง ซึ่งมีการเบี่ยงเบนผลประโยชน์ของตัวการ ตัวการจึงต้องแสวงหากลไกต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบและดูใจการปฏิบัติงานของตัวแทน (Jensen & Meckling, 1976) การจัดการกำไรหรือการตกแต่งกำไรเกิดจากแรงจูงใจของผู้บริหารจัดการกำไรมากมาย เช่น การจัดการกำไรเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลขาดทุนหรือผลการดำเนินงานที่ลดลง (Burgstahler & Dichev, 1997) การจัดการกำไรเพื่อให้ตรงกับประมาณการของนักวิเคราะห์ (Dhaliwal, Gleason & Mills, 2004; Burgstahler & Eames, 2006) การจัดการกำไรเพื่อประโยชน์ทางภาษี (อรจิรา ปัญจะเทวคุปต์, 2549) การจัดการกำไรเพื่อหลีกเลี่ยงการละเมิดสัญญาเงินกู้ (Jaggi & Lee, 2002) การจัดการกำไรโดยใช้การเพิ่มขึ้นของการใช้เงินทุนโดยการก่อหนี้ ผลการศึกษาพบว่าการตกแต่งกำไรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสัดส่วนการใช้เงินทุนโดยการก่อหนี้ของกิจการ (วรวิทย์ เชื้อทรัพย์สกุล, 2552) การจัดการกำไรโดยใช้ตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่การเงิน (ขวัญชนก สุขสนิท, 2559) การจัดการกำไรในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (จุฑารัตน์ พาลพ่าย, 2558) เป็นต้น

ผลกระทบของการจัดการกำไรจากการใช้ดุลยพินิจในรายงานทางการเงินอาจทำให้การรายงานกำไร และการแสดงฐานะการเงินของกิจการสูงหรือต่ำเกินไปไปสู่การปรับงบการเงินย้อนหลัง (Financial Restatement) ทั้งนี้ จากข้อมูลของแนวโน้มการแก้ไขรายงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยระหว่างปี ค.ศ.2003-2012 ของ Scholz, 2014 : เว็บไซต์ แสดงการปรับงบการเงินย้อนหลังนั้น เกิดจากการทุจริตประมาณ 2% ของงบการเงินบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทยระหว่างปี ค.ศ. 2003 - 2012 ในงานวิจัยพบว่าปี ค.ศ.2012 กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการปรับงบการเงินย้อนหลังมากที่สุดใน 3 ลำดับแรก คือ อันดับที่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน การธนาคาร และประกันภัย (Finance, Bank and Insurance) อันดับที่ 2 กลุ่มอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computers and Software) และอันดับที่ 3 กลุ่มอุตสาหกรรม พลังงาน เหมืองแร่และเคมีภัณฑ์ (Energy, Mining and Chemicals) และยังพบว่ามีรายงานข้อมูลในงบการเงินเป็นเท็จ และข่าวการทุจริตในการจัดทำงบการเงินซึ่งสร้างความเสียหายแก่นักลงทุนอย่างมาก และยังมีแรงจูงใจในการจัดการกำไร

จากการเปิดเผยข้อมูลที่ไม่โปร่งใส Jo และ Kim (2007) ชี้ให้เห็นว่า การเปิดเผยข้อมูลเป็นการเพิ่มความโปร่งใส และลดแรงจูงใจและช่วยให้นักลงทุนตรวจสอบการจัดการกำไรได้ และ Consioni และคณะ, (2017) ชี้ให้เห็นอีกว่า ความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลสร้างสภาวะที่เอื้อต่อการปรับแต่งข้อมูลหรือการจัดการกำไร ซึ่งการจัดการกำไรจะช่วยให้ผู้บริหารใช้ดุลยพินิจของตนเองเพื่อจุดประสงค์เฉพาะในการจัดการกำไรมากขึ้น (อาภรณ์ แก้ววงษ์ และคณะ, 2561) การจัดการกำไรของบริษัทยังเป็นการอำพรางแนวโน้มการเติบโตของรายได้และกำไรที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถควบคุมความคาดหวังที่บุคคลภายนอกมีต่อการเติบโตของบริษัท (McNichols, 2000) จากการควบคุมรายได้ค่าใช้จ่ายต้นทุน อาจส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริหารที่จะตกแต่งกำไรโดยใช้ดุลยพินิจทำให้เกิดการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจ ในการสร้างรายการทางธุรกิจ (Real earning management) มากขึ้น

งานวิจัยของ Graham และคณะ (2005) พบว่า ผู้บริหารนิยมการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมากกว่าการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (Accrual-based earning management) เนื่องจากสามารถจัดการกำไรได้ง่ายกว่าวิธีผ่านรายการคงค้าง (Demski, 1998) การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจตามงานวิจัยของ Roychowdhury (2006) พบว่า การจัดการกำไรที่เกิดขึ้นจากผู้บริหารสามารถทำได้โดยใช้กลไกต่าง ๆ ที่ใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น ทำให้กระแสเงินสดดำเนินงานมีความผิดปกติ การลดราคาผลิตภัณฑ์มากเกินไป เพื่อเพิ่มรายได้จากการผลิตที่มีปริมาณที่สั้นความต้องการ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าที่ขายและลดค่าใช้จ่ายตามดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น ลดค่าโฆษณา ค่าบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อปรับปรุงให้รายงานทางการเงินไม่ขาดทุนหรือมีกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าความเป็นจริง (Dechow & Dichev, 2002; Roychowdhury, 2006; Dichev et al., 2013) นอกจากนี้ Gunny (2010), Zhao และคณะ (2012) และ Chen และคณะ (2015) ได้นำเสนอ มุมมองที่แตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจและ ผลกำไรในอนาคต โดย Gunny (2010) แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจที่หลีกเลี่ยงการลดลงของรายได้สุทธิจากปีก่อน มีผลการดำเนินงานในอนาคตที่ดีกว่าบริษัทที่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจที่แต่ไม่หลีกเลี่ยงการลดลงของรายได้สุทธิจากปีก่อน แสดงให้เห็นว่าการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีความสอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการส่งสัญญาณหรือผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต สอดคล้องกับ Zhao และคณะ (2012) ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานในอนาคตและการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ ด้วยวิธีการปฏิบัติที่คล้ายกับ Gunny (2010) และตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงบวกที่เพิ่มขึ้นระหว่างผลการดำเนินงานในอนาคต งานวิจัยของ Brooke และคณะ (2018) ศึกษา การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีผลกระทบต่อการจัดการกำไรในอนาคตพบว่า บริษัทขนาดเล็กใช้การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีผลกระทบให้ผลการดำเนินงานในอนาคตในทิศทางเดียวกันซึ่งกล่าวได้ว่าหากมีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจจะส่งผลให้กำไรในอนาคตของกิจการสูงขึ้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน
2. เพื่อศึกษาการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน

2. แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดการกำไรโดยการเปลี่ยนแปลงทางการบัญชีตามดุลยพินิจของผู้บริหารในการสร้างรายการทางธุรกิจ (Discretionary accounting) เป็นการจัดการกำไรเกี่ยวกับรายการค้างรับค้างจ่ายภายใต้ดุลยพินิจของผู้บริหาร หมายถึง การบันทึกกำไรหรือรายจ่ายที่เกิดขึ้นแล้ว ถึงแม้ว่าจะยังไม่ได้เงินสดเข้ามาหรือจ่ายออกไปก็ตาม ซึ่งจะกระทบกระแสเงินสดของการดำเนินงานของกิจการในอนาคตได้ เนื่องจากกำไรสุทธิของบริษัทประกอบด้วย 2 ส่วน คือ กระแสเงินสดจากการดำเนินงานซึ่งเป็นรายการเงินสดที่เกิดขึ้นในงวดนั้น และส่วนที่เป็นรายการค้างรับค้างจ่าย (Accruals) ดังนั้น ถ้าบริษัทจัดการกำไรจะสามารถทำผ่านทางรายการค้างรับค้างจ่ายได้ โดยการรับรู้กำไรก่อนล่วงหน้าถึงแม้จะยังไม่ได้รับเงินสดเข้ามาและชะลอการรับรู้ค่าใช้จ่ายออกไป ซึ่งต่อจากนี้ไปจะใช้คำว่า Discretionary Accruals หรือ DA เป็นวิธีการจัดการกำไรที่เกิดขึ้นจากผู้จัดการได้ดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลทางบัญชีที่เบี่ยงเบนไปจากการดำเนินธุรกิจตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อลดผลขาดทุนหรือเพิ่มกำไรระยะสั้น ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า Sarbanes-Oxley Act ในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งกฎระเบียบอื่น ๆ ที่มีมากขึ้นทำให้การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างจะเกิดขึ้นได้ต้องรอจนกระทั่งถึงงวดจึงจะสามารถดำเนินการได้ การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง สามารถกระทำได้ผ่านการเลือกใช้นโยบายบัญชี การประมาณการทางการบัญชีที่เกี่ยวข้องกับหลักการเกณฑ์คงค้าง เพื่อปิดบังหรือปกปิดการดำเนินงานที่แท้จริง อาทิ การประมาณการค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ การประมาณหนี้สิน การประมาณการอายุการใช้งานและมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ เป็นต้น งานวิจัยของ Bengtsson และคณะ (2007) ได้ศึกษาการจัดการกำไรหรือการตกแต่งกำไรผ่านรายการคงค้างบริษัทที่มีการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหารในประเทศสวีเดน พบว่ามีหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่าการจัดการกำไรในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหารเกิดจากผู้บริหารมีแรงจูงใจในการจัดการกำไรให้ตัวเลขกำไรในบัญชีสูงขึ้นเพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนที่เพิ่มขึ้น

แต่การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจกลับสามารถดำเนินการเปลี่ยนแปลงได้ทันที โดยไม่ต้องรอการสิ้นสุดของรอบระยะเวลาบัญชี ทำให้บริษัทมีแนวโน้มที่จะใช้วิธีการสร้างรายการทางธุรกิจมากกว่าเลือกใช้นโยบายการบัญชีและการสร้างรายการคงค้าง อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการดำเนินงาน การลงทุน หรือการทำรายการทางการเงิน จากเดิมที่ได้มีการวางแผนไว้ เช่น การขยายเวลาชำระหนี้ เพื่อเร่งอัตราการเติบโตของยอดขาย การลดค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา รวมถึงค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหารต่าง ๆ เพื่อเพิ่มผลกำไรสำหรับงวดรายงานทางการเงินปีปัจจุบัน (Roychowdhury, 2006; Cohen et al., 2008; Gunny, 2010; Zang, 2012) และการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจสามารถทำได้โดยใช้กลไกต่าง ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น ทำให้กระแสเงินสดดำเนินงานผิดปกติ การลดราคาผลิตภัณฑ์มากเกินไป เพื่อเพิ่มรายได้จากการผลิตที่มีปริมาณที่ล้นความต้องการ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าที่ขายและลดค่าใช้จ่ายตามดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น ลดค่าโฆษณา ค่าบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อปรับปรุงให้รายงานทางการเงินไม่ขาดทุนหรือมีกำไรที่เพิ่มสูงขึ้น กว่าความเป็นจริง (Roychowdhury, 2006; Dichev et al., 2013)

จากงานวิจัยของ Roychowdhury (2006) ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจเพื่อหลีกเลี่ยงการรายงานผลขาดทุนของบริษัทในประเทศอเมริกา ระหว่างปี 1987-2001 โดยศึกษาการลดค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร ซึ่งนิยามของค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหาร คือ ผลรวมของรายจ่ายการวิจัยและพัฒนา รายจ่ายค่าโฆษณา และรายจ่ายในการขายและการบริหาร โดยพิจารณาจากผลกระทบของการจัดการ

การวัดด้วยวิธีดังกล่าวที่มีต่อกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน พบว่า การลดค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารส่งผลให้กระแสเงินสดออกลดลง หรือทำให้บริษัทที่มีกระแสเงินสดจากการดำเนินงานเทียบกับยอดขายสูงกว่าปกติ และมีค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลยพินิจของผู้บริหารเทียบกับยอดขายต่ำกว่าปกติ ทั้งนี้ Beyer และคณะ (2018) ได้ศึกษาต่อจากงานวิจัยของ Roychowdhury (2006) คือศึกษาการจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคตพบว่า บริษัทขนาดเล็กใช้การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในอนาคตในทิศทางเดียวกันซึ่งกล่าวได้ว่าหากมีการจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจจะส่งผลให้กำไรในอนาคตของกิจการสูงขึ้น

นอกจากนี้ Gunny (2010) พบว่า บริษัทที่มีการจัดการกำไรโดยใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจเป็นการส่งสัญญาณทางธุรกิจหรือเป็นการเอื้อให้บริษัทมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในอนาคต สอดคล้องกับ Healy และ Wahlen (1999) การจัดทำรายการทางการเงินเพื่อนำเสนอต่อผู้มีส่วนได้เสีย ผู้บริหารสามารถใช้ดุลยพินิจหลายประการ เช่น การใช้ดุลยพินิจประมาณการเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในอนาคต การเลือกวิธีการทางบัญชี ซึ่งเป็นวิธีที่ยอมรับเพื่อการรายงานถึงรายการทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะเดียวกัน การใช้ดุลยพินิจบริหารเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งมีกระทบต่อการปันส่วนต้นทุนและรายได้สุทธิ การตัดสินใจเลือกจ่ายหรือชะลอรายการจ่ายบางรายการและการตัดสินใจจัดโครงสร้างรายการ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อผู้บริหารสามารถใช้ดุลยพินิจหลายประการตามที่ Healy และ Wahlen (1999) กล่าวถึง ทำให้วิเคราะห์ต่อไปได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้บริหารสามารถใช้ดุลยพินิจบริหารกำไรได้หลากหลายวิธีการทั้งการบริหารรายการคงค้างและการบริหารกำไรจริง การจัดการกำไรยังพบในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงินวัดได้จากงานวิจัยของ Robb (1998) ซึ่งเป็นการประมาณการค่าผิดปกติของการกันสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (Abnormal loan losses provisions) ถือเป็นตัวแปรของการจัดการกำไร ทั้งนี้การจัดการกำไรแบบดั้งเดิมเป็นพิจารณาตามเกณฑ์คงค้าง สามารถตรวจสอบได้ง่ายโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเนื่องจากเป็นไปตามหลักการบัญชีรับรองทั่วไป หรือประมาณการจำเป็นอย่างน้อยที่มีการอธิบายทางการเงินอย่างชัดเจน (Järvinen & Myllymäki, 2016) การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างจึงมีแนวโน้มลดลงในขณะที่การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น (Dechow & Skinner, 2000; Cohen et al., 2008; Alhadab, Clacher & Keasey, 2015)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง เพื่อหาความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน

สมมติฐานที่ 2 การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อไปสู่กระบวนการสร้างและพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย กลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน ประกอบด้วย

หมวดธุรกิจธนาคาร 11 บริษัท หมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์ 32 บริษัท หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิต 17 บริษัท กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินรวมทั้งสิ้น 60 บริษัท หัก บริษัทที่ไม่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน 9 บริษัท ประกอบด้วยหมวดธุรกิจเงินทุนและหลักทรัพย์จำนวน 4 บริษัท หมวดธุรกิจประกันภัยและประกันชีวิตจำนวน 5 บริษัท ดังนั้น บริษัทที่สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนทั้งสิ้น 51 บริษัท มีรอบระยะเวลาบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 จำนวน 3 ปี โดยเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากฐานข้อมูล SETSMART (SET Market Analysis and Reporting Tool) งบแสดงฐานะการเงิน รายงานประจำปี (แบบ 56-1) ตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต วัดโดยใช้ Adjusted Return on Assets ตามแนวทางของ Bhojraj และคณะ (2009) และ Cohen และ Zarowin (2010) ได้แก่ กำไรสุทธิก่อนรายการกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ(OCI)หารด้วย สินทรัพย์รวมถัวเฉลี่ย ลบค่า Median ROA ของอุตสาหกรรม

ตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (Real Earnings Management : REM) ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแบบของ Roychowdhury (2006) และ Cohen และคณะ (2008) วัดจากค่าผิดปกติจาก 3 สมการ เพื่อตรวจสอบพฤติกรรมจัดการกำไร คือ ค่าผิดปกติของการประมาณค่าจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน : CFO การประมาณค่าจากค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลพินิจของผู้บริหาร : DISEX และการประมาณค่าจากต้นทุนการผลิตที่สูงเกินไป PROD ทั้งนี้ในการศึกษาของผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินซึ่งเป็นธุรกิจบริการ การศึกษาครั้งนี้จึงใช้ตัวแบบการคำนวณค่าผิดปกติของการประมาณค่าจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญ : LLP ตามแนวทางของ Robb (1998) แทนตัวแบบการประมาณค่าใช้จ่ายการผลิตตามตัวแบบของ Roychowdhury (2006) จากนั้นคำนวณหาค่าผิดปกติของแต่ละสมการ แล้วนำค่าความคลาดเคลื่อนไปวัดค่าการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจในสมการที่ 4 และตัวแปรอิสระถัดมาคือการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (AEM) ตามตัวแบบของ Kasznik (1999) โดยมีรายละเอียดตัวแบบ ดังนี้

ตัวแปรต้น

การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (Real Earnings Management)

$$CFO_t/TA_{t-1} = \alpha_0 + \alpha_1(1/TA_{t-1}) + \beta_1 (REV_t/TA_{t-1}) + \beta_2 (\Delta REV_t/TA_{t-1}) + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$DISEXP_t/TA_{t-1} = \alpha_0 + \alpha_1(1/TA_{t-1}) + \beta (REV_t/TA_{t-1}) + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$LLP_t/TA_{t-1} = \alpha_0 + \alpha_1(LLP_{t-1}/TA_t) + \alpha_2 (WO_t/TA_t) + \alpha_3 (WO_{t+1}/TA_t) + \varepsilon_t \quad (3)$$

$$REM = \text{Abnormal CFO}(-1) + \text{Abnormal DISEXP}(-1) + \text{Abnormal LLP} \quad (4)$$

การประมาณค่าจากการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (Accrual-based Earnings Management)

$$TAC_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) + \alpha_2 PPE_{it} + \alpha_3 \Delta CFO_{it} + \varepsilon \quad (5)$$

ตัวแปรตาม : ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

วัดโดยใช้ Adjusted ROA ตามแนวทางของ Bhojraj et al. (2009) และ Cohen & Zarowin (2010)

$$\text{Adjusted Return on Assets}_{i,t} = ROA_{i,t} - \text{Median } ROA_{i,t} \quad (6)$$

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และพิจารณาค่า p-value ของค่าสถิติ t สำหรับตัวแปรต่าง ๆ เทียบกับระดับนัยสำคัญ 0.05 และสมการที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ คือ

$$\text{Adjusted Return on Assets}_{i,t} = \alpha + \beta_1 \text{REM} + \beta_2 \text{AEM}_t + \varepsilon_t \quad (7)$$

โดยที่

ตัวแปรตาม

Adjusted Return on Assets

ความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

ตัวแปรอิสระ

CFO _t	เงินสดสุทธิกิจกรรมดำเนินงาน ปีที่กำลังพิจารณา
TA _{t-1}	สินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นงวดของปีก่อนหน้าปีที่กำลังพิจารณา
REV _t	รายได้รวมปีที่กำลังพิจารณา
ΔREV _t	ผลต่างระหว่างรายได้รวมในปีที่พิจารณากับรายได้รวมในปีก่อนหน้าที่พิจารณา
DISEXP _t	ค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลพินิจของผู้บริหาร ปีที่กำลังพิจารณา (ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา)
LLP _t	การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญปีที่กำลังพิจารณา
LLP _{t-1}	การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ ณ วันสิ้นงวดของปีก่อนหน้าปีที่กำลังพิจารณา
TA _t	สินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นงวดของปีที่กำลังพิจารณา
WO _t	หนี้สูญสำหรับปีของปีที่กำลังพิจารณา
WO _{t+1}	หนี้สูญสำหรับปีของปีหลังหน้าปีที่กำลังพิจารณา 1 ปี
Abnormal CFO	ค่าผิดปกติของการประมาณค่าจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน
Abnormal DISEXP	ค่าผิดปกติของการประมาณค่าจากค่าใช้จ่ายที่อยู่ในดุลพินิจของผู้บริหาร
Abnormal LLP	ค่าผิดปกติของการประมาณค่าจากค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ
TAC _{it}	รายการคงค้างรวม (AEM)
ΔREC _{it}	ผลต่างระหว่างลูกหนี้ในปีที่พิจารณากับลูกหนี้ในปีก่อนหน้าที่พิจารณา
PPE _{it}	สินทรัพย์ถาวรรวม ณ วันสิ้นงวดของปีที่พิจารณา
REM	การจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยในการสร้างรายการทางธุรกิจ
AEM	การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง
i,t	บริษัทที่นำมาศึกษา และ ปีที่นำมาศึกษา
ΔCFO _{it}	ผลต่างระหว่างกระแสเงินสดในปีที่พิจารณากับกระแสเงินสดในปีก่อนหน้าที่พิจารณา
ε _t	ค่าผิดปกติ (Abnormal) ของตัวแปร

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการกำไรผ่านการใช้จ่ายฟุ่มเฟือยในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (AEM) กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน แสดงในตาราง 1 ตาราง 2 ตาราง 3 และตาราง 4 ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงผลจากสมการที่ใช้คำนวณค่าการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ

ตัวแปร	Abnormal CFO			Abnormal DISEXP			Abnormal LLP		
	B	beta	p-value	B	beta	p-value	B	beta	p-value
(Constant)	-0.039		0.007	0.035		0.000	0.005		0.019
$1/TA_{t-1}$	-4.384	-0.053	0.352	4.044	0.035	0.152			
REV_t/TA_{t-1}	0.160	1.645	0.000*	0.136	0.955	0.000*			
$\Delta REV_t/TA_t$	-0.807	-0.700	0.000*						
LLP_{t-1}/TA_t							0.830	0.543	0.000*
WO_t/TA_t							-0.189	-0.146	0.133
WO_{t+1}/TA_t							0.580	0.507	0.000*
Adj. R ²	0.846			0.966			0.643		
Sig. F	0.000**			0.000**			0.000**		
** Significant at 1% level							* Significant at 5% level		

จากตาราง 1 แสดงผลจากการคำนวณตามสมการ (1) ถึง (3) ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระโดยเฉลี่ยการประมาณการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจทั้งสามประการ โดยจะเห็นว่ารายได้รวมและการเปลี่ยนแปลงของรายได้รวมมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน และค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหาร ทั้งนี้ค่า Adjusted R² สำหรับค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหารสูงถึงร้อยละ 84.60 และร้อยละ 96.60 ตามลำดับ หมายความว่าค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากกระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานและค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหารมีความสามารถในการอธิบายการจัดการกำไรของบริษัทกลุ่มตัวอย่างได้สูงถึงร้อยละ 84.60 และร้อยละ 96.60 ตามลำดับ ในขณะที่ค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญและหนี้สูญมีค่า Adjusted R² เท่ากับร้อยละ 64.30 หมายความว่าค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญและหนี้สูญมีความสามารถในการอธิบายการจัดการกำไรของบริษัทกลุ่มตัวอย่างได้ถึงร้อยละ 64.30 ซึ่งน้อยกว่าค่าผิดปกติการประมาณการรายการอื่น

อย่างไรก็ตามสมการทั้งสามมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Dechow และ Skinner (1998) และ Dechow และ Skinner (2000) พบว่า ความยืดหยุ่นของมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานรายงานทางการเงินและค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหารทำให้ผู้บริหารมีโอกาสจัดการกำไร และสอดคล้องกับ Bhojraj และคณะ (2009) พบว่า บริษัทที่ใช้การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ เพื่อให้ผลการคาดการณ์ของนักวิเคราะห์ของบริษัทที่คาดการณ์ไว้ถูกต้องและพบว่าผลการดำเนินงานและราคาหุ้นของบริษัทที่แยกว่าเป็นบริษัทที่ไม่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ

ตาราง 2 แสดงผลจากสมการคำนวณค่าการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง : AEM

ตัวแปร	Abnormal TAC		
	B	beta	p-value
(Constant)	-3.466		0.000
	0.008	0.049	0.516
	1.917	0.558	0.000*
	0.002	0.006	0.000*
Adj. R ²	0.295		
Sig. F	0.000**		

** Significant at 1% level * Significant at 5% level

จากตาราง 2 แสดงผลจากการคำนวณสมการ (5) ซึ่งแสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระโดยเฉลี่ยการประมาณการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง โดยจะเห็นว่าสินทรัพย์ถาวรรวมและการเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับค่าผิดปกติของรายการคงค้าง ทั้งนี้ค่า Adjusted R² สำหรับค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากรายการคงค้างมีค่าร้อยละ 29.50 หมายความว่า ค่าผิดปกติการประมาณการค่าจากรายการคงค้างมีความสามารถในการอธิบายการจัดการกำไรของบริษัทกลุ่มตัวอย่างได้เพียงร้อยละ 29.50 เท่านั้น

จากนั้นผู้วิจัยนำค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระทางแทนค่าในสมการ (1) ถึง (3) เพื่อให้ได้ค่าผิดปกติและนำมาแทนค่าในสมการ (4) เพื่อหาค่าการจัดการกำไรผ่านการให้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ : REM ดังแสดงในตาราง 3 พร้อมทั้งหาค่าทางสถิติเชิงพรรณนาการจัดการกำไรผ่านการให้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และความสามารถในการทำกำไรในอนาคต(Adjusted ROA)

$$REM = \text{Abnormal CFO}(-1) + \text{Abnormal DISEXP}(-1) + \text{Abnormal LLP} \quad (4)$$

ตาราง 3 แสดงผลจากสถิติเชิงพรรณนาการจัดการกำไรผ่านการให้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และความสามารถในการทำกำไรในอนาคต(Adjusted ROA)

ตัวแปร	N	Mean	Min	Max	Std.Dev
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (Abnormal CFO)	153	0.3398	-0.2779	0.6860	0.1410
ค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหาร (Abnormal DISEXP)	153	0.0094	-0.2042	0.5597	0.0890
การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ (Abnormal LLP)	153	0.0004	-0.0585	0.1804	0.0230
Adjusted ROA	153	0.0054	-0.4800	0.4500	0.0844

จากตาราง 3 แสดงผลการคำนวณจากสมการ (4) ผลจากทางสถิติแสดงให้เห็นว่าบริษัทมีการจัดการกำไรผ่านรายการทางธุรกิจ โดยเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของรายการแต่ละรายการพบว่าการจัดการกำไรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 การจัดการกำไรผ่านการให้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถในการทำกำไรในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินโดยมีค่าเฉลี่ยเป็นบวกทั้งสามรายการธุรกิจ กล่าวคือ การจัดการกำไรผ่านรายการ กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานมีค่าเฉลี่ยเป็นบวก (0.3398) แสดงถึงค่าผิดปกติของรายการกระแสเงินสดจาก กิจกรรมดำเนินงานมีค่าสูงกว่าค่าปกติ ในขณะที่กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงานที่เกิดขึ้นมีมูลค่าสูง ในทิศทาง เดียวกันค่าเฉลี่ยของการจัดการกำไรผ่านรายการค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหาร (0.0094) และผ่านรายการตั้งสำรอง หนี้สงสัยจะสูญ (0.0004) มีค่าเป็นบวก แสดงว่า ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหารและการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญมี ค่าสูงกว่าค่าปกติของรายการธุรกิจ นั้นหมายความว่า บริษัทส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะจัดการกำไรให้ต่ำกว่าการเพิ่ม ค่าใช้จ่ายในดุลพินิจของผู้บริหารและเพิ่มการตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญรวมทั้งเพิ่มรายการหนี้สูญ

ตาราง 4 ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (AEM) กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

ตัวแปร	B	beta	p-value
(Constant)	-0.025		0.124
การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM)	0.084	0.162	0.048*
การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง (AEM)	-1.293	-0.013	0.870
Adj. R ² 0.013			
Sig. F 0.139			
** Significant at 1% level		* Significant at 5% level	

จากตาราง 4 แสดงผลการคำนวณสมการ (6) ผลการศึกษาพบว่าการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกคือสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถในการทำกำไร ในอนาคต กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 95.2% (p-value น้อยกว่า 0.05) แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) เพิ่มขึ้นส่งผลให้บริษัทมีความสามารถ ในการทำกำไรในอนาคตเพิ่มขึ้น ยอมรับสมมติฐานที่ 1 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Beyer และคณะ(2018) ได้ศึกษาต่อ จากงานวิจัยของ Roychowdhury (2006) คือ ศึกษาการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมี ผลกระทบต่อการจัดการกำไรในอนาคต พบว่า บริษัทขนาดเล็กใช้การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการ ทางธุรกิจมีผลกระทบให้ผลการดำเนินงานในอนาคตในทิศทางเดียวกัน ซึ่งกล่าวได้ว่าหากมีการจัดการกำไรผ่านการใช้ ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจจะส่งผลให้กำไรในอนาคตของกิจการสูงขึ้นและผลงานวิจัย พบว่า การจัดการกำไร ผ่านรายการคงค้าง (AEM) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ของบริษัทจดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน (p-value มากกว่า 0.05) ไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 2 เนื่องจากการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างกระทำได้ผ่านการเลือกใช้นโยบายบัญชี การประมาณการทางการบัญชีที่ เกี่ยวข้องกับหลักการเกณฑ์คงค้าง เพื่อปิดบังหรือปกปิดการดำเนินงานที่แท้จริง อาทิ การประมาณการค่าเผื่อนี้สงสัยจะ สูญ ประมาณการหนี้สิน การประมาณการอายุการใช้งานและมูลค่าคงเหลือของสินทรัพย์ ซึ่งไม่ส่งผลต่อความสามารถใน การทำกำไรในอนาคต

ทั้งนี้การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) สามารถอธิบายการผันแปรความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน ค่า Adjusted R^2 มีค่าร้อยละ 1.30 หมายความว่า การจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ (REM) ใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการทำกำไรในอนาคต ได้ร้อยละ 29.50 สอดคล้องกับงานวิจัย

5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มอาจมีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากรายได้รวม การเปลี่ยนแปลงของรายได้รวม ค่าใช้จ่ายในดุลยพินิจของผู้บริหาร คือ ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา การตั้งสำรองหนี้สงสัยจะสูญ และรายการหนี้สูญ ส่งผลให้ความสามารถในการทำกำไรในอนาคตเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจตามงานวิจัยของ Roychowdhury (2006) พบว่า การจัดการกำไรที่เกิดขึ้นจากผู้บริหารสามารถทำได้โดยใช้กลไกต่าง ๆ ที่ใช้ดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น ทำให้กระแสเงินสดดำเนินงานมีความผิดปกติ การลดราคาผลิตภัณฑ์มากเกินไป เพื่อเพิ่มรายได้จากการผลิตที่มีปริมาณที่ล้นความต้องการ เพื่อลดต้นทุนของสินค้าที่ขายและลดค่าใช้จ่ายตามดุลยพินิจของผู้บริหาร เช่น ลดค่าโฆษณา ค่าบำรุงรักษา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (R&D) เพื่อปรับปรุงให้รายงานทางการเงินไม่ขาดทุนหรือมีกำไรที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าความเป็นจริง (Dechow & Dichev, 2002; Roychowdhury 2006; Gunny (2010) และ Graham, Harvey & Rajgopal, 2013) แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจที่หลีกเลี่ยงการลดลงของรายได้สุทธิจากปีก่อน มีผลการดำเนินงานในอนาคตที่ดีกว่าบริษัทที่มีการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจที่แต่ไม่หลีกเลี่ยงการลดลงของรายได้สุทธิจากปีก่อน แสดงให้เห็นว่าการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจมีความสอดคล้องกับความสามารถในการบริหารผลการดำเนินงานของบริษัทในอนาคต สำหรับการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต หมายถึง การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างไม่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรในอนาคตในงานวิจัยนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจ และการจัดการกำไรผ่านรายการคงค้าง กับความสามารถในการทำกำไรในอนาคต โดยใช้ตัวแบบการจัดการกำไรผ่านการใช้ดุลยพินิจในการสร้างรายการทางธุรกิจตาม Robb (1998) และ Roychowdhury (2006) การจัดการกำไรผ่านรายการคงค้างตาม Kasznik (1999) และการวัดความสามารถในการทำกำไรในอนาคตตาม Roychowdhury (2006) ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปผู้วิจัยอาจจะใช้ตัวแบบการวิเคราะห์การจัดการกำไรด้วยวิธีอื่น เนื่องจากแต่ละตัวแบบมีมุมมองและวัตถุประสงค์แตกต่างกันไป

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญชนก สุขสนิท. (2559). ลักษณะของผู้บริหารกับการตกแต่งกำไร. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฑารัตน์ พาลพ่าย. (2558). การตกแต่งกำไรในช่วงการเปลี่ยนแปลงประธานเจ้าหน้าที่บริหาร(CEO) กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรวิทย์ เอื้อทรัพย์สกุล. (2552). ผลกระทบจากการเพิ่มขึ้นของการใช้เงินทุนโดยการก่อหนี้ (Leverage) กับการตกแต่งกำไร กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรจิรา ปัญจะเทวคุปต์. (2549). การตกแต่งบัญชีเพื่อประโยชน์ทางภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านบัญชีรายจ่าย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาภรณ์ แก้วทองค์, พัทธนันท์ เพชรเชิดชู, และศิริเดช คำสุพรหม. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยทุนทางปัญญากับคุณภาพกำไรและมูลค่าตามราคาตลาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยี. วารสารสุทธิปริทัศน์, 32(102), 98-112.
- Alhadab, M., Clacher, I., & Keasey, K. (2015). Real and accrual earnings management and IPO failure risk. *Accounting and Business Research*, 45(1), 55–92. <https://doi.org/10.1080/00014788.2014.969187>
- Bengtsson, K., Bergström, C., & Nilsson, M. (2007). *Earnings Management and CEO Turnovers*. Thesis. Stockholm School of Economics, Sweden
- Beyer, B.D., Nabar, S.M., & Rapley, E.T. (2018). Real Earnings Management by Benchmark-Beating Firms : Implications for Future Profitability. *Accounting Horizons*, 32(4), 59-84.
- Bhojraj, S., Hribar, P., Picconi, M., & McNnis, J. M. (2009). Making Sense of Cents : An Examination of Firms That Marginally Miss or Beat Analyst Forecasts. *The Journal of Finance*, 64(5), 2361-2388.
- Burgstahler, D., & Dichev, I. (1997). Earnings management to avoid earnings decreases and losses. *Journal of Accounting and Economics*, 24(1), 99–126.
- Burgstahler, D., & Eames, M. (2006). Management of earnings and analysts' forecasts to achieve zero and small positive earnings surprises. *Journal of Business Finance and Accounting*, 33(5–6), 633–652.
- Chen, J. Z., Rees, L.L., & Sivaramakrishnan, K. (2015). *Are All Benchmark Beaters Treated the Same? Accrual-Based Versus Real Earnings Management*. Working paper, University of Colorado at Boulder, Texas A&M University, and Rice University.
- Cohen, D., Dey, A., & Lys, T. Z. (2008). Real and accrual-based earnings management in the pre- and post-Sarbanes-Oxley periods. *The Accounting Review*, 83(3), 757–787. <https://doi.org/10.2308/accr.2008.83.3.757>
- Consioni, S., Colauto, R. D., & Lima, G. A. S. F. D. (2017). Voluntary disclosure and earnings management : evidence from the Brazilian capital market. *Revista Contabilidade & Finanças*, 28(74), 249-263.
- Cohen, D. A., & Zarowin, P. (2010). Accrual-based and real earnings management activities around seasoned equity offerings. *Journal of Accounting and Economics*, 50(1), 2-19.

- Dechow, P. M., Kothari, S. P., & Watts, R. L. (1998). The relation between earnings and cash flows. *Journal of Accounting and Economics*, 25(2), 133–168. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(98\)00020-2](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(98)00020-2)
- Dechow, P., & Skinner, D. (2000). Earnings management : Reconciling the views of accounting academics, practitioners, and regulators. *Accounting Horizons*, 14(2), 235–250. <https://doi.org/10.2308/acch.2000.14.2.235>
- Dechow, P. M., & Dichev, I. D. (2002). The Quality of Accruals and Earnings : The Role of Accrual Estimation Errors. *The Accounting Review*, 77, 35-59.
- Demski, J. S. (1998). Performance Measure Manipulation. *Contemporary Accounting Research*, 14, 261-285.
- Demski, J. S. (2004). Endogenous Expectations. *The Accounting Review*, 79, 519-539.
- Dhaliwal, D. S., Gleason, C. A., & Mills, L. F. (2004). Last-chance earnings management : using the tax expense to meet analysts' forecasts. *Contemporary Accounting Research*, 21(2), 431–460.
- Dichev, I. D., Graham, J. R., Harvey, C. R., & Rajgopal, S. (2013). Earnings quality : Evidence from the field. *Journal of Accounting and Economics*, 56(2–3), 1–33. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2013.05.004>
- Erickson, M., & Wang, S. (1999). Earnings management by acquiring firms in stock for stock mergers. *Journal of Accounting and Economics*, 27(2), 149-176.
- Ewert, R., & Wagenhofer, A. (2005). Economic effects of tightening accounting standards to restrict earnings management. *The Accounting Review*, 80(4), 1101-1124. <https://doi.org/10.2308/accr.2005.80>
- Graham, J., Harvey, C., & Rajgopal, S. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40, 3-73.
- Gunny, K. A. (2010). The relation between earnings management using real activities manipulation and future performance : Evidence from meeting earnings benchmarks. *Contemporary Accounting Research*, 27(3), 855-888.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A review of earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13, 365-383.
- Jaggi, B., & Lee, P. (2002). Earnings management response to debt covenant violations and debt restructuring. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 17(4), 295–324.
- Järvinen, T., & Myllymäki, E. R. (2016). Real Earnings Management before and after Reporting SOX 404 Material Weakness, *Accounting Horizons*, 30(1), 119 - 141.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm : Managerial behavior, agency costs, and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Jo, H., & Kim, Y. (2007). Disclosure frequency and earnings management. *Journal of Financial Economics*, 84(2), 561-590.
- Kasznik, R. (1999). On the association between voluntary disclosure and earnings management. *Journal of Accounting Research*, 37, 57–81.

- McNichols, M. (2000). Research design issues in earnings management studies. *Journal of Accounting and Public Policy*, 19, 313–345.
- McNichols, M. (2002). Discussion of the quality of accruals and earnings : The role of accrual estimation errors. *The Accounting Review*, 77, 61–69.
- Robb, S. (1998). The Effect of Analysts' Forecasts on Earnings Management in Financial Institutions, *Journal of Financial Research*, 21(3), 315-331.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
- Scholz, S. (2014). *Financial Restatement Trends in the United States : 2003-2012* : Retrieved March 22, 2019, from <https://www.thecaq.org/wp-content/uploads/2019/03/financial-restatement-trends-in-the-united-states-2003-2012.pdf>
- Zang, A. Y. (2012). Evidence on the trade-off between real activities manipulation and accrual-based earnings management. *The Accounting Review*, 87(2), 675–703.
- Zhao, Y., Chen, K. H., Zhang, Y., & Davis, M. (2012). Takeover protection and managerial myopia : Evidence from real earnings management. *Journal of Accounting and Public Policy* 31 (1), 109–135. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.08.004>

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

Factors influencing decisions making on choosing Chao Phya Abhaibhubejhr hospital

ธนาชาติ เราประเสริฐ* และการันต์ กิจระการ²

Tanachart Raoprasert* and Karun Kidrakarn

Received : July 16, 2020 Revised : August 11, 2020 Accepted : August 18, 2020

บทคัดย่อ

โรงพยาบาลถือเป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้น การตระหนักถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีอยู่จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร รวมถึงพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี จำนวน 651 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์พบว่าผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ บุคลากร กระบวนการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทัศนคติและประสบการณ์ส่งผลบวกต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโรงพยาบาลของรัฐหรือเอกชนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการสถานพยาบาลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ : ส่วนผสมทางการตลาด ปัจจัยทางจิตวิทยา โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร การตัดสินใจ

* อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

* Lecturer, Faculty of Business Administration and Service Industry, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

² อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

Hospital is a service-oriented business, hence; being aware of the needs of existing customers is necessary for improving the service. This paper aims to study the influence of service marketing factors and psychological factors on the decision to use Chao Phraya Abhaibhubejhr Hospital. The paper also seeks to develop and examine the consistency of the structural equation model of service marketing factors and psychological factors in the decision to use Chao Phraya Abhaibhubejhr Hospital with empirical data. Structural equation modeling was applied to analyze a conceptual model with survey data collected from 651 clients of Chao Phraya Abhaibhubejhr Hospital, Prachinburi. The results indicated that product, price, place, people, process, physical evidence, attitude and experience have significant positive impacts on the selection of the Chao Phraya Abhaibhubejhr Hospital. The findings can be exploited for the marketing strategies planning of public or private hospitals, and can be applied to develop and improve the hospitals management to have a greater effectiveness.

Keywords : Marketing Mix, Psychological Factors, Chao Phraya Abhaibhubejhr, Hospital, Decisions Making

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาลมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) ความต้องการใช้บริการทางด้านสุขภาพมีมากขึ้นในลักษณะที่หลากหลายและเฉพาะทางมากขึ้นอันเป็นผลมาจากโรคภัยที่มีการพัฒนามากขึ้น ทศวรรษต่อการรักษาพยาบาลที่เปลี่ยนไปจากอดีต หรือการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ในปัจจุบันโรงพยาบาลมิได้เป็นเพียงสถานที่เพื่อทำการบำบัดรักษาโรคเท่านั้นแต่เป็นการดูแลผู้ป่วยทั้งกายและใจ โดยเฉพาะโรงพยาบาลของรัฐในต่างจังหวัดที่ลดส่วนการดูแลคนไข้อยู่ที่แพทย์ 1 คนต่อผู้ป่วย 2,600 คน พยาบาล 1 คนต่อผู้ป่วย 480 คน ซึ่งต้องดูแลผู้ป่วยมากกว่าแพทย์และพยาบาลในกรุงเทพฯ หลายเท่า (Voice online, 2017) ด้วยภาระการดูแลผู้ป่วยในจำนวนที่มากทำให้โรงพยาบาลของรัฐในต่างจังหวัดอาจมีปัญหาในเรื่องการบริการ เนื่องจากปริมาณจำนวนคนไข้ที่มากนำไปสู่ความไม่พอใจในเรื่องของการให้บริการที่ล่าช้า (Hfocus, 2018) ซึ่งในปัจจุบันโรงพยาบาลจำเป็นต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพในการรักษาและการให้บริการที่ดี (นิยม กริมใจ, 2561) และปฏิเสธไม่ได้ว่าการบริการที่ดีเลิศคือกุญแจสู่ความสำเร็จของโรงพยาบาล (ปัญจพล เหล่าทา และคณะ, 2562) จากที่โรงพยาบาลถือว่าเป็นหนึ่งในงานบริการที่เน้นการให้บริการทางด้านสุขภาพเป็นหลัก งานบริการที่มีประสิทธิภาพของโรงพยาบาลนั้นจะทำให้เกิดความไว้วางใจแก่ผู้มาใช้บริการ (ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราชวัตรศิริ, 2560) และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเป็นตัวบ่งชี้ที่ยอดเยี่ยมของการตัดสินใจใช้บริการ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำ (เบญจมา แฉ่งเวชฉาย, 2559)

โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี ซึ่งเป็นโรงพยาบาลของรัฐที่รู้จักโดยทั่วไปว่ามีชื่อเสียงในด้านการพัฒนาการผลิตยา เครื่องสำอางและอาหารเสริมจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ (Museum Thailand, 2020) และยังเป็นสถาบันทางการแพทย์ที่สำคัญที่ทำการทดลองและค้นพบสมุนไพรพื้นบ้านสามารถยับยั้งเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ต้นเหตุโรคโควิด-19 ได้ (สำนักข่าวไทย, 2563) ด้วยชื่อเสียงของโรงพยาบาลที่มีอยู่ส่งผลให้ในปัจจุบันมีเตียงรับผู้ป่วยจำนวน 486 เตียงและต่อวันมีผู้ป่วยเข้าใช้บริการมากถึง 1,400 รายและมีผู้ป่วยใน 500 กว่าราย (โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร, 2563) ทำให้โรงพยาบาลมีภาระให้บริการผู้ป่วยสูง และแน่นอนว่าโรงพยาบาลจำเป็นต้องตระหนักถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีอยู่เพื่อนำไปปรับปรุง

ประสิทธิภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรีจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารโรงพยาบาลและบุคลากรในการนำไปใช้พัฒนาโรงพยาบาลเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้มากที่สุด

ทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ระบุว่าสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นมูลเหตุเริ่มแรกที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีต้องการสินค้าหรือบริการผ่านทางความรู้สึกนึกคิดของตนเอง (ศิริวรรณ เสงีรัตน์, 2550) โดยสิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นที่ถูกควบคุมโดยนักการตลาดที่มีความเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการจัดเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอก และสิ่งกระตุ้นภายใน หรือปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) ที่เกิดจากตัวของผู้ใช้บริการเองอันประกอบไปด้วยทัศนคติและประสบการณ์

กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือที่เรียกอีกอย่างคือส่วนประสมการตลาดบริการ 7P นั้นเป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจที่นำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการได้ (Kotler and Keller, 2016) อันประกอบไปด้วย (1) สินค้าหรือบริการ (Product/service) (2) ราคาหรือค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ (Price) (3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (5) กระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการ (Process) (6) บุคลากรที่ให้บริการ (People) (7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจบริการ (Shameen & Gupta, 2012) และยังส่งผลถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงพยาบาลที่นำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล (สุรเดช ทองแกมแก้ว และคณะ, 2557; เนตรเพชรรัตน์ ตรีภูมิกุลเนตร, 2560; วรรณญา เขยตุ้ย และคณะ, 2561) และโรงพยาบาลซึ่งถูกจัดเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการโรงพยาบาลได้ (ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2557)

ความรู้สึกนึกคิดทางด้านจิตวิทยาของผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อการคิดประมวลผลในกระบวนการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่หลากหลาย (กุลยา เมืองศรี และณอมพงษ์ พานิช, 2558) โดยปกติกระบวนการตัดสินใจมักจะเริ่มจากการกำหนดปัญหาหรือความต้องการเป็นลำดับแรก จากนั้นจึงทำการศึกษาประเมินข้อมูลทางเลือกที่เป็นไปได้จนก่อให้เกิดการตัดสินใจ และเกิดพฤติกรรมหลังการซื้อหรือใช้บริการในสุดท้าย (Kotler & Keller, 2012) ซึ่งหากเข้าใจในทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจจะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ในการนี้ความรู้สึกนึกคิดทางด้านจิตวิทยาหรือปัจจัยทางจิตวิทยาจะเข้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคอันประกอบไปด้วยทัศนคติ (Attitude) และประสบการณ์ (Experience) (ศิริชัย บุคตีสี่, 2553) โดยหากผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการใด สินค้าหรือบริการนั้นมักจะถูกเลือกซื้อ และในทางตรงข้ามหากผู้บริโภคมีทัศนคติทางลบต่อสินค้าหรือบริการใด สินค้าหรือบริการนั้นจะไม่ถูกเลือก (วิภาวรรณ มโนปาริโมทย์, 2556) ส่วนประสบการณ์นั้นเกิดมาจากการเรียนรู้ (Learning) ต่อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคที่สะสมไว้ ซึ่งในที่สุดจะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (ก่อฤกษ์ ละอองกุล, 2559) โดยจากที่ได้กล่าวมานั้น สามารถสรุปได้ว่าทัศนคติและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Aims)

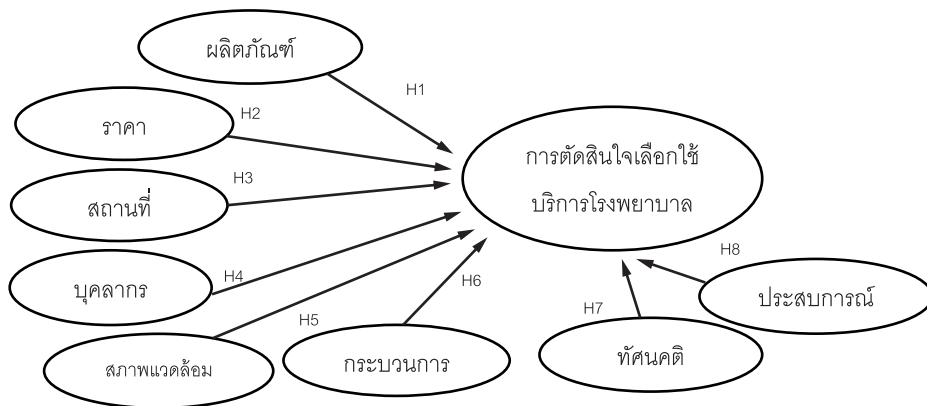
จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดบริการ และปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร (2) พัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับข้อมูลเชิงประจักษ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษานี้ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ และพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยนำแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาใช้เพียง 6 ประเภทย่อย (การรักษายาและเวชภัณฑ์) ราคา (ค่าใช้จ่ายในการรักษา) สถานที่ (ทำเลที่ตั้งของโรงพยาบาล) บุคลากร (แพทย์และพยาบาล) สภาพแวดล้อม (ความสะอาดและสภาพภายในโรงพยาบาล) และกระบวนการ (ขั้นตอนการรักษา) โดยยกเว้นการส่งเสริมการขาย เนื่องจากโรงพยาบาลได้มีการดำเนินการส่งเสริมการขาย และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตวิทยาประกอบไปด้วย ทศนคติ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ โดยสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพต่อไปนี้

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดงานวิจัยปัจจัยทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร



สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

- H1 : ผลิตภัณฑ์ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H2 : ราคาค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H3 : สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H4 : บุคลากรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H5 : สภาพแวดล้อมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H6 : กระบวนการให้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H7 : ทศนคติมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน
- H8 : ประสบการณ์มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน

วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเริ่มจากการศึกษาวิจัยสืบค้นข้อมูล (Exploratory Research) งานวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 651 ชุด โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากกลุ่มประชากร คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี โดยได้ได้รับความอนุเคราะห์จากโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรในการเก็บและเผยแพร่ข้อมูล ในการนี้ได้ทำการเก็บแบบสอบถามในขั้นต้นในช่วงระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 จำนวนทั้งหมด 700 ชุด และได้คัดกรองแบบสอบถามที่มีปัญหาออกจนเหลือแบบสอบถามที่ใช้การได้ทั้งหมด 651 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93 ของแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้ทำการเก็บ ซึ่งเพียงพอต่อการดำเนินการทางสถิติด้วยวิธีสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM) ตามที่ Kline (2011) กล่าวว่า จำนวนแบบสอบถามควรมีจำนวน 5 ถึง 10 แบบสอบถามต่อ 1 ตัวแปรแฝง หรือที่ Hair และ คณະ (2018) ได้ระบุไว้ว่า กลุ่มตัวอย่างควรมีมากกว่า 100 ชุด หรือ 10 ชุดต่อ 1 ตัวแปรแฝง งานวิจัยนี้มีตัวแปรแฝงได้ทั้งสิ้น 35 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อยเท่ากับ $35 \times 10 = 350$ ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและกระบวนการวิเคราะห์ (Research Tool and Process)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้คือแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 35 คำถามประกอบไปด้วย คำถามด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 4 ข้อ ราคาจำนวน 4 ข้อ สถานที่จำนวน 4 ข้อ บุคลากรจำนวน 4 ข้อ สภาพแวดล้อมของโรงพยาบาลจำนวน 4 ข้อ กระบวนการดำเนินการของโรงพยาบาลจำนวน 4 ข้อ ประสิทธิภาพจำนวน 3 ข้อ ทัศนคติจำนวน 3 ข้อ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 5 ข้อ โดยในทุกข้อคำถามใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ โดย 1 แสดงถึงไม่เห็นด้วยมากที่สุด และ 5 แสดงถึงเห็นด้วยมากที่สุด

การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามใช้วิธีการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการหาค่าความเที่ยงตรงใช้เทคนิค Index of item objective congruence (IOC) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่านให้ค่า IOC มากกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถามแสดงว่าคำถามมีความสอดคล้องกับหัวข้อ (ภทราพร เกษสังข์, 2559) และใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) และความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) สำหรับการหาความเชื่อมั่นใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach 's alpha coefficient) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ผลการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

Variables	ผลิตภัณฑ์	ราคา	สถานที่	บุคลากร	สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	กระบวนการ	ประสิทธิภาพ	ทัศนคติ	การตัดสินใจเลือกใช้
Cronbach's alpha	0.804	0.864	0.819	0.814	0.853	0.802	0.872	0.883	0.820
Factor Loadings	0.60-0.82	0.68-0.83	0.62-0.81	0.66-0.80	0.63-0.82	0.66-0.75	0.81-0.86	0.77-0.92	0.59-0.80

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่าค่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของตัวแปรทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.8 ในส่วนของการวิเคราะห์หาค่าประจักษ์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า ค่าองค์ประกอบมาตรฐาน (Standard factor loading) ของแต่ละตัวแปรสังเกตได้มีค่ามากกว่า 0.5 ซึ่งแสดงถึงความเที่ยงตรงเชิงจำแนกและความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Hair et al., 2018)

หลังจากการทดสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรม AMOS การวิเคราะห์ด้วยแบบปัจจัยเชิงประกอบ (Composite factor model) ได้ถูกใช้ในงานวิจัยนี้เพื่อลดความซับซ้อนของโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling หรือ SEM) (Hair et al., 2018) เทคนิคนี้ทำให้สมการโครงสร้างไม่ถูกรบกวนด้วยจำนวนตัวแปรที่แตกต่างกันในแต่ละปัจจัยเชิงประกอบโดยใช้สูตรที่ประยุกต์มาจาก Turner (2007) :

$$\text{Composite} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

x_i คือค่า item score และ f_i คือค่า factor loading

Hair และคณะ (2018) ได้แนะนำไว้ว่า ควรมีการรายงานการวัดค่าภาวะสาธูปสนธิ (Goodness of fit) เพื่อให้ภาพรวมของแบบจำลองที่ดีที่สุด ซึ่งการทดสอบภาวะสาธูปสนธิ (Test of goodness of fit) ในงานวิจัยนี้ได้นำมาตรวจการวัดและแนวทางปฏิบัติมาจากการทบทวนวรรณกรรมดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 เกณฑ์ภาวะสาธูปสนธิ (Goodness of fit indices)

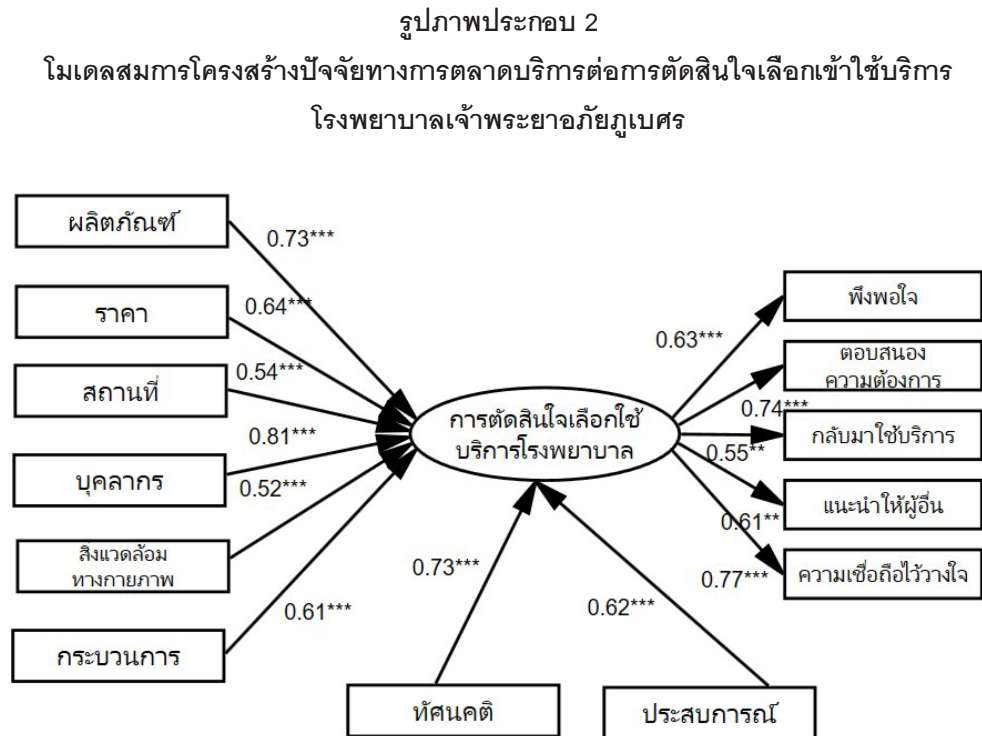
Items	Criteria
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	<0.08, preferably under 0.05 (Browne and Mels, 1990)
Tucker-Lewis Index (TLI)	The closer to 1.0, the better. Recommended is higher than 0.90 (Bentler, 1992)
Comparative Fit Index (CFI)	The closer to 1.0, the better. Recommended is higher than 0.90. Values close to 1.0 indicate perfect fit (Hu & Bentler, 1999)
Parsimonious fit measures (model parsimony) Normed Chi-square (CMIN/df)	Recommended level : lower limit 1.0, upper limit 3.0 or as high as 5.0 ($1.0 < \chi^2/df < 5.0$) (Hair et al., 2018)
Normed Fit Index (NFI)	The closer to 1.0, the better. Recommended is higher than 0.90 (Kline, 2011)
p-value	p-value greater than 0.05 (Fatima & Razzaque, 2014)

สมการโครงสร้างและผลการวิเคราะห์/ Structural Equations and Results

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่มารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 63.50 มีอายุระหว่าง 50-54 ปีร้อยละ 38.40 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 77.25 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 41.60 มีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าร้อยละ 50.39 ที่รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 56.20 มารับบริการที่โรงพยาบาลฯ มากกว่าครั้งที่ 3 ร้อยละ 40.93 เป็นผู้ป่วยนอกร้อยละ 90.50และส่วนใหญ่

ใช้สถิติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติร้อยละ 76.25

ผลการทดสอบภาวะสารถรูปสมมติของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับข้อมูลเชิงประจักษ์ถูกแสดงที่ภาพที่ 2 แสดงถึงระดับความพอดีที่ยอมรับได้ของโมเดล SEM ที่ได้ผ่านเกณฑ์ทั้งหมดที่ถูกต้องแสดงในตาราง 2



RMSEA =0.041, TLI =0.931, CFI =0.940, CMIN/df =1.428, NFI =0.830, p-value=0.071

หลังจากได้ทดสอบภาวะสารถรูปสมมติของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรแล้ว กระบวนการต่อไปนี้ คือ การใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficients) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยดังแสดงในรูปภาพประกอบ 2

ในรูปภาพประกอบ 2 แสดงถึงผลสถิติการวิเคราะห์เส้นทางที่ให้ผลยอมรับในทุกสมมติฐานของงานวิจัยในการทดสอบสมมติฐานแรกพบว่าผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.73 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่สองพบว่าราคาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.64 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่สามพบว่าสถานที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.54 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่สี่พบว่า บุคลากรของโรงพยาบาลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.81 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่ห้าพบว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.52 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่หกพบว่ากระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.61 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ สมมติฐานที่เจ็ดพบว่าทัศนคติของผู้มาใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทางที่ 0.73 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ และสมมติฐานที่แปดพบว่าประสบการณ์ของผู้มาใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่ 0.62 ที่ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$ ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระหว่าง 0.55-0.77 ผลสรุปทางสถิติของการทดสอบสมมติฐานสำหรับ H1-H8 สรุปได้ในตาราง 3

ตาราง 3 สัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path coefficients)

	Coefficients	Estimate	S.E.	C.R.	p
H1 : ผลัดกันท์ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.73	0.728	0.094	1.639	***
H2 : ราคา → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.64	0.635	0.024	1.432	***
H3 : สถานที่ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.54	0.541	0.024	0.548	***
H4 : บุคลากร → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.81	0.813	0.132	1.746	***
H5 : สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.52	0.522	0.047	0.945	***
H6 : กระบวนการ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.61	0.611	0.037	0.446	***
H7 : ทัศนคติ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.73	0.732	0.142	1.124	***
H8 : ประสบการณ์ → การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล	0.62	0.621	0.048	0.845	***

*** significant at the 0.01 level

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion and Conclusions)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรซึ่งปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาล (ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลศิริ ราชวรศิริ, 2560; ปัญจพล เหล่าทา และคณะ, 2562) จากผลการศึกษาพบว่าบุคลากร ผลัดกันท์ ทัศนคติ ราคา ประสบการณ์ กระบวนการ สถานที่ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.81, 0.73, 0.64, 0.62, 0.61, 0.54 และ 0.52 ตามลำดับซึ่งสนับสนุนสมมติฐานทุกข้อ

โดยจากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ผลัดกันท์ของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชนพบว่าการรักษา ยาและเวชภัณฑ์ของโรงพยาบาลนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับที่สอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครและพบว่าปัจจัยด้านผลัดกันท์อันประกอบไปด้วยการรักษาและการบริการทางการแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญ

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ราคาการรักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าราคาหรือค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับที่สี่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรัญญา เขยตุ้ย และคณะ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งการศึกษานี้พบว่าปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคามีผลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้มารับบริการอย่างมีนัยสำคัญ

ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 สถานที่ตั้งของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าสถานที่ตั้งหรือทำเลที่ตั้งของโรงพยาบาลนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับที่เจ็ด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุญรักษา กายาผาด (2546) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการโรงพยาบาลไทยนครินทร์ กรุงเทพมหานคร และพบว่าปัจจัยด้านความสะดวกของการเดินทางและความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งมีผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 บุคลากรของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าบุคลากรของโรงพยาบาลอันประกอบไปด้วยแพทย์และพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิริชัย บุคดีสี (2553) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว และพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรที่ให้บริการมีผลต่อการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 สภาพแวดล้อมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าสภาพแวดล้อมของโรงพยาบาลอันประกอบไปด้วย ความสะดวกและสภาพภายในโรงพยาบาลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับสุดท้าย โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จตุรภัทร วงศ์ศิริสถาพร (2561) ที่ได้ทำการศึกษาผลกระทบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพ ในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีต่อความภาคภูมิใจของลูกค้า การศึกษาวิจัยนี้พบว่าปัจจัยด้านกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 6 กระบวนการให้บริการของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่ากระบวนการหรือขั้นตอนการรักษาของโรงพยาบาลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับที่หก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เนตรเพชรธรรม์ ตระกูลบุญเนตร (2560) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โดยพบว่าปัจจัยด้านขั้นตอนการให้ความสะดวกในการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างมีนัยสำคัญ

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 ทักษะฝีมืออิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าทักษะฝีมือของผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเป็นอันดับที่สาม ซึ่งผลการทดสอบนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปารมี พัฒนกุล และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2559) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

ในการทดสอบสมมติฐานข้อสุดท้าย ประสิทธิภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของประชาชน พบว่าประสิทธิภาพของผู้รับบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลในลำดับที่ห้า สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ (2560) ที่ทำการศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และพบว่าปัจจัยด้านประสิทธิภาพมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์อย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีมาก มีค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดดังที่แสดงในตารางที่ 2 ประกอบไปด้วย ค่า Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.041 ที่มีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่า Tucker-Lewis Index (TLI) = 0.931 ค่า Comparative Fit Index (CFI) = 0.940, และ Normed Fit Index (NFI) = 0.830 ซึ่งทั้งสามค่าควรจะสูงกว่า 0.90 แต่ไม่ควรเกิน 1 ค่า Parsimonious fit measures (model parsimony) Normed Chi-square (CMIN/df) = 1.428 ที่ควรมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่า 5 และสุดท้ายค่า p-value = 0.071 ที่มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นได้ว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ประโยชน์จากการศึกษา (Benefits)

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ด้านการบูรณาการทางทฤษฎีเพื่อสร้างโมเดลสมการโครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับบริการ โดยผู้ใช้บริการโรงพยาบาลตระหนักถึงปัจจัยทางการตลาดบริการโดยเฉพาะปัจจัยทางด้านบุคคลากรเป็นลำดับแรก และคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นลำดับสุดท้ายในการตัดสินใจ ซึ่งงานวิจัยนี้จะเป็นอีกหนึ่งองค์ความรู้ในวรรณกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดบริการและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ผู้บริหารโรงพยาบาลของรัฐหรือเอกชนสามารถนำไปให้พัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการสถานพยาบาลของตนเองให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้

ข้อจำกัดการวิจัยและข้อเสนอแนะ (Limitations and Suggestions)

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการโดยประการแรก การวิเคราะห์ตัวแบบปัจจัยเชิงประกอบที่ถูกใช้ในงานวิจัยนี้เพื่อลดความซับซ้อนของโมเดลสมการโครงสร้างทำให้รายละเอียดบางอย่างของตัวแปรภายนอกอาจหายไปเนื่องจากเทคนิคนี้คำนวณตัวแปรที่สังเกตได้ทั้งหมดให้กลายเป็นตัวแปรเดียว ประการที่สองการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามไม่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกและเหตุผลในการตัดสินใจเลือกปัจจัยทางการตลาดบริการและปัจจัยทางจิตวิทยา ประการที่สามแบบสอบถามในงานวิจัยนี้มี 49 ชุดจาก 700 ชุดที่ใช้การมีได้เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่มีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่าทำให้เข้าใจในข้อคำถามหากมิได้มีการอธิบาย ณ ขณะทำการเก็บแบบสอบถาม และประการสุดท้ายงานวิจัยนี้ได้้นำปัจจัยทางการตลาดบริการมาทำการวิจัยครบทุกปัจจัยเนื่องด้วยงานวิจัยนี้ทำการศึกษาในบริบทของโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งทางโรงพยาบาลให้ข้อมูลว่าได้ดำเนินการในเรื่องการส่งเสริมทางการตลาด ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตอาจนำตัวแปรนี้มาทำการทดสอบเพื่อพิสูจน์ความแตกต่างของปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานบริการพยาบาล บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือนมีนาคม 2562. สืบค้น เมื่อ 19 เมษายน 2563, จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statusic/2562/T26/T26_201903.pdf
- ก่อฤกษ์ ละอองกุล. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหู่ฟ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลยา เมืองศรี, และ ถนอมพงษ์ พานิช. (2558). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเสื้อคู่รักในตลาดออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 1(1), 43-56.
- จตุรภัทร วงศ์สิริสภาพร. (2561). ผลกระทบคุณภาพการให้บริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพ ในภาคเหนือของประเทศไทยที่มีต่อความภักดีของลูกค้า : ตัวแปรกลางความพึงพอใจของลูกค้า. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 12(2), 644-662.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา. (2557). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ (Service Marketing Concepts and Strategies) (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิยม กริมใจ. (2561). การเปรียบเทียบปัจจัยการเลือกรับบริการโรงพยาบาลของรัฐและโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 23(2), 34-45.
- เนตรเพชรรัตน์ ตรีบุญญเนตร. (2560). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลนฤดิสมเด็จย่า. วารสารพยาบาลตำรวจ, 9(2), 64-74.
- บุญรักษา กายาผาด. (2546). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลไทยนครินทร์ เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เบญจภา แฉ่งเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปัญจพล เหล่าทา, จัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร, และเสาวภา มีถาวรกุล. (2562). ส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนของผู้ป่วยใน ในจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 9(1), 9-17.
- ปารมี พัฒนดุล, และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. Veridian E-Journal, Silpakorn University, 9(2), 857-872.
- ภัทรพร เกษสังข์. (2559). การวิจัยปฏิบัติการ Action Research. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร. (2563). ประวัติองค์กร. ค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก <https://www.cpa.go.th/>
- วรัญญา เขยตุ้ย, ชัญญานุช ทิวะสิงห์, และวลัยพร ราชคมน์. (2561). ความคาดหวังและความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของผู้มารับบริการ โรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2R e-Journal, 5(1), 101-119.
- วิภาวรรณ มโนปวิทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริชัย บุตติสี. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุภชาติ เขี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราชบุรีศิริ. (2560). ปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(3), 413-429.
- สำนักข่าวไทย. (2563). *อภัยภูเบศรปลื้มผลวิจัย “ฟ้าทะลายโจร” ยับยั้งเชื้อโควิด-19*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2563, จาก <https://www.mcot.net/viewtna/5e9d3ff6e3f8e40af443baf4>
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรเดช ทองแกมแก้ว, อนิวัช แก้วจำนงค์, และวราณา สุวรรณวิจิตร. (2557). *พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล กรุงเทพมหานคร ใหญ่ จังหวัดสงขลา* วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- Bentler, P. (1992). On the fit of models to covariance and methodology to the Bulletin. *Psychological Bulletin*, 112(3), 400-404.
- Browne, M. W., & Mels, G. (1990). *RAMONA user's guide*. Ohio : Department of Psychology, Ohio State University.
- Fatima, J. K., & Razzaque, M. A. (2014). Service quality and satisfaction in the banking sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 31(4), 367-379.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2018). *Multivariate data analysis* (8th ed.). London, UK : Cengage Learning EMEA.
- Hfocus. (2018). *แนะแก้ปัญหา รพ.แออัด ต้องเร่งสร้างความเชื่อมั่น ‘รพ.ชุมชน’*. ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2563, จาก <https://www.hfocus.org/content/2018/07/16003>
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis : Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York : The Guilford Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Indiana : Courier Kendallville.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. (6th ed.). Boston : Pearson Education.
- Museum Thailand. (2020). *ตำนานอภัยภูเบศร เล่าขานตำนานแพทย์แผนไทยอภัยภูเบศร*. ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2563, จาก <https://www.museumthailand.com/th/3294/storytelling/>
- Shameen, B., & Gupta, S. (2012). Marketing strategies in life insurance. *International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*, 1(11) 98-123.
- Turner, R. L. (2007). *The development of a two-stage regression model describing the IS graduate*. Doctoral thesis, Monash University, Melbourne.
- Voice online. (2017). *คุยกับหมอโรงพยาบาลรัฐ ทำไมยังอยู่ในระบบกับอาชีพที่ทำเงินได้ในเอกชน*. ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2563, จาก <https://www.voicetv.co.th/read/494248>

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร :
การศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย
Strategic Innovation Capability Influencing on Organizational Sustainability :
An Empirical Study of Automobile Businesses in Thailand

กานต์ธีรา พละบุตร

Kantheera Palabud

Received : July 23, 2020 Revised : August 20, 2020 Accepted : September 10, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งเป็นการศึกษาเชิงประจักษ์ของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนขององค์กร โดยจะใช้การวิเคราะห์ถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS Regression) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและใช้ข้อมูลจากธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย จำนวน 91 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง 5 มิติของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ส่งผลกระทบบางอย่างต่อการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย ทั้งสิ้น และที่ส่งผลกระทบเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุดคือ การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก และการส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด รองลงมาคือ ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต การส่งเสริมแนวคิดใหม่ และการยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง นอกจากนี้ยังพบว่า การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ ส่งผลกระทบบางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนขององค์กร

คำสำคัญ : ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กร

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

* Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Management Science, Rajabhat University

Abstract

The purpose of this study was to examine strategic innovation capability influencing on organizational sustainability : and empirical study of automobile businesses in Thailand through the consequential factors, namely, new product establishment, stakeholder involvement exaltation and business operation excellence in order to achieve organizational sustainability. OLS regression analysis is use to analyze the relationships among these variables by using data from 91 automobile businesses in Thailand. The result indicated that 5 dimensions of strategic innovation capability have a positive impact on the performance of all automobile businesses in Thailand and that have the most significant positive impact is the proactive activity support and market driving encouragement, followed by the dynamic adaptation commitment, new idea enhancement and risk-taking circumstance acceptance. In addition, the results found that new product establishment, stakeholder involvement exaltation and business operation excellence have the significant positive impact on organizational sustainability.

Keywords : Strategic Innovation Capability, New Product Establishment, Stakeholder Involvement Exaltation, Business Operation Excellence and Organizational Sustainability

1. บทนำ

ในปัจจุบันนี้มีการเปิดการค้าแบบเสรีมากขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่รุนแรงมากขึ้น องค์กรธุรกิจทุกวันนี้ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เป็นแบบพลวัตไม่หยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดและ การประสบความสำเร็จในธุรกิจ องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม แหล่งที่มาของแรงกดดันเหล่านี้ คือ การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีใหม่ และความหลากหลาย ในความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจะต้องมีความสามารถในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอก ในการพยายามตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กรธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาและ ปรับปรุงความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กร ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตได้อธิบายความสามารถขององค์กรใน การสร้างและกำหนดค่าใหม่ บุคลากรทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้กับองค์กร (Teece, Pisano & Shuen, 1997) องค์กรธุรกิจจะต้องจัดการกับความสามารถเหล่านี้ โดยเฉพาะความสามารถ ด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน เนื่องจากแนวคิดของความสามารถ ด้านนวัตกรรมได้เปลี่ยนบทบาทจากเดิมเป็นบทบาทเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจะเป็นกุญแจสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งเสริม ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ ในปัจจุบันรถยนต์ได้เข้ามามีบทบาทมากกว่าการดำเนินธุรกิจ เนื่องจาก การที่สังคมยุคปัจจุบันมีแต่ความเร่งรีบและมีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูงขึ้น ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจที่กำลังดำเนินการอยู่นั้น ได้รับความสะดวกและสามารถดำรงอยู่ได้ จึงจำเป็นต้องใช้รถยนต์ในการประกอบธุรกิจ นายสุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์ รองประธานและโฆษกกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ส.อ.ท.) เปิดเผยจำนวน การผลิต ยอดขายภายในประเทศ และการส่งออกรถยนต์ของไทยในเดือน มิถุนายน 2562 พบว่า การผลิตรถยนต์ทั้งสิ้นในเดือน มิถุนายน 2562 จำนวน 172,878 คัน ลดลงจากเดือนมิถุนายน 2561 ร้อยละ 8.52 และลดลงจากเดือน พฤษภาคม 2562 ร้อยละ 4.66 จากการผลิตรถยนต์นี้และรถกระบะเพื่อส่งออกลดจรร้อยละ 10.57 และ 12.49 ตามลำดับ และผลิต

รถยนต์นั่งและรถกระบะเพื่อจำหน่ายในประเทศลดลงร้อยละ 7.70 และ 2.33 ตามลำดับ (The Federation of Thai Industries, 2019)

จะเห็นได้ว่าการผลิตและการส่งออกรถยนต์มีแนวโน้มที่จะลดลง ดังนั้น อุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทย จึงควรที่จะเพิ่มในด้านการดำเนินการเชิงนวัตกรรม สร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ทางด้านยานยนต์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่เคยหยุดนิ่ง ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้มีค่ายรถยนต์หลายค่ายที่ได้นำนวัตกรรมรถยนต์ในอนาคต มาใช้ในการผลิตรถยนต์ออกสู่ตลาด เช่น BMW หวังสร้างรถยนต์อนาคตในเร็ว ๆ นี้ โดย BMW ได้ออกแบบรถยนต์ ที่เต็มไปด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเรื่องโครงสร้างรถที่มีความแข็งแรงทนทาน ระบบภายใน ถูกออกแบบมาแบบยุคสมัยที่ล้ำสมัยในลักษณะการสั่งงานด้วยเสียง หรือระบบสัมผัสในตัว สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบ ได้เองตามต้องการ และได้มีการทดลองศึกษาวิธีการลดพลังงานน้ำมันให้รถยนต์ประหยัดน้ำมันมากที่สุด และไม่ใช้น้ำมันอีกเลยในอนาคต เมื่อต้นปี 2016 BMW ได้ออกมาแถลงข่าวว่าจะเป็นผู้สร้างรถแห่งยุคล้ำสมัยเป็นเจ้าแรก รถคันนี้ ถูกออกแบบมาเพื่อลดพลังงานธรรมชาติ เช่นการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ และใช้น้ำแทนน้ำมัน บอดี้ของตัวรถใช้ไฟเบอร์ ทำอย่างดี มีความทนทานกว่าเหล็ก และมีความเบาว่าเหล็ก และจุดเด่นสำคัญ รถคันนี้จะใช้คอมพิวเตอร์เป็นผู้สั่งการ ทั้งหมดแม้กระทั่งคนขับ เราจะไม่ใช้นุ้มนุษย์ขับอีกต่อไป พิเศษกว่านั้นคือ สามารถวิ่งบนน้ำได้แทนเรือได้อีกด้วย (The Federation of Thai Industries, 2019)

จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า “นวัตกรรม” เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการพัฒนาสินค้าให้ตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่มีวันหยุดนิ่ง รวมทั้งสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนอีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) ชี้ให้เห็นว่า องค์กรจะต้องบูรณาการทั้งด้านคุณค่าใหม่ ๆ การปรับรื้อระบบใหม่ ๆ การสร้างสรรค์และพัฒนาทรัพยากรและความ สามารถในการตอบสนองต่อการตลาดเชิงพลวัต เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน อีกทั้งจะต้องมีการ บูรณาการทักษะและความสามารถในการด้านต่าง ๆ เพื่อกำหนดค่าใหม่ในการดำเนินธุรกิจ สร้างประสบการณ์ใหม่ในการ ดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ ยังได้อธิบายว่า องค์กรที่มีประสิทธิภาพมาจากการจัดวางตำแหน่งที่เหมาะสม การออกแบบ โครงสร้างองค์กรทั้งภายในและภายนอกเป็นไปตามบริบทสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน และสามารถเปลี่ยนแปลงตาม สถานการณ์ได้ตลอดเวลา (Eisenhardt & Martin, 2000) กล่าวโดยสรุปคือ ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับ ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ดังนั้น ทฤษฎีความสามารถ เชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) ในงานวิจัยนี้จึงใช้เพื่ออธิบายความสามารถในการสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม เชิงกลยุทธ์และผลการดำเนินงานที่ตามมา นอกจากนี้ ยังได้อธิบายถึงความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงกล ยุทธ์ และความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์กับตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงได้ ศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product Establishment) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Involvement Exaltation) ความเป็นเลิศในกระบวนการ ทางธุรกิจ (Business Operation Excellence) และ ความยั่งยืนขององค์กร (Organizational Sustainability)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร โดยแบ่งเป็น 5 มิติ คือ 1) การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (New Idea Enhancement) 2) การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (Proactive Activity Support) 3) การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (Market Driving Encouragement) 4) การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง (Risk-taking Circumstance Acceptance) และ 5) ความยึดมั่นใน การปรับตัวอย่างเป็นพลวัต (Dynamic Adaptation Commitment) โดยจะทำการศึกษาเชิงประจักษ์จากธุรกิจรถยนต์ใน ประเทศไทย โดยทำการศึกษาจากอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ในประเทศไทยจำนวน 91 แห่ง (Thailand Automotive Institute, 2019) โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อ

การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กร 2) เพื่อศึกษาการก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร 3) เพื่อศึกษาการยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร และ 4) เพื่อศึกษาความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

1. ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Innovation Capability)

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การผสมผสานระหว่างความสามารถและกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ โดยความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ถูกกำหนดให้เป็นระดับขององค์กรในการสร้างสรรค์ที่มีความสามารถในการกำหนดธุรกิจใหม่ ระบุกลยุทธ์ทางธุรกิจใหม่ ๆ ระบุความสามารถหลัก เพื่อให้สามารถใช้งานกลยุทธ์ใหม่ได้ เพื่อสร้างกลุ่มตลาดใหม่และเพื่อระบุและใช้ทักษะพื้นฐานที่จำเป็นในการสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ (Wang & Dass, 2017) การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะพยายามเชื่อมโยงความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กร ดังรูปภาพประกอบ 1

1.1 การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (New Idea Enhancement : NIE) แนวคิดใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของนวัตกรรม การสร้างแนวคิดใหม่เป็นมิติของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่เป็นความสามารถในการรับรู้และกำหนดรูปแบบ โอกาส และภัยคุกคาม สามารถเกิดขึ้นได้หลายวิธีจนกลายเป็นกระบวนการปฏิบัติงานใหม่ การพัฒนาความรู้และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Liu et al., 2017) การปรับปรุงแนวคิดใหม่เป็นแหล่งสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรม เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มเติมรายได้ของบริษัท รวมถึงการสร้างศักยภาพที่ทำให้บริษัทอยู่รอดและยั่งยืน ดังนั้น บริษัทที่มีการส่งเสริมแนวคิดใหม่ จะทำให้เกิดความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ได้มากขึ้น สร้างความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจ มีการยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย และเกิดความยั่งยืนขององค์กร (Sariol & Abebe, 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนสมมติฐานที่ 1a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : การส่งเสริมแนวคิดใหม่ส่งผลเชิงบวกต่อ a) การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ b)การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย c) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และ d) ความยั่งยืนขององค์กร

1.2 การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (Proactive Activity Support : PAS) องค์กรที่มีกิจกรรมเชิงรุกจะแสวงหาโอกาส มองการณ์ไกล และเป็นความริเริ่มครั้งแรกที่ดำเนินการขององค์กร กิจกรรมเชิงรุกจะเกี่ยวข้องกับการแนะนำผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ que ดำเนินการในตลาด ทำหน้าที่ในการคาดการณ์ความต้องการในอนาคตโดยการทดสอบกับการเปลี่ยนแปลงและการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่ได้รับ กิจกรรมเชิงรุกเน้นการกำหนดนวัตกรรมที่ลูกค้ายังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการ เป็นกิจกรรมและหน้าที่ของบริษัทที่จะเพิ่มการวางตำแหน่งในการแข่งขันและความสามารถในการดำเนินงานของบริษัทอย่างจริงจัง (Palabud, 2019) กิจกรรมเชิงรุกของบริษัทสามารถถูกมองได้ว่าเป็นการกระทำที่สนับสนุนต่อสถานการณ์ในอนาคต การคาดการณ์ความคาดหวังของลูกค้า สภาวะตลาดที่มีศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่กำลังจะมารวมกับทรัพยากร การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงนวัตกรรมเพื่อประโยชน์ในการแข่งขันของบริษัท การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุกจะสร้างความยั่งยืนให้กับบริษัท รวมถึงการกำหนดบทบาทของ

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของนวัตกรรม นอกจากนี้กิจกรรมเชิงรุกยังช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้า เพิ่มส่วนแบ่งตลาด สร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสีย และสร้างความสามารถด้านนวัตกรรมและประสิทธิภาพของกระบวนการทางธุรกิจ (Braganza et al., 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 2a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุกส่งผลเชิงบวกต่อ a) การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่

b) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย c) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และ d) ความยั่งยืนขององค์กร

1.3 การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (Market Driving Encouragement : MDE) การส่งเสริม

การขับเคลื่อนทางการตลาด เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จของบริษัท ในการสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าและคู่แข่ง เพื่อเพิ่มตำแหน่งการแข่งขันที่มั่นคง องค์กรที่มีการขับเคลื่อนทางการตลาดจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เกิดการปรับโครงสร้างของตลาด และใช้ประโยชน์จากจุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อเป็นผู้นำตลาด การขับเคลื่อนทางการตลาดเป็นการพยายามที่จะกำหนดรูปแบบวิวัฒนาการของตลาดที่สามารถประสบความสำเร็จ โดยการเพิ่มมูลค่าของลูกค้าด้วยนวัตกรรมและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยให้องค์กรได้ประโยชน์จากโอกาสที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ ซึ่งการขับเคลื่อนทางการตลาดจะทำให้ประสบความสำเร็จในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นำไปสู่ความเป็นเลิศในการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสร้างความยั่งยืนให้องค์กร (Tang, Fu & Xie, 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 3a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อ a) การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่

b) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย c) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และ d) ความยั่งยืนขององค์กร

1.4 การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง (Risk-taking Circumstance Acceptance : RCA)

ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงและประสิทธิภาพของนวัตกรรม คือการรับความเสี่ยงที่จะมีค่าและจำเป็นต่อนวัตกรรม และความสำเร็จขององค์กร การยอมรับความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การเคลื่อนไหวเชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่ทำให้เกิดผลตอบแทนที่แตกต่างกันไป และนั่นอาจส่งผลทั้งดีและไม่ดีให้องค์กร การรับความเสี่ยงในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการอธิบายนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความแตกต่างในการกำหนดความสามารถของบริษัทในการคิดค้นสิ่งใหม่ เป็นทัศนคติด้านการจัดการอันดับต้น ๆ เพื่อที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีแนวโน้มที่จะทำให้กระบวนการในการดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Garcia-Granero et al., 2014) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นนำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานที่ 4a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 : การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง ส่งผลเชิงบวกต่อ a) การก่อให้เกิด

ผลิตภัณฑ์ใหม่ b) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย c) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และ d) ความยั่งยืนขององค์กร

1.5 ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต (Dynamic Adaptation Commitment : DAC)

การปรับตัวอย่างเป็นพลวัตจะอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย การเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม การแข่งขัน และวิวัฒนาการร่วม จะเกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากร การกำหนดค่าทรัพยากรใหม่ และการรวมกลุ่ม ดังนั้น การปรับตัวอย่างเป็นพลวัตจึงหมายถึง การวางแผนทางขององค์กรในกระบวนการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอน และการรักษาผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีประสิทธิภาพ (Dixon, Meyer & Day, 2014) นวัตกรรมถือเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญที่อาจช่วยให้บริษัทปรับตัวเข้ากับบริบททั้งภายในและภายนอก การมุ่งมั่นที่จะปรับตัวแบบพลวัตของบริษัทจะช่วยลดการสูญเสีย การซ่อมบำรุง หรือปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงยังส่งผลเชิงบวกต่อผู้มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์ระยะยาวทางธุรกิจ เป็นผลมาจากการปรับตัวแบบพลวัต (Chen et al., 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนาระบบนิเวศที่ 5a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 : ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัตส่งผลเชิงบวกต่อ a) การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ b) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย c) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และ d) ความยั่งยืนขององค์กร

2. การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Establishment : NPE)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ถือเป็นวิธีการที่สำคัญสำหรับองค์กรสมัยใหม่ในการบรรลุความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพทางธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นกระบวนการของการกำหนดและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และผลลัพธ์ของกระบวนการเฉพาะเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย สิ่งใหม่สู่โลก สายผลิตภัณฑ์ใหม่ การเพิ่มไปยังสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ การปรับปรุงและการแก้ไขผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ การจัดตำแหน่งและการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถช่วยให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่สมบูรณ์แบบใหม่ เพื่อสร้างความสามารถใหม่ และพัฒนาทางเลือกเชิงกลยุทธ์ สร้างความได้เปรียบในตำแหน่งทางการตลาดและมีประสิทธิภาพทางธุรกิจ และเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะวัดจากประสิทธิภาพของระดับตลาด ประสิทธิภาพทางการเงิน การยอมรับของลูกค้า ประสิทธิภาพระดับผลิตภัณฑ์และเวลา (Jean, Kim & Bello, 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นนำไปสู่การพัฒนาระบบนิเวศที่ 5a-d ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 : การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ส่งผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนขององค์กร

3. การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Involvement Exaltation : SIE)

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นกิจกรรมเชิงรุกที่เริ่มต้นด้วย กระบวนการจัดการผู้มีส่วนได้เสีย โดยผู้มีส่วนได้เสียจะเป็นกลุ่มบุคคลที่สามารถมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของนวัตกรรม การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย หมายถึง วิสัยทัศน์ทางธุรกิจที่เน้นและมุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การทำงานร่วมกัน และความสัมพันธ์ต่อกัน แนวคิดของการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถูกกำหนดให้เป็นกระบวนการที่บุคคล กลุ่มและองค์กร เลือกที่จะมีบทบาทอย่างแข็งขันในการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อพวกเขา ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือการเชื่อมโยงที่ส่งเสริมความเข้าใจซึ่งกันและกันและการสร้างมูลค่าให้กับองค์กร ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ต่าง ๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านวิสัยทัศน์ บรรทัดฐาน ภารกิจและสังคม ซึ่งรวมถึงความร่วมมือในการทำงานร่วมกันและอิทธิพลของเครือข่าย การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้

ส่วนเสียมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์คุณภาพและประสิทธิภาพในการตัดสินใจทางธุรกิจ ความสำเร็จขององค์กรและความยั่งยืนขององค์กร (Wang & Dass, 2017) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 7 : การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนขององค์กร

4. ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (Business Operation Excellence : BOE)

ความเป็นเลิศทางธุรกิจขึ้นอยู่กับหลักการของการมุ่งเน้นลูกค้า มูลค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการจัดการกระบวนการด้วยการใช้คุณภาพอย่างเป็นระบบ เป็นหลักการและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ มุ่งเน้นประเด็นกลยุทธ์ที่สำคัญบางอย่าง เช่น การพัฒนากระบวนการทำงานของธุรกิจหลัก เช่น การลงทุนในทุนมนุษย์ และนวัตกรรมและการปรับปรุงเทคโนโลยี ดังนั้น คำว่า “ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ” สามารถเรียกได้ว่าเป็นเทคนิคใหม่ในการปรับปรุงการจัดการการดำเนินงานและการพัฒนากระบวนการเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร (Bandyopadhyay, 2011) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจถูกกำหนดให้เป็นความสามารถสูงสุดขององค์กรในการดำเนินกระบวนการผลิตเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดำเนินงานและความได้เปรียบในการแข่งขัน และทำให้เกิดความยั่งยืนต่อองค์กรในการดำเนินธุรกิจ (Kumar & Gulati, 2010) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น นำไปสู่การพัฒนาสมมติฐานดังนี้

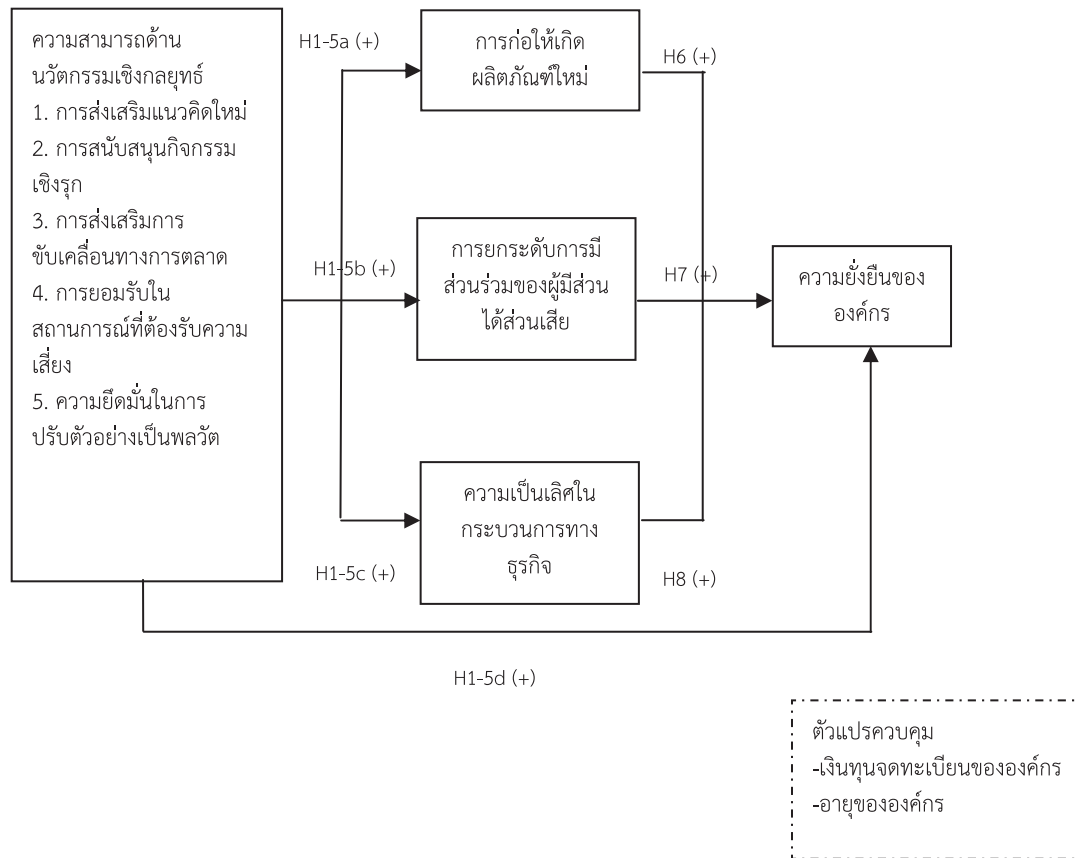
สมมติฐานที่ 8 : ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจส่งผลเชิงบวกต่อความยั่งยืนขององค์กร

5. ความยั่งยืนขององค์กร (Organizational Sustainability : OSS)

ความยั่งยืนทางธุรกิจจะขับเคลื่อนด้วยปัจจัยหลายอย่าง เช่น ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า การลดต้นทุน ความพึงพอใจของลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งประสิทธิภาพที่เหนือกว่านั้นจะเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องของกลยุทธ์ขององค์กร ความยั่งยืนขององค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยไม่สูญเสียความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคตเช่นกัน การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นมาตรการในการประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ขององค์กร โดยจะเกี่ยวข้องกับการขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจ มูลค่าผู้ถือหุ้น คัดค้านความเสี่ยงขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้ความยั่งยืนขององค์กรยังเพิ่มผลกำไรและสามารถประหยัดได้ด้วยกระบวนการที่ปรับปรุงใหม่ (Oldham & Da Silva, 2015) การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรจะแสดงให้เห็นถึงนวัตกรรมใหม่ ๆ การใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพหรือความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น ความยั่งยืนขององค์กรจะเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของรายได้ทางธุรกิจ การทำกำไร คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนแบ่งการตลาด การเติบโตของธุรกิจ และความมีชื่อเสียงเหนือคู่แข่ง (Hockerts & Wustenhagen, 2010)

รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้ จะแสดงให้เห็นในรูปภาพประกอบ 1 ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงมิติของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อการก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ และความยั่งยืนขององค์กร

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร โดยทำการศึกษาเชิงประจักษ์จากธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย จำนวน 91 แห่ง ข้อมูลจากแผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์สถาบันยานยนต์ กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ.2562 (Thailand Automotive Institute, 2019) โดยจะเก็บข้อมูลจากกรรมการผู้จัดการ หัวหน้าผู้จัดการ หรือ ผู้จัดการทั่วไป ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนในการบริหารงานของธุรกิจโดยตรง จะสามารถให้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและเป็นจริงมากที่สุด จำนวนทั้งสิ้น 91 คน เก็บได้จริง 91 แห่ง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 91 ชุด การเก็บข้อมูลจะมีระยะเวลาดำเนินการเก็บข้อมูลประมาณ 6 สัปดาห์ โดยจะแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 สัปดาห์ที่ 1-3 หลังส่งแบบสอบถามแล้วจะรอแบบสอบถามตอบกลับใน 3 สัปดาห์นี้ไม่มีแบบสอบถามที่ไม่มีผู้รับ ย้ายที่อยู่ และปิดกิจการกลับมา และได้แบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 81 ชุด ช่วงที่ 2 สัปดาห์ที่ 4-6 จะเริ่มทำการ Follow-up แบบสอบถาม โดยการโทรศัพท์ในส่วนที่มีเบอร์โทร เพื่อขอบคุณและติดตามแบบสอบถามซึ่งทำให้ได้แบบสอบถามกลับมาเพิ่มเติมอีก 10 ชุด ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่ได้กลับคืนมามีจำนวนทั้งสิ้น 91 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบสนองร้อยละ 100

3.2 ตัวแปรตาม

แต่ละตัวแปรจะถูกวัดโดยมาตราส่วนประมาณค่า (Likert-type Scale) ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ได้พบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ **ความยั่งยืนขององค์กร** จะเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของราย

ได้ทางธุรกิจ การทำกำไร คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วนแบ่งการตลาด การเติบโตของธุรกิจ และความเสี่ยง
เหนือคู่แข่ง จะวัดโดยข้อคำถาม 5 ข้อ

3.3 ตัวแปรอิสระ

3.3.1 **ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Strategic Innovation Capability)** จะเป็นตัวแปร
สำคัญของการวิจัยนี้ โดยจะประกอบด้วยมิติทั้ง 5 มิติ ลำดับแรก คือ **การส่งเสริมแนวคิดใหม่** จะวัดโดยระดับของ
การสร้างกระบวนการปฏิบัติงานใหม่ ๆ ส่งเสริมพนักงานในการพัฒนาแนวคิดและความรู้ใหม่ รวมถึงการปรับปรุง
การสนับสนุน และการนำแนวคิดใหม่ ๆ ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ เปิดกว้างในการสร้าง การเลือก การดำเนินการ
และการสนับสนุน มุมมอง แนวคิด และการสร้างสิ่งใหม่ ๆ แก่องค์กร โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 4 ข้อ
ลำดับที่สอง คือ **การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก** จะวัดโดยระดับของการแสวงหาโอกาส มีมุมมองที่กว้างไกล มองการณ์ไกล
และเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มุ่งผลิตสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อเติมเต็มในตลาด และทำหน้าที่ในการคาดการณ์
ความต้องการในอนาคตของลูกค้า เน้นการจัดหาวัตกรรมการที่ลูกค้ายังไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการ วางตำแหน่ง
การแข่งขันและความสามารถขององค์กรอย่างจริงจัง โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 5 ข้อ ลำดับที่สาม คือ **การส่งเสริม
การขับเคลื่อนทางการตลาด** จะวัดจากระดับของการตอบสนองและดำเนินการตามโครงสร้างและลักษณะของตลาด
ที่มีอยู่เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นไปที่การสร้างหรือการเปลี่ยนแปลง
ความต้องการของลูกค้าโดยการค้นหาและตอบสนองความต้องการแฝงที่มีอยู่ของลูกค้า โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้
ข้อคำถาม 5 ข้อ ลำดับที่สี่ คือ **การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง** จะวัดจากระดับของโอกาสที่จะเกิด
ความผิดพลาด ความเสียหาย การรื้อไหล ความสูญเสีย หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่ทำให้งานไม่ประสบความสำเร็จ
ตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนด โดยความเสี่ยงจะถูกวัดด้วยผลกระทบที่ได้รับและความน่าจะเป็นของเหตุการณ์
หรือโอกาส หรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่จะทำให้องค์กรไม่บรรลุวัตถุประสงค์ โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 4 ข้อ
และ ลำดับที่ห้า คือ **ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต** จะวัดโดยระดับของการวางแผนแนวทางขององค์กรใน
กระบวนการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลง และความไม่แน่นอน และการรักษาแนวร่วมที่มี
ประสิทธิภาพกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.2 **การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Establishment : NPE)** จะวัดจากระดับของ
กระบวนการคิดและการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และผลลัพธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่
จะประกอบไปด้วยสายผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเพิ่มไปยังสายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ การจัดวาง
ตำแหน่งทางการตลาดใหม่และการลดต้นทุน โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.3 **การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Involvement Exaltation :
SIE)** จะวัดจากระดับของการเพิ่มระดับความร่วมมือขององค์กร การมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์กับกลุ่ม หรือบุคคลใด ๆ
ที่สามารถส่งผลกระทบหรือได้รับผลกระทบจากกิจกรรม และองค์กรมีส่วนร่วมในการบรรลุภารกิจและเป้าหมาย
โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 4 ข้อ

3.3.4 **ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (Business Operation Excellence : BOE)** จะวัดจาก
ระดับของการปฏิบัติภายในองค์กร เช่น การตอบสนองต่อวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้
ส่วนเสีย และความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กร รวมถึงวิธีการปรับปรุงธุรกิจเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน
โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 5 ข้อ

3.3.5 **ความยั่งยืนขององค์กร (Organizational Sustainability : OSS)** จะวัดจากระดับของ
ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยไม่สูญเสีย
ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอนาคต การพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร

เป็นมาตรการในการประเมินความสำเร็จของกลยุทธ์ขององค์กร การเพิ่มผลกำไรและสามารถประหยัดได้ด้วยกระบวนการที่ปรับปรุงใหม่ การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ โครงสร้างนี้จะวัดโดยใช้ข้อคำถาม 5 ข้อ

3.3.4. ตัวแปรควบคุม (Control Variables)

ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย **เงินทุนจดทะเบียนขององค์กร (Organizational Capital : OCP)** จะวัดจากเงินหรือทรัพย์สินที่ลงทุน องค์กรที่มีเงินลงทุนสูงอาจจะมีอำนาจมากขึ้นในตลาดและมีข้อได้เปรียบด้านตำแหน่งทางการตลาดมากกว่าคู่แข่งที่มีเงินลงทุนต่ำกว่า (Leiblein, Rener, & Dalsace, 2002) ดังนั้น เงินลงทุนขององค์กรจะเป็นตัวแปรดัมมี่ (Dummy variable) ประกอบด้วย 0 (เงินลงทุนต่ำกว่า 25,000,000 บาท) และ 1 (เงินลงทุน 25,000,000 บาทขึ้นไป) และ **อายุขององค์กร (Organizational Age : OAG)** จะวัดจากจำนวนปีที่องค์กรดำเนินธุรกิจ ซึ่งองค์กรที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานที่ยาวนานอาจจะมีอำนาจทางการตลาดมากกว่าองค์กรที่มีการดำเนินงานที่สั้นกว่า (Baden-Fuller & Volberda, 1997) ดังนั้น อายุขององค์กรจะเป็นตัวแปรดัมมี่ (Dummy variable) ประกอบด้วย 0 (อายุต่ำกว่า 10 ปี) และ 1 (อายุ 10 ปีขึ้นไป)

3.3.5 ค่าความเชื่อมั่น และความเที่ยงตรง (Reliability and Validity)

ความเชื่อมั่น (Reliability) จะวัดจากค่า Cronbach alpha coefficients โดยจะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair, Babin & Anderson, 2010) และในการทดสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลในแบบสอบถามจะใช้ Exploratory Factor Analysis (EFA) ในการวัด โดยค่า Factor loading ของแต่ละตัวแปรจะต้องมากกว่า 0.6 โดย Cut-off score จะมากกว่า 0.4 (Nunnally & Bernstein, 1994) ตาราง 1 จะแสดงผลของค่า Factor loadings และ Cronbach's alpha coefficients สำหรับ multiple-items scales ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งจากผลการทดสอบพบว่า ค่า Factor loadings จะอยู่ระหว่าง 0.608 – 0.985 ซึ่งมากกว่า 0.6 (Nunnally & Bernstein, 1994) และค่า Cronbach's alpha coefficients จะอยู่ระหว่าง 0.701 – 0.798 ซึ่งมากกว่า 0.70 (Hair, Babin & Anderson, 2010) จึงทำให้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ

ตาราง 1 ผลของการทดสอบค่าความเที่ยงตรงของตัวแปร (Validation) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

Constructs	Factor Loadings	Cronbach's Alpha Coefficient
การส่งเสริมแนวคิดใหม่	0.844 – 0.985	0.761
การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก	0.608 – 0.858	0.705
การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด	0.730 – 0.891	0.701
การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง	0.645 – 0.885	0.716
ความยึดมั่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต	0.632 – 0.898	0.737
การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่	0.796 - .0886	0.710
การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	0.645 – 0.786	0.740
ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ	0.702 – 0.863	0.798
ความยั่งยืนขององค์กร	0.716 – 0.827	0.793

3.3.6 สถิติที่ใช้ (Statistical Techniques)

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้การวิเคราะห์ถดถอยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Regression) ในการทดสอบสมมติฐาน โดย OLS Regression จะเหมาะสมต่อการตรวจสอบความสัมพันธ์ของสมมติฐานที่ตั้งไว้ (Hair, Babin & Anderson, 2010) ในการศึกษาครั้งนี้จะมีรูปแบบความสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

$$\text{Equation 1 : } \text{NPE} = \alpha_1 + \beta_1 \text{NIE} + \beta_2 \text{PAS} + \beta_3 \text{MDE} + \beta_4 \text{RCA} + \beta_5 \text{DAC} + \beta_6 \text{OCP} + \beta_7 \text{OAG} + \epsilon_1$$

$$\text{Equation 2 : } \text{SIE} = \alpha_2 + \beta_8 \text{NIE} + \beta_9 \text{PAS} + \beta_{10} \text{MDE} + \beta_{11} \text{RCA} + \beta_{12} \text{DAC} + \beta_{13} \text{OCP} + \beta_{14} \text{OAG} + \epsilon_2$$

$$\text{Equation 3 : } \text{BOE} = \alpha_3 + \beta_{15} \text{NIE} + \beta_{16} \text{PAS} + \beta_{17} \text{MDE} + \beta_{18} \text{RCA} + \beta_{19} \text{DAC} + \beta_{20} \text{OCP} + \beta_{21} \text{OAG} + \epsilon_3$$

$$\text{Equation 4 : } \text{OSS} = \alpha_4 + \beta_{22} \text{NIE} + \beta_{23} \text{PAS} + \beta_{24} \text{MDE} + \beta_{25} \text{RCA} + \beta_{26} \text{DAC} + \beta_{27} \text{OCP} + \beta_{28} \text{OAG} + \epsilon_4$$

$$\text{Equation 5 : } \text{OSS} = \alpha_5 + \beta_{29} \text{NPE} + \beta_{30} \text{SIE} + \beta_{31} \text{BOE} + \beta_{32} \text{OCP} + \beta_{33} \text{OAG} + \epsilon_5$$

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 2 จะแสดงค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเมทริกซ์ความสัมพันธ์สำหรับตัวแปรทั้งหมด โดยจะดูว่ามีปัญหา multicollinearity หรือไม่ ซึ่งจากผลการศึกษา ตัวแปรทั้งหมดจะมีค่าความสัมพันธ์ (Correlation coefficients) น้อยกว่า 0.80 และค่า VIF (Variance Inflation Factors) น้อยกว่า 10 จึงทำให้ไม่เกิดปัญหา multicollinearity ของตัวแปรอิสระในโมเดลนี้ (Hair, Babin & Anderson, 2010) ค่า VIF ที่ใช้ในการตรวจสอบปัญหา multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระจะมีค่าอยู่ระหว่าง 1.566 – 3.577 ต่ำ 10 ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหา multicollinearity ในการศึกษาครั้งนี้

ตาราง 2 ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร (Correlation Matrix)

Variables	NIE	PAS	MDE	RCA	DAC	NPE	BOE	SIE	OSS	OCP	OAG
MEAN	4.744	4.516	4.428	4.620	4.686	4.348	4.446	4.582	4.569	-	-
S.D.	.311	.304	.319	.356	.328	.434	.434	.447	.355	-	-
NIE	1.000										
PAS	.139	1.000									
MDE	.362**	.119	1.000								
RCA	.130	.326**	.072	1.000							
DAC	.284**	.125	.145	.620**	1.000						
NPE	.211*	.548**	.478**	.430**	.290**	1.000					
BOE	.034	.565**	.225*	.492**	.290**	.728**	1.000				
SIE	.027	.299**	.032	.266*	.204	.389**	.569**	1.000			
OSS	.075	.183	.322**	.311**	.280**	.586**	.647**	.724**	1.000		
OCP	.005	.101	.095	.002	.052	.062	.074	.144	.099	1.000	
OAG	.114	.058	.077	.136	.026	.028	.053	.104	.054	.004	1.000
VIF	1.633	1.667	1.695	2.457	2.384	3.483	3.577	1.566	-	-	-

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.10

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์โดย OLS Regression

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อ ความยั่งยืนขององค์กร	ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย				
	Eq.1	Eq.2	Eq.3	Eq.4	Eq.5
	NPE	SIE	BOE	OSS	OSS
การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (NIE) (H1a – H1d)	.040 (.084)	.072 (.120)	.254*** (.092)	.016 (.114)	
การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (PAS) (H2a – H2d)	.440*** (.076)	.270*** (.108)	.466*** (.082)	.090 (.102)	
การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (MDE) (H3a – H3d)	.456*** (.077)	.020 (.110)	.242*** (.084)	.366*** (.104)	
การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง (RCA) (H4a – H4d)	.090 (.104)	.149 (.148)	.385*** (.113)	.087 (.140)	
ความยืดหยุ่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต (DAC) (H5a – H5d)	.250*** (.103)	.048 (.147)	.051 (.112)	.259* (.139)	
การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) (H6)					.273*** (.095)

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน จากการวิเคราะห์โดย OLS Regression (ต่อ)

ความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อ ความยั่งยืนขององค์กร	ผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย				
	Eq.1	Eq.2	Eq.3	Eq.4	Eq.5
	NPE	SIE	BOE	OSS	OSS
การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) (H7)					.539*** (.080)
ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) (H8)					.144* (.106)
เงินทุนจดทะเบียนขององค์กร (OCP)	.271 (.142)	.332 (.202)	.293*- (.155)	.258 (.192)	.011 (.131)
อายุขององค์กร (OAG)	.053 (.146)	.151 (.207)	.039 (.158)	.146 (.196)	.035 (.131)
Adjusted R ²	.553	.094	.472	.186	.621
Maximum VIF	2.169	2.169	2.169	2.169	2.675

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.10

จากตาราง 3 พบว่า 5 สมมติฐานจะมุ่งไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร ทั้ง 5 มิติ กับผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทยทั้ง 4 ด้าน โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (NIE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) (H1c : $\beta_{15} = .254, p<0.01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ H1c นอกจากนี้ จะพบว่า การส่งเสริมแนวคิดใหม่ (NIE) ไม่ส่งผลต่อ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) (H1a : $\beta_1 = .040, p>0.10$) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) (H1b : $\beta_8 = .072, p>0.10$) และความยั่งยืนขององค์กร (OSS) (H1d : $\beta_{22} = .016, p>0.10$) จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ H1a, H1b และ H1d

การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (PAS) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) (H2a : $\beta_2 = .440, p<0.01$) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) (H2b : $\beta_9 = .270, p<0.01$) และความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) (H2c : $\beta_{16} = .466, p<0.01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ H2a – H2c นอกจากนี้จะพบว่า การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก (PAS) ไม่ส่งผลต่อ ความยั่งยืนขององค์กร (OSS) (H2d : $\beta_{23} = .090, p>0.10$) จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ H2d

การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (MDE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) (H3a : $\beta_3 = .456, p<0.01$) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) (H3c : $\beta_{17} = .242, p<0.01$) และความยั่งยืนขององค์กร (OSS) (H3d : $\beta_{24} = .366, p<0.01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ H3a, H3c และ H3d นอกจากนี้จะพบว่า การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด (MDE) ไม่ส่งผลต่อ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) (H3b : $\beta_{10} = .020, p>0.10$) จึงทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ H3b

การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง (RCA) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) (H4c : $\beta_{18} = .385, p<0.01$) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ H4c นอกจากนี้จะพบว่า การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง (RCA) ไม่ส่งผลต่อ การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) (H4a : $\beta_4 = .090,$

$p > 0.10$) การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) ($H4b : \beta_{11} = .149, p > 0.10$) และ ความยั่งยืนขององค์กร (OSS) ($H4d : \beta_{25} = .087, p > 0.10$) จึงทำให้**ปฏิเสธสมมติฐานที่ H4a, H4b และ H4d**

ความเชื่อมั่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต (DAC) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) ($H5a : \beta_5 = .250, p < 0.01$) และ ความยั่งยืนขององค์กร (OSS) ($H5d : \beta_{26} = .259, p < 0.10$) จึงทำให้**ยอมรับสมมติฐานที่ H5a และ H5d** นอกจากนี้จะพบว่า ความเชื่อมั่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต (DAC) ไม่ส่งผลต่อการยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) ($H5b : \beta_{12} = .048, p > 0.10$) และความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) ($H5c : \beta_{19} = .051, p > 0.10$) จึงทำให้**ปฏิเสธสมมติฐานที่ H5b และ H5c**

การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ (NPE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนขององค์กร (OSS) ($H6 : \beta_{29} = .273, p < 0.01$) จึงทำให้**ยอมรับสมมติฐานที่ H6** นอกจากนี้พบว่า การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (SIE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความยั่งยืนขององค์กร (OSS) ($H7 : \beta_{30} = .539, p < 0.01$) จึงทำให้**ยอมรับสมมติฐานที่ H7** ท้ายที่สุดพบว่า ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ (BOE) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อ ความยั่งยืนขององค์กร (OSS) ($H8 : \beta_{31} = .144, p < 0.10$) จึงทำให้**ยอมรับสมมติฐานที่ H8**

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นที่จะศึกษาในเรื่องความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร โดยจะศึกษาเชิงประจักษ์จากธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย จะเป็นการวิจัยเชิงปริมาณมุ่งเน้นศึกษาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ทั้งหมด 5 มิติ พบว่า ทั้ง 5 มิติของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ส่วนใหญ่จะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ในประเทศไทย ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตที่พบว่า องค์กรที่มีความสามารถเชิงพลวัตสูง จะสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมสามารถเกิดการเรียนรู้ การผสมผสานที่ได้ความรู้ใหม่ ๆ ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการและการรับรู้นวัตกรรมใหม่ ๆ ก่อให้เกิดเป็นความสามารถด้านนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กร และที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด คือ การสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก เนื่องจากกิจกรรมเชิงรุกขององค์กรจะเป็นการพัฒนาองค์กรให้เกิดความเจริญเติบโต อยู่รอด และมั่นคง ส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะและการสร้างความรู้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง มุ่งมั่นขจัดความเชื่อเก่า ๆ ของบุคคลที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมทั้งขับเคลื่อนกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบเพื่อให้องค์กรสามารถพัฒนาการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Palabud, 2019) กิจกรรมเชิงรุกจะเป็นการสนับสนุนต่อสถานการณ์ในอนาคต เป็นการคาดการณ์ความคาดหวังของลูกค้า สภาวะการตลาดที่มีศักยภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และยังช่วยเพิ่มความภักดีของลูกค้า เพิ่มส่วนแบ่งตลาด สร้างความสามารถด้านนวัตกรรมขององค์กรได้อย่างเข้มแข็ง (Braganza et al., 2017) และอีกมิติที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุดคือ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ และบริการใหม่ การส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จขององค์กร ในการสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างตลาด ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Tang, Fu & Xie, 2017) การขับเคลื่อนทางการตลาดจะกำหนดรูปแบบวิวัฒนาการของตลาดที่ประสบความสำเร็จ โดยการเพิ่มมูลค่าของลูกค้าด้วยนวัตกรรมและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยให้องค์กรได้ประโยชน์จากโอกาสที่คู่แข่งไม่สามารถทำได้ รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในการปรับตัวอย่างเป็นพลวัต จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมได้อย่างประสบความสำเร็จ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แนวคิดการปรับตัวอย่างเป็นพลวัตจะอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย การเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม การแข่งขัน และวิวัฒนาการร่วม ซึ่งนวัตกรรม ถือเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้บริษัทปรับตัวเข้ากับบริบททั้งภายในและภายนอก การมุ่งมั่นที่จะปรับตัวแบบพลวัตจะช่วยลดการสูญเสีย และส่งผลต่อความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน (Chen et al., 2017)

นอกจากนี้ยังมีมิติของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเพียงบางส่วน ได้แก่ การส่งเสริมแนวคิดใหม่ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญอีกประการหนึ่งของนวัตกรรม เป็นความสามารถในการรับรู้ และกำหนดรูปแบบ โอกาส และภัยคุกคาม ช่วยในการพัฒนาความรู้และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มิติสุดท้ายของความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานเพียงบางส่วน คือ การยอมรับในสถานการณ์ที่ต้องรับความเสี่ยง การยอมรับความเสี่ยงในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการอธิบายนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ การยอมรับความเสี่ยงสามารถสร้างความแตกต่างในการกำหนดความสามารถขององค์กร ในการคิดค้นสิ่งใหม่ นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (Garcia-Granero et al., 2014)

ท้ายที่สุด การก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การยกระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ ต่างส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความยั่งยืนขององค์กรทั้งสิ้น เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ถือเป็นวิธีการที่สำคัญสำหรับองค์กรสมัยใหม่ในการบรรลุความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพทางธุรกิจ เป็นการสร้างความสามารถใหม่และพัฒนาทางเลือกเชิงกลยุทธ์ สร้างความได้เปรียบในตำแหน่งทางการตลาดและมีประสิทธิภาพทางธุรกิจ และเกิดความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะเป็นการเชื่อมโยงที่ส่งเสริมความเข้าใจซึ่งกันและกัน และสร้างมูลค่าให้กับองค์กร สร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ คุณภาพและประสิทธิภาพในการตัดสินใจทางธุรกิจ สร้างความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร (Wang & Dass, 2017) ความเป็นเลิศในกระบวนการทางธุรกิจ จะเป็นเทคนิคใหม่ในการปรับปรุงการจัดการการดำเนินงานและพัฒนากระบวนการเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความสามารถในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนขององค์กร (Bandyopadhyay, 2011)

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

ธุรกิจรถยนต์จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จและเกิดความยั่งยืนภายใต้สภาวะเศรษฐกิจที่ผันแปรในปัจจุบัน จำเป็นจะต้องอาศัยการสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุก และการส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด ซึ่งการสนับสนุนกิจกรรมเชิงรุกนั้นเป็นการมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ส่งเสริมให้มีการพัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ขจัดความเชื่อเก่า ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดการบั่นทอนประสิทธิภาพในการทำงาน มุ่งขับเคลื่อนกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพยากรณ์ความคาดหวังของลูกค้าในอนาคต สภาวะการตลาดและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และช่วยเพิ่มความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของลูกค้า ในด้านการส่งเสริมการขับเคลื่อนทางการตลาด จะต้องทำการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และบริการใหม่ ๆ อย่างรวดเร็ว จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มุ่งเพิ่มมูลค่าของลูกค้าด้วยนวัตกรรม และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกแนวทางหนึ่งที่จะสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับธุรกิจนั้น ธุรกิจจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ และยังต้องสร้างบรรยากาศองค์กรให้เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ไม่สิ้นสุด สร้างให้เป็นบรรยากาศแห่งความคิด สร้างสรรค์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ไม่จำกัดอยู่กับสิ่งเดิม ๆ และมีการพัฒนาแบบไม่หยุดนิ่ง สร้างบรรยากาศแห่งความเป็นพี่เป็นน้อง ความอบอุ่น ช่วยเหลือเกื้อกูล ซึ่งจะเป็นการผลักดันให้เกิดความร่วมมือ สมัคสมานสามัคคีกัน

มากยิ่งขึ้น จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจรถยนต์ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากที่สุด

5.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้มีเวลาที่จำกัด จึงมีข้อจำกัดในการดำเนินการวิจัยกรณีที่ต้องการทดสอบความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ ดังนั้นต่อไปในอนาคตจึงควรมีการทดสอบแนวทาง และกลยุทธ์ที่ได้จากผลการวิจัยโดยดำเนินการเป็นลักษณะการวิจัยเชิงปฏิบัติการต่อไป และควรทำการวิจัยความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น หน่วยงานภาครัฐ หรือเอกชนอื่น เพื่อที่จะส่งเสริมในด้านการพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานที่มากขึ้น และส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Baden - Fuller, C., & Volberda, H. W. (1997). Strategic renewal : How large complex organizations prepare for the future. *International Studies of Management and Organization*, 27(2), 95-120.
- Bandyopadhyay, P. K. (2011). Using of six sigma in adopting business excellence model in Indian context. *International Journal of Business and Management*, 6(10), 273-277.
- Braganza, A., Brooks, L., Nepelski, D., Ali, M., & Moro, R. (2017). Resource management in big data initiatives : Processes and dynamic capabilities. *Journal of Business Research*, 70, 328-337.
- Chen, T., Tribbitt, M. A., Yang, Y., & Li, X. (2017). Does rivals' innovation matter? A competitive dynamic perspective on firms' product strategy. *Journal of Business Research*, 76, 1-7.
- Dixon, S., Meyer, K., & Day, M. (2014). Building dynamic capabilities of adaptation and innovation : A study of micro-foundations in a transition economy. *Long Range Planning*, 47, 186-205.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities : What are they?. *Strategic Management Journal*, 21(4), 1105-1121.
- Garcia - Granero, A., Llopis, O., Fernandez - Mesa, A., & Alegre, J. (2014). Unraveling the link between managerial risk-taking and innovation : The mediating role of a risk-taking climate. *Journal of Business Research*, 68(5), 1094-1104.
- Hair, Jr. J. F., Babin, B. J., & Anderaon, R. E. (2010). Multivariate data analysis : a global perspective 7thed. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Hockerts, K., & Wustenhagen, R. (2010). Greening goliaths versus emerging devils theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 25, 481-492.
- Jean, R. J. B., Kim, D., & Bello, D. C. (2017). Relationship-based product innovations : Evidence from the global supply chain. *Journal of Business Research*, 80, 127-140.
- Kumar, S., & Gulati, R. (2010). Measuring efficiency, effectiveness and performance of Indian public sector banks. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 59(1), 51-74.

- Leiblein, M. J., Reuer, J. J., & Dalsace, F. (2002). Do make or buy decision matter? The influence of organizational governance on technological performance. *Strategic Management Journal*, 23(9), 817-833.
- Liu, X., Huang, Q., Dou, J., & Zhao, X. (2017). The impact of informal social interaction on innovation capability in the context of buyer-supplier dyads. *Journal of Business Research*, 78, 314-322.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. 3th ed. New York : McGraw-Hill.
- Oldham, G. R., & Da Silva, N. (2015). The impact of digital technology on the generation and implementation of creative ideas in the workplace. *Computers in Human Behavior*, 42, 5-11.
- Palabud, K. (2019). Risk management strategy influencing on organizational survival : An empirical study of community enterprises in Loei province. *Journal of Accountancy and Management*, 11(4), 61-80.
- Sariol, A. M., & Abebe, M. A. (2017). The influence of CEO power on explorative and exploitative organizational innovation. *Journal of Business Research*, 73, 38-45.
- Tang, T. P., Fu, X., & Xie, Q. (2017). Influence of functional conflicts on marketing capability in channel relationships. *Journal of Business Research*, 78, 252-260.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. M. Y. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management Journal*, 18(7), 509-533.
- Thailand Automotive Institute. (2019). Auto manufacturers association 2019. October, 10, 2019, from <http://thailandindustry.blogspot.com>
- The Federation of Thai Industries. (2019). Car production 2019. Searched on 10 October 2019, from <http://www.fti.or.th>
- Wang, X., & Dass, M. (2017). Building innovation capability : The role of top management innovativeness and relative-exploration orientation. *Journal of Business Research*, 76, 127-135.

การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง
และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding)
ของนักวิชาการพัสดุ ในมหาวิทยาลัยบูรพา

RISK ASSESSMENT ON THE GOVERNMENT PROCUREMENT
AND SUPPLIES MANAGEMENT Act B.E. 2560 BY ELECTRONIC BIDDING
OF BURAPHA UNIVERSITY

ทิวาวรรณ ศรีสวัสดิ์*, จำนง หอมเจริญ², ศักดิ์ชาย จันทร์เรือง³

Tiwawan Srisawat*, Jamnong Homcharoen², Sakchai Chanruang³

Received : July 17, 2020 Revised : September 10, 2020 Accepted : September 10, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อค้นหาความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้างของนักวิชาการพัสดุ 2) เพื่อหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้าง โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักวิชาการพัสดุ จำนวนทั้งสิ้น 52 คน ที่ทำงานในมหาวิทยาลัยบูรพา โดยได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) จากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้าง โดยใช้การบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk Management : ERM)

ผลการวิจัย พบว่า การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) จากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ 1) ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ พบว่า ขั้นตอนของกฎระเบียบ และข้อบังคับ การปฏิบัติงานสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง ความยืดหยุ่นของกฎระเบียบ และข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างเอื้อให้การทำงานจนสำเร็จและไม่ขัดแย้งกับกฎระเบียบข้อบังคับ มีโอกาสการเกิด ผลกระทบ และความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง 2) ด้านผู้บริหารและนักวิชาการพัสดุ พบว่า นักวิชาการพัสดุ มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติ ตามกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดซื้อจัดจ้าง และนักวิชาการพัสดุ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับ การจัดซื้อจัดจ้างอย่างถ่องแท้ และผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามแผนงานโดยให้ความสำคัญต่อกฎระเบียบ และข้อบังคับ มีโอกาสเกิดในระดับปานกลาง และผลกระทบอยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง 3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน พบว่า เมื่อมีการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบแล้ว พบปัญหาในการทำงาน มีการรายงานปัญหาให้ผู้บริหารทราบ มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติ

* เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

* General Administrative Officer, Graduate School of Commerce, Burapha University

² นักวิชาการพัสดุ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² Supply Analyst, Graduate School of Commerce, Burapha University

³ อาจารย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

³ Lecturer, Graduate School of Commerce, Burapha University

ตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง การรายงานผลการจัดซื้อ จัดจ้าง หลังจากดำเนินการแล้ว มีโอกาสเกิดอยู่ในระดับสูง และผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง และระดับความเสี่ยงสูง 4) ด้านกิจกรรมควบคุมภายใน พบว่า ในด้านนี้ไม่พบตัวแปรที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าด้านกิจกรรมควบคุมภายในสามารถควบคุมการทำงานได้ 5) ด้านการวัดผลการปฏิบัติงาน การติดตามผล และการรายงานผล พบว่า ในด้านนี้ไม่พบ ตัวแปรที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการวัดผลการปฏิบัติงาน การติดตามผล และการรายงานผลมีการทำงานอย่างเป็นระบบด้านวิธีการติดต่อสื่อสาร พบว่า ในด้านนี้ไม่พบตัวแปรที่มีความเสี่ยงสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มีการติดต่อสื่อสารของผู้ปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ : การประเมินความเสี่ยง การจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The objectives of this research are 1) To find the risks from the procurement process of supplies analyst. 2) To find the risks protection from the procurement process by quantitative research. The research data was collected by questionnaires. The sample group used in this study is the supplies analyst consisting of 52 workers at Burapha University, using non-probability sampling by purposive sampling method. Risk assessment from the procurement process used Enterprise Risk Management (ERM). The research found that risk assessment from procurement process is at medium level as follow : 1.Regulations, regulatory procedure and operation regulation comply with procurement regulation. Regulatory flexibility and procurement regulations support the success of work, does not conflict with rules and regulations. These are considered as high level of impact and risk. 2.Management and supplies analyst, strict in following rules and regulations. procurement. In addition, they also have a great knowledge and understanding of procurement regulations. Executives tend to follow the plan with emphasis on regulations and regulations are at a medium level, the impact is high, the risk is high 3.The work process, when the procurement according to the rules, problems were found in the work. They will be reported to the executive . The work is strictly in accordance with the rules, regulations, procurement, reporting after the procurement process, which have a high chance of occurrence. At the same time, the impact is at a medium level and a high risk level. 4.Internal control activities, in this was no high-risk variables. It shows that the internal control activities can control the work. 5. Performance measurement, monitoring, and reporting found that in this area was no high-risk variables. Performance measurement, monitoring and reporting are systematic. 6. The method of communication does not find high-risk variables; it shows that the communication of the workers is systematic.

Keywords : Risk Assessment, Government Procurement and Supplies Management Act B.E.2017, Electronic Bidding

1. บทนำ

การประเมินความเสี่ยงในองค์กร (Enterprise Wide Risk Assessment) เป็นมาตรฐานหลักในการดำเนินงานที่มีผลกระทบต่อการบริหารวัตถุประสงค์ขององค์กร เนื่องมาจากการเมือง เศรษฐกิจ ความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ หรือความเสี่ยงที่เกิดจากกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ผิดพลาด รวมถึงความเสี่ยงที่เกิดจากการกำหนดแผนกลยุทธ์ อันเกิดขึ้นจากโอกาสหรือเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ที่จะส่งผลกระทบต่อวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายเกิดการเบี่ยงเบน โดยการวัดจากผลกระทบที่ได้รับและโอกาสที่จะเกิด เนื่องจากการประเมินความเสี่ยงเป็นการทำนายอนาคตอย่างมีเหตุมีผล มีหลักการ และหาทางลดหรือป้องกันความเสียหายในการทำงานแต่ละขั้นตอน การทำการประเมินความเสี่ยงมาช่วยเสริมร่วมกับการทำงาน จะช่วยให้ภาระงานที่ปฏิบัติการ อยู่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และป้องกันโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และปัญหาที่จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ความเสี่ยงเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการองค์กร เป็นเรื่องส่วนรวมที่ทุกคนในองค์กรต้องเกี่ยวข้องตั้งแต่คณะกรรมการ ผู้บริหารระดับสูงจนถึงผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้างทุกคนที่ต้องพิจารณาวิเคราะห์ให้เชิงลึกเชิงบูรณาการ และเชื่อมโยงกับการกำหนดกลยุทธ์ นโยบาย แผนงาน แผนปฏิบัติการกิจกรรมขององค์กร ซึ่งการจัดการความเสี่ยงที่ดีจะเป็นการวัดความสามารถ และการดำเนินงานของบุคลากรภายในองค์กร องค์กรที่มีการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในองค์กรควรมีส่วนร่วมในการวางแผนป้องกัน และควบคุมให้เหมาะสมกับภารกิจเพื่อลดสภาพปัญหาหรือหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น และสร้างความเสียหายหรือความสูญเสียให้กับองค์กรได้ (กรมบัญชีกลาง, 2561)

นักวิชาการพัสดุ เป็นผู้ที่มีหน้าที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กร ในส่วนงานจัดหา จัดซื้อ จัดจ้าง ตรวจสอบ เก็บรักษา ร่างสัญญาซื้อ สัญญาจ้าง ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ ของพัสดุ เช่น วิวัฒนาการ คุณสมบัติ ระบบราคา การเสื่อมค่า การสึกหรอ ประโยชน์ใช้สอย สมรรถภาพ ค่าบริการ อะไหล่ การบำรุงรักษา ความแข็งแรงทนทาน เพื่อกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพของพัสดุ วิเคราะห์และประเมินคุณภาพพัสดุ เสนอความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในการจัดหาซื้อพัสดุ (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2551) เห็นได้จากหน้าที่ความรับผิดชอบนั้น มีปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะนำไปสู่เหตุการณ์ที่อาจทำให้เกิดปัญหา ในการดำเนินงานการจัดซื้อจัดจ้าง

มหาวิทยาลัยมีการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) เป็นการประมูลงานจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐ ทั้งสินค้า และบริการต่าง ๆ ด้วยการทำการประมูลราคาผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้สนใจหรือมีคุณสมบัติตามเกณฑ์กำหนด สามารถเข้าร่วมการประมูลได้ตาม วันเวลาที่รัฐกำหนด (กรมบัญชีกลาง, 2562) เดิมได้ออกระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2552 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553 ขึ้นใช้เองภายในมหาวิทยาลัย โดยอ้างอิงจากระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติมต่อมามีการยกเลิกระเบียบ ข้อบังคับทั้งหมด และให้ใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ตั้งแต่วันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2560 โดยมีระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560; 2560) และกฎกระทรวง 7 ฉบับ ที่ต้องใช้ควบคู่กัน การปฏิบัติตามระเบียบดังกล่าวหากผู้ปฏิบัติงาน ด้านการพัสดุขาดความเข้าใจในตัวระเบียบ รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความเสี่ยงที่ทำให้เกิดความเสียหายในการปฏิบัติงานในระดับสูง ที่อาจก่อให้เกิดความผิดพลาด ในการปฏิบัติงานมาก อีกทั้งส่งผลกระทบโดยตรงต่อส่วนงาน และภาพรวมของการบริหารงานการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ของมหาวิทยาลัยบูรพา

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาการประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ของนักวิชาการพัสดุ ในมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อหาปัจจัยที่เป็นสาเหตุความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้าง และหาแนวทางในการป้องกันความเสี่ยง จากกระบวนการทำงานจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การบริหารพัสดุของมหาวิทยาลัยบูรพา มีประสิทธิภาพ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อค้นหาความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้าง ของนักวิชาการพัสดุ
2. เพื่อหาแนวทางป้องกันความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้าง

3. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นักวิชาการพัสดุ หมายถึง ผู้มีหน้าที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กร ในส่วนงานจัดหา จัดซื้อ จัดจ้าง ตรวจสอบ เก็บรักษา ร่างสัญญาซื้อ สัญญาจ้าง ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ ของพัสดุ เช่น วิศวกรรม การคุณสมบัติ ระบบราคา การเสื่อมค่า การสึกหรอ ประโยชน์ใช้สอย สมรรถภาพ ค่าบริการ อะไหล่ การบำรุงรักษา ความแข็งแรงทนทาน เพื่อกำหนดมาตรฐาน และคุณภาพ ของพัสดุ วิเคราะห์และประเมินคุณภาพพัสดุ เสนอความคิดเห็นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในการจัดหาซื้อพัสดุ (สำนักงานข้าราชการพลเรือน, 2551) เห็นได้จากหน้าที่ความรับผิดชอบนั้น มีปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจจะนำไปสู่เหตุการณ์ที่อาจทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินงานการจัดซื้อจัดจ้าง

การจัดหา เป็นคำที่ใช้ในวงราชการ ส่วนวงการธุรกิจ มักใช้คำว่า “การจัดซื้อ” (Purchasing) หมายถึง การจัดหาเป็นกระบวนการดำเนินการเพื่อให้ได้มาซึ่งพัสดุตามต้องการ เริ่มตั้งแต่รับใบขอจัดหา ขออนุมัติดำเนินการจัดหา และวิธีทำสัญญาหรือข้อผูกพัน ตรวจสอบของและชำระเงินเรียบร้อยแล้ว (Bowers, 1987) อีกทั้งมีกำหนดเป้าหมายการจัดหาพัสดุที่ดี คือ การจัดหาของให้ได้ของที่ต้องการใช้คุณภาพดี ตามจำนวนที่ต้องการในราคาที่เหมาะสมภายในระยะเวลาที่กำหนด และเบิกจ่ายในงบประมาณ (Lee & Dobler, 1977)

ความเสี่ยง (Risks) หมายถึง โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหล ความสูญเปล่าหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบหรือทำให้การดำเนินงาน ไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร ทั้งในด้านยุทธศาสตร์การปฏิบัติงาน การเงิน และการบริหาร ซึ่งอาจเป็นผลกระทบทางบวกด้วยก็ได้ โดยการวัดจากผลกระทบ (Impact) ที่ได้รับและโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์ความเสี่ยง จำแนกได้ 4 ลักษณะดังนี้ (กระทรวงการคลัง, 2563)

1. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับยุทธศาสตร์ (Strategic Risk) เช่น การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย ตลาด ภาวะลักษณะ ผู้นำ ชื่อเสียง ลูกค้า เป็นต้น
2. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องระดับปฏิบัติการ (Operational Risk) เช่น กระบวนการ เทคโนโลยี และคนในองค์กร เป็นต้น
3. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน (Financial Risk) เช่น การผันผวนทางการเงินสภาพคล่อง อัตราดอกเบี้ย ข้อมูลเอกสารหลักฐานทางการเงิน และการรายงานทางการเงินบัญชี เป็นต้น
4. ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านความปลอดภัย จากอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน (Hazard Risk) เช่น การสูญเสียทางชีวิตและทรัพย์สินจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการก่อการร้าย เป็นต้น

ความหมาย

3.1 ความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) หมายถึง เหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และส่งผลกระทบหรือสร้างความเสียหาย หรือก่อให้เกิดความล้มเหลวหรือลดโอกาสที่จะบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

3.2 การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) จากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้าง ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) หมายถึง การวิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง (Impact) ต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของส่วนงานหรือหน่วยงานภายในส่วนงาน

ตาราง 1 เกณฑ์ระดับความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	ระดับคะแนน	ความหมาย
สูงมาก	20-25	ความเสี่ยงที่ต้องกำกับการดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะต้องบริหาร ความเสี่ยงทันที (ตัวอย่าง ความเสี่ยง D ระดับคะแนนความเสี่ยงเท่ากับ 20)
สูง	10-19	ความเสี่ยงที่ต้องกำกับการดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจะต้องบริหาร ความเสี่ยงทันที (ตัวอย่าง ความเสี่ยง C ระดับคะแนนความเสี่ยงเท่ากับ 16)
ปานกลาง	4-9	ความเสี่ยงที่ต้องเฝ้าระวังซึ่งจะต้องบริหารความเสี่ยงโดยให้ความสนใจเฝ้าระวัง (ตัวอย่าง ความเสี่ยง B ระดับคะแนนความเสี่ยงเท่ากับ 9)
ต่ำ	1-3	ความเสี่ยงที่ใช้วิธีควบคุมปกติไม่ต้องการจัดการเพิ่มเติม (ตัวอย่าง ความเสี่ยง A ระดับคะแนน ความเสี่ยงเท่ากับ 3)

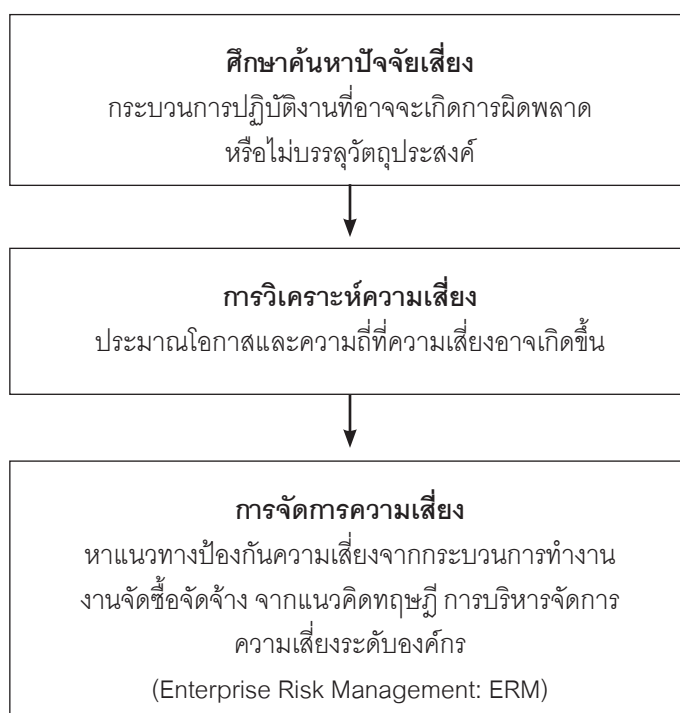
3 การบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk Management : ERM) เป็นกระบวนการที่บุคลากรทั่วทั้งองค์กรได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ และคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ หรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นรวมทั้งระบุแนวทางในการจัดการกับความเสี่ยงดังกล่าว ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม หรือยอมรับได้เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุในวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ตามกรอบวิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กร (กรมบัญชีกลาง, 2561)

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้าง ตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การวิเคราะห์ และจัดลำดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง ต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายของส่วนงานหรือหน่วยงานภายในส่วนงาน สามารถอธิบายดังนี้ โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง หมายถึง ความถี่หรือโอกาสที่ จะเกิดเหตุการณ์

ความเสี่ยง ผลกระทบ หมายถึง ขนาดความรุนแรงของความเสียหายที่จะเกิดขึ้น หากเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง จะขึ้นอยู่กับ การบริหารความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้างของนักวิชาการพัสดุ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ค้นคว้า และ รวบรวมข้อมูลวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในเรื่องแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้ 1. แนวคิดและเอกสารเกี่ยวกับงานพัสดุและการจัดซื้อจัดจ้าง 2. การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ด้วยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) 3. การประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงาน การจัดซื้อจัดจ้าง (Risk Assessment) 4. การบริหารจัดการความเสี่ยงระดับองค์กร (Enterprise Risk Management : ERM) ดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



5. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากงบประมาณกองทุนวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปี พ.ศ. 2562 เลขที่สัญญา R11/2562

6. วิธีดำเนินการวิจัย

6.1 ประชากร คือ นักวิชาการพัสดุ จำนวนทั้งสิ้น 52 คน สังกัดมหาวิทยาลัยบูรพา

6.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักวิชาการพัสดุ จำนวนทั้งสิ้น 52 คน ที่ทำงานในมหาวิทยาลัยบูรพา โดยได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากตำแหน่งงานของผู้เข้าร่วมวิจัยจะต้องเป็นนักวิชาการพัสดุ ความความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง

6.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะและจำนวนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถามมี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามแนวคิดของ Modified Likert Scale 5 ระดับสอบถาม

เกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง ได้แก่ กระบวนการทำงาน ความเสี่ยง ระดับความเสี่ยงเดิม (ประกอบด้วยโอกาสเกิดและผลกระทบ) การจัดการความเสี่ยงปัจจุบัน ความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (ประกอบด้วยโอกาสเกิดและผลกระทบ) การจัดการความเสี่ยงเพิ่มเติม

ผู้วิจัยดำเนินการพินิจพิเคราะห์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยทำการยื่นขอการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย ในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา และได้ผ่านการพิจารณา จากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา รับรองผลการพิจารณาตาม (หมายเลขใบรับรองที่ 161/2562) ออกให้ ณ วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2562

6.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง โดยหาค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการเทียบผลด้วยตารางวิเคราะห์ความเสี่ยง CRP Risk Category ตามระดับความเสี่ยง และผลกระทบ (เมธา สุวรรณสาร, 2555)

7. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงานทางวิชาการ หน่วยงาน/คณะ ระยะเวลาการทำงานในมหาวิทยาลัยบูรพา ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ในตำแหน่งจัดซื้อจัดจ้าง ความถี่ที่ท่านอยู่ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง พบ. การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และจำนวนครั้งที่ท่านพบว่ามีข้อผิดพลาดหรือทุจริตในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560

ตอน 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏ ดังรายละเอียดในตาราง 2

ตาราง 2 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 52)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	4	7.7
หญิง	48	92.3
รวม	52	100.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	10	19.2
25-29 ปี	5	9.6
30-34 ปี	8	15.4
35-39 ปี	7	13.5
40-44 ปี	3	5.8
45-49 ปี	13	25.0
50-54 ปี	5	9.6
55-59 ปี	1	1.9
60 ปีขึ้นไป	-	-
รวม	52	100.00
3. ตำแหน่งงานทางวิชาการ		
นักวิชาการพัสดุ	51	98.1
นักวิชาการเงินและบัญชี	1	1.9
รวม	52	100.00
4. ระยะเวลาในการทำงานในมหาวิทยาลัยบูรพา		
ต่ำกว่า 5 ปี	5	9.6
5-9 ปี	17	32.7
10-14 ปี	9	17.3
15-19 ปี	4	7.7
20-24 ปี	11	21.2
25-29 ปี	5	9.6
30 ปีขึ้นไป	1	1.9
รวม	52	100.00

ตาราง 2 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 52) (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
5. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่า ป.ตรี	1	1.9
ปริญญาตรี	35	67.3
ปริญญาโท	16	30.8
ปริญญาเอก	0	0
อื่น ๆ (ระบุ)	0	0
รวม	52	100.00
6. ประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งจัดซื้อจัดจ้าง		
น้อยกว่า 1 ปี	2	3.8
1-2 ปี	6	11.5
3-5 ปี	7	13.5
5-10 ปี	14	26.9
10-15 ปี	1	1.9
15-20 ปี	21	40.5
20 ปีขึ้นไป	1	1.9
รวม	52	100.00
7. ความถี่ที่ท่านอยู่ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง พรบ. การจัดซื้อจัดจ้าง และบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560		
1 ครั้ง	1	1.9
2-3 ครั้ง	0	0
3-5 ครั้ง	15	28.8
5-10 ครั้ง	16	30.8
มากกว่า 10 ครั้ง	20	38.5
รวม	52	100.00
8. จำนวนครั้งที่ท่านพบว่ามีข้อผิดพลาดหรือทุจริตในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง		
1 ครั้ง	0	0
2-3 ครั้ง	5	9.6
3-5 ครั้ง	8	15.4
5-10 ครั้ง	0	0
มากกว่า 10 ครั้ง	39	75.0
ไม่เคยพบ	0	0
รวม	52	100.00

จากตาราง 2 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.3 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 7.7

อายุ ส่วนใหญ่ระหว่าง 45-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา รองลงมาอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็น ร้อยละ 19.2 อายุระหว่าง 30-34 ปี ร้อยละ 15.4 อายุระหว่าง 35-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5 อายุระหว่าง 25-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 5 อายุระหว่าง 50-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.6 อายุระหว่าง 40-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.8 และน้อยที่สุด มีอายุระหว่าง 55-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตำแหน่งงานทางวิชาการ ส่วนใหญ่นักวิชาการพัสดุ คิดเป็นร้อยละ 98.1 และนักวิชาการเงิน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ระยะเวลาในการทำงานในมหาวิทยาลัยบูรพา ส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 5-9 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมา มีระยะเวลาการทำงานอยู่ระหว่าง 20-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.2 ระยะเวลาการทำงานอยู่ระหว่าง 10-14 ปี คิดเป็น ร้อยละ 17.3 ระยะเวลาการทำงานอยู่ระหว่าง 25-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.6 ระยะเวลาการทำงานต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็น ร้อยละ 9.6 ระยะเวลาการทำงานอยู่ระหว่าง 15-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.7 และน้อยที่สุด ได้แก่ ระยะเวลาการทำงาน 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.9

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67.3 รองลงมา ระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 30.8 และน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับต่ำกว่า ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.9 และไม่พบผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาเอก และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0

ประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งจัดซื้อจัดจ้าง ส่วนใหญ่อยู่ที่ระหว่าง 15-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา มีประสบการณ์ระหว่าง 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.9 มีประสบการณ์ระหว่าง 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5 มีประสบการณ์ ระหว่าง 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.5 มีประสบการณ์น้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีประสบการณ์ระหว่าง 10-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.9 และมีประสบการณ์ 20 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.9

ความถี่ที่ทํานอยู่ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง พรบ. การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ส่วนใหญ่ได้แก่มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมา 5-10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.8 ต่อมา 3-5 ครั้ง คิดเป็น ร้อยละ 28.8 น้อยที่สุด ได้แก่ จำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.9 และไม่พบผู้ที่มีความถี่อยู่ในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง พรบ. การจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 จำนวน 2-3 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 0

จำนวนครั้งที่ท่านพบว่า มีข้อผิดพลาดหรือทุจริตในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ส่วนใหญ่ มากกว่า 10 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.4 น้อยที่สุด 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9.6 และไม่พบ ผู้ที่มี ข้อผิดพลาดหรือทุจริตในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง จำนวน 1 ครั้ง จำนวน 5-10 ครั้ง และผู้ที่ไม่เคยพบข้อผิดพลาด คิดเป็นร้อยละ 0

ตอน 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์โอกาสเกิดและผลกระทบจากการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง (n = 52)

กระบวนการทำงาน	โอกาสเกิด			ผลกระทบ			ระดับ
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	
1. ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ							
1.1 ขั้นตอนของกฎระเบียบ และข้อบังคับ (A1)	3.41	1.26	สูง	3.86	1.11	สูง	สูง
1.2 การปฏิบัติงานตามกฎระเบียบและข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง (A2)	3.14	1.23	ปานกลาง	3.78	1.09	ปานกลาง	ปานกลาง
1.3 ความยืดหยุ่นของกฎระเบียบและข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อให้มีการทำงานจนสำเร็จ และไม่ขัดแย้งกับกฎระเบียบและข้อบังคับ (A3)	3.41	1.22	สูง	3.59	1.11	สูง	สูง
1.4 ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับ และขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง (A4)	3.11	1.24	ปานกลาง	3.86	1.12	สูง	สูง
1.5 เมื่อพบปัญหาอันเกิดจากการเข้าใจผิดที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทุจริต สามารถหาแนวทางการแก้ไขได้ โดยไม่ผิดระเบียบ (A5)	3.16	1.22	ปานกลาง	3.24	1.12	ปานกลาง	ปานกลาง
1.6 กรมบัญชีกลางสามารถให้คำแนะนำของระเบียบข้อบังคับที่ไม่เข้าใจได้เป็นอย่างดี (A6)	3.14	1.22	ปานกลาง	3.35	1.10	ปานกลาง	ปานกลาง
2. ด้านผู้บริหารและนักวิชาการพัสดุ							
2.1 ผู้บริหารมีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง (B1)	2.60	1.35	ปานกลาง	3.36	1.45	ปานกลาง	ปานกลาง
2.2 ผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านพัสดุมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างอย่างทอ่งแท้ (B2)	2.64	1.34	ปานกลาง	3.42	1.43	สูง	สูง
2.3 ผู้บริหารมีการกำกับดูแลและติดตามผลการจัดซื้อจัดจ้างจนแล้วเสร็จ (B3)	2.82	1.34	ปานกลาง	3.48	1.40	สูง	สูง
2.4 ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามแผนงานโดยให้ความสำคัญต่อกฎระเบียบและข้อบังคับ (B4)	2.85	1.35	ปานกลาง	3.54	1.40	สูง	สูง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์โอกาสเกิดและผลกระทบจากการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง (n = 52) (ต่อ)

กระบวนการทำงาน	โอกาสเกิด			ผลกระทบ			ระดับ
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	
2.5 นักวิชาการพัสดุ มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง (B5)	2.97	1.35	ปานกลาง	3.60	1.39	สูง	สูง
2.6 นักวิชาการพัสดุ มีความละเอียดรอบคอบในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง (B6)	3.27	1.32	ปานกลาง	3.39	1.36	ปานกลาง	ปานกลาง
2.7 นักวิชาการพัสดุ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างอย่างถ่องแท้ (B7)	2.97	1.28	ปานกลาง	3.43	1.16	สูง	สูง
2.8 นักวิชาการพัสดุ มีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามผู้บริหาร โดยไม่คำนึงถึงกฎและข้อบังคับ (B8)	3.15	1.26	ปานกลาง	3.31	1.26	ปานกลาง	ปานกลาง
3. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน							
3.1 นักวิชาการพัสดุ มีขั้นตอนการดำเนินงานของงานพัสดุ และแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน (C1)	3.22	1.32	ปานกลาง	3.51	1.33	ปานกลาง	ปานกลาง
3.2 นักวิชาการพัสดุที่รับผิดชอบงานการจัดซื้อจัดจ้าง มีความรู้และความเข้าใจเรื่องกระบวนการปฏิบัติงาน (C2)	3.03	1.31	ปานกลาง	3.38	1.32	ปานกลาง	ปานกลาง
3.3 นักวิชาการพัสดุ มีการปฏิบัติตามขั้นตอนระเบียบข้อบังคับที่กำหนดมีความแม่นยำและพบข้อผิดพลาดค่อนข้างน้อย (C3)	2.95	1.33	ปานกลาง	3.30	1.34	ปานกลาง	ปานกลาง
3.4 นักวิชาการพัสดุมีการจัดทำคู่มือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (C4)	3.05	1.34	ปานกลาง	3.00	1.33	ปานกลาง	ปานกลาง
3.5 เมื่อมีการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบแล้ว พบปัญหาในการทำงาน มีการรายงานปัญหาให้ผู้บริหารทราบ (C5)	3.49	1.35	สูง	3.35	1.33	ปานกลาง	สูง
3.6 การรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างหลังจากที่ดำเนินการแล้ว (C6)	3.46	1.35	สูง	3.27	1.30	ปานกลาง	สูง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์โอกาสเกิดและผลกระทบจากการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง (n = 52) (ต่อ)

กระบวนการทำงาน	โอกาสเกิด			ผลกระทบ			ระดับ
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	
4. ด้านกิจกรรมควบคุมภายใน							
4.1 หน่วยงานมีการกำหนดนโยบายและแผนงานการตรวจสอบควบคุมภายในตามที่กำหนดในข้อบังคับ และกฎระเบียบของการจัดซื้อจัดจ้าง (D1)	2.89	1.15	ปานกลาง	3.35	1.18	ปานกลาง	ปานกลาง
4.2 การแบ่งแยกหน้าที่การจัดซื้อจัดจ้างก่อนทำการจัดซื้อจัดจ้าง (D2)	2.86	1.15	ปานกลาง	2.95	1.18	ปานกลาง	ปานกลาง
4.3 หน่วยงานมีบุคลากรที่รับผิดชอบตรวจสอบเอกสารการจัดซื้อจัดจ้างก่อนทำการจัดซื้อ จัดจ้าง (D3)	3.08	1.17	ปานกลาง	3.30	1.20	ปานกลาง	ปานกลาง
4.4 นักวิชาการพัสดุมีการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดซื้อ จัดจ้างไม่ทำตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ (D4)	2.59	1.18	ปานกลาง	3.00	1.21	ปานกลาง	ปานกลาง
4.5 หน่วยงานจัดให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาผู้ปฏิบัติงานพัสดุ เพื่อให้เกิดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง (D5)	2.95	1.19	ปานกลาง	2.92	1.22	ปานกลาง	ปานกลาง
5. ด้านการวัดผลการปฏิบัติงาน การติดตามผล และการรายงานผล							
5.1 นักวิชาการพัสดุขาดการรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างให้หน่วยงานที่รับผิดชอบทราบอย่างรวดเร็ว (E1)	2.59	1.01	ปานกลาง	2.84	1.07	ปานกลาง	ปานกลาง
5.2 ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดซื้อซื้อจ้างไม่สามารถทราบผลการจัดซื้อจัดจ้างได้ในทันที (E2)	2.54	1.01	ปานกลาง	2.92	1.06	ปานกลาง	ปานกลาง
5.3 หน่วยงานขาดกระบวนการติดตามผล การปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้างที่ชัดเจน (E3)	2.54	1.00	ปานกลาง	3.00	1.07	ปานกลาง	ปานกลาง
5.4 หากเกิดความผิดพลาดหน่วยงานจัดให้มีการแก้ไขในทันที (E4)	2.86	1.02	ปานกลาง	2.84	1.08	ปานกลาง	ปานกลาง

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยของการวิเคราะห์โอกาสเกิดและผลกระทบจากการประเมินความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้าง (n = 52) (ต่อ)

กระบวนการทำงาน	โอกาสเกิด			ผลกระทบ			ระดับ
	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	$\bar{X}$	SD	ความหมาย	
6. ด้านวิธีการติดต่อสื่อสาร							
6.1 ขาดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างนักวิชาการพัสดุกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (F1)	2.59	1.07	ปานกลาง	2.92	1.09	ปานกลาง	ปานกลาง
6.2 ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้างระหว่างนักวิชาการพัสดุกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (F2)	2.57	1.06	ปานกลาง	2.92	1.09	ปานกลาง	ปานกลาง
6.3 การให้ข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้างภายในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ถูกต้องชัดเจนและไม่ต่อเนื่อง (F3)	2.70	1.07	ปานกลาง	2.92	1.09	ปานกลาง	ปานกลาง

จากรูปภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงจากกระบวนการทำงานการจัดซื้อจัดจ้างที่มีผลกระทบสูงประกอบด้วยดังนี้

A1 : ขั้นตอนของกฎระเบียบและข้อบังคับการปฏิบัติงานสอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง มีโอกาสเกิด 3.41 อยู่ในระดับสูง ผลกระทบ 3.86 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

A3 : ความยืดหยุ่นของกฎระเบียบและข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างเอื้อให้การทำงานจนสำเร็จ และไม่ขัดแย้งกับกฎระเบียบข้อบังคับ มีโอกาสเกิด 3.41 อยู่ในระดับสูง ผลกระทบ 3.59 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

A4 : ความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานและความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับ และขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง มีโอกาสเกิด 3.11 อยู่ในระดับสูง ผลกระทบ 3.86 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

B2 : ผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านพัสดุ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างอย่างท่องแท้ มีโอกาสเกิด 2.64 อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบ 3.42 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

B3 : ผู้บริหารมีการกำกับดูแลและติดตามผลการจัดซื้อจัดจ้างจนแล้วเสร็จ มีโอกาสเกิด 2.82 อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบ 3.48 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

B4 : ผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามแผนงานโดยให้ความสำคัญต่อกฎระเบียบ และข้อบังคับ มีโอกาสเกิด 2.85 อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบ 3.54 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

B5 : นักวิชาการพัสดุ มีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง มีโอกาสเกิด 2.97 อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบ 3.60 อยู่ในระดับสูงและระดับความเสี่ยงสูง

B7 : นักวิชาการพัสดุ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง อย่างถ่องแท้ มีโอกาสเกิด 2.97 อยู่ในระดับปานกลาง ผลกระทบ 3.43 อยู่ในระดับสูง และระดับความเสี่ยงสูง

C5 : เมื่อมีการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบแล้ว พบปัญหาในการทำงาน มีการรายงานปัญหาให้ผู้บริหารทราบ มีความเคร่งครัด ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง มีโอกาสเกิด 3.49 อยู่ในระดับสูง ผลกระทบ 3.35 อยู่ในระดับปานกลาง และระดับความเสี่ยงสูง

C6 : การรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้าง หลังจากที่ได้ดำเนินการแล้ว มีโอกาสเกิด 3.46 อยู่ในระดับสูง ผลกระทบ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง และระดับความเสี่ยงสูง

รูปภาพประกอบ 2 ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยง

Risk Assessment Matrix			โอกาสเกิด				
			1	2	3	4	5
			ต่ำมาก	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
ผลกระทบ	สูงมาก	5					
	สูง	4			B2 B3 B4 B5 B7 C6	A1 A3 A4	
	ปานกลาง	3				C5	
	ต่ำ	2					
	ต่ำมาก	1					

8. สรุปผลการวิจัย

การประเมินความเสี่ยงในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง และการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.2560 วิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Bidding) ของนักวิชาการพัสดุ ในมหาวิทยาลัยบูรพา มีแนวทางการป้องกันความเสี่ยงจากงานที่มีความเสี่ยงสูงก่อน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยง และข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บข้อมูลการวิจัยจากนักวิชาการพัสดุ มหาวิทยาลัยบูรพา สรุปได้ดังนี้

1. ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ มีความเสี่ยงในระดับสูง มีโอกาสและผลกระทบในระดับสูง สรุปได้ว่า กระบวนการทำงานที่สอดคล้องกับกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง และมีการทำงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีความรู้ ความเข้าใจ กับกฎระเบียบ ข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้าง เพื่อให้การดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างมีทิศทางไปในทางเดียวกันอย่างถูกต้องตามกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง

1. ด้านผู้บริหารและนักวิชาการพัสดุ มีความเสี่ยงในระดับสูง มีโอกาสเกิดในระดับปานกลาง ผลกระทบในระดับสูง สรุปได้ว่า ผู้บริหารและนักวิชาการพัสดุ เป็นผู้ปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งทราบดีว่าการปฏิบัติงานภายใต้ความเสี่ยงสูงเช่นกัน จึงมีความจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้างอย่างถ่องแท้ ทั้งนี้การทำงานในการกำกับดูแลของผู้บริหาร และมีการติดตามผลจนเสร็จสิ้นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง

เพื่อป้องกันโอกาสการเกิดปัญหาระหว่างการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่จะส่งผลกระทบและความเสียหายต่อไป

2. ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน มีความเสี่ยงในระดับสูง มีโอกาสเกิดในระดับปานกลาง ผลกระทบในระดับสูง สรุปได้ว่า กระบวนการปฏิบัติงานของนักวิชาการพัสดุ ที่ต้องปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับการจัดซื้อจัดจ้าง ในทางเดียวกันในกฎระเบียบข้อบังคับ ดังกล่าวนั้นมีการกำหนดแนวทาง แผนการดำเนินงานอย่างชัดเจน นักวิชาการพัสดุสามารถป้องกันโอกาสการเกิดความเสี่ยงได้ โดยผู้ปฏิบัติงานต้องมีความเคร่งครัดในการปฏิบัติตามกฎระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง และมีการรายงานผลการจัดซื้อจัดจ้างเมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง 1 โครงการ เพื่อป้องกันการเกิดความเสี่ยงที่ทำให้นักวิชาการพัสดุและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้รับผลกระทบ

3. ด้านกิจกรรมควบคุมภายใน มีความเสี่ยงในระดับปานกลาง มีโอกาสและผลกระทบในระดับปานกลาง สรุปได้ว่า หน่วยงานมีการกำหนดนโยบายและแผนงานการตรวจสอบควบคุมภายในตามที่กำหนดในข้อบังคับ และกฎระเบียบการจัดซื้อจัดจ้าง มีการแบ่งแยกหน้าที่การจัดซื้อจัดจ้างชัดเจน มีการกำหนดบุคลากรที่รับผิดชอบตรวจสอบเอกสารการจัดซื้อจัดจ้างก่อนดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ อีกทั้งยังมีการจัดฝึกอบรม และพัฒนาผู้ปฏิบัติงานพัสดุ เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ

4. ด้านการวัดผลการปฏิบัติงาน การติดตามผล และการรายงานผล มีความเสี่ยงในระดับปานกลาง มีโอกาสการเกิดและผลกระทบในระดับปานกลาง สรุปได้ว่า นักวิชาการพัสดุ ผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการปฏิบัติงาน และการรายงานผลอย่างรวดเร็ว สามารถดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ ได้ทันที และเมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินการ หน่วยงานสามารถจัดให้มีการแก้ไขได้ทันที

5. ด้านวิธีการติดต่อสื่อสาร มีความเสี่ยงในระดับปานกลาง มีโอกาสการเกิดและผลกระทบในระดับปานกลาง สรุปได้ว่า นักวิชาการพัสดุ ผู้ปฏิบัติงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการประสานงานและความร่วมมือ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการจัดซื้อจัดจ้าง ระหว่างนักวิชาการพัสดุด้วยกัน และกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้อย่างทันเหตุการณ์ต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า การบริหารความเสี่ยงของกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้างให้มีประสิทธิภาพ นั้นนักวิชาการพัสดุ ควรนำเอาวิทยาการหรือศิลปะในการบริหารงานมาใช้ในการจัดการเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทั้งปวง เพื่อสนับสนุน และสนองความต้องการในการปฏิบัติงานของหน่วยงานหรือโครงการ ให้ดำเนินไปตามเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ ให้เกิดประสิทธิภาพแล้วคุ้มค่าสูงสุด อีกทั้งการบริหารจัดการพัสดุสมัยใหม่ จำเป็นต้องนำหลักการ วิธีการ กรอบแนวทางหรือแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ทางด้านการบริหาร (คัสกีย์ ประเสริฐวาทิ, 2553) สอดคล้องกับเฉลิมชัย อุทการ, (2562) พบว่า ปัจจัยการบริหารงานพัสดุ ด้านการจัดหาพัสดุ ด้านการควบคุมพัสดุ ด้านการซ่อมบำรุง และด้านการจำหน่ายพัสดุ มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ โดยรวม สอดคล้องกับ กานต์ธีรา พลบุตร, (2562) กล่าวว่า กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยง เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการดำเนินองค์กร เพราะเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยปรับเปลี่ยนผลักดันองค์กรได้ ในสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และจะสามารถอยู่รอดได้ในอนาคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการประเมินความเสี่ยงของกระบวนการทำงานงานจัดซื้อจัดจ้างของนักวิชาการพัสดุ สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหน่วยงานอื่น ๆ ที่ใช้ระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างต่อไป

2. ผู้บริหารและพนักงานมหาวิทยาลัยบูรพาที่รับผิดชอบหรือเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อจัดจ้าง ได้ตระหนักและรับรู้ถึงปัจจัยเสี่ยงจากกระบวนการทำงานและสามารถหาแนวทาง ในการบริหารจัดการและควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3. นักวิชาการพัสดุผู้ปฏิบัติงานมหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยอื่นในกำกับของรัฐและเอกชน เกิดความตระหนักและรับรู้ความเสี่ยงในการปฏิบัติหน้าที่รับผิดชอบงานจัดซื้อจัดจ้างโดยตรง และเป็นบุคคลที่สามารถถ่ายทอดข้อมูลให้กับผู้ที่รับผิดชอบ หรือเกี่ยวข้องกับงานจัดซื้อจัดจ้าง ได้ตระหนักและรับรู้ถึงปัจจัยเสี่ยงจากกระบวนการทำงานสามารถหาแนวทางในการบริหารจัดการ และควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยกับผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับงานการจัดซื้อจัดจ้างที่ไม่ใช่ตำแหน่งงานนักวิชาการพัสดุ เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นจัดเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปฏิบัติงาน จึงควรมีความรู้ ความเข้าใจในกฎระเบียบข้อบังคับอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันความเสี่ยง และความเสียหายต่อตัวบุคคลและองค์กร และเพื่อให้การปฏิบัติงานการจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพ

2. ควรให้มีการจัดทำ E-Book หรือผลิตสื่อออนไลน์เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง สำหรับนักวิชาการพัสดุ และผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ใช่ตำแหน่งงานนักวิชาการพัสดุ ที่ต้องรับผิดชอบหน้าที่เกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง และเพื่ออำนวยความสะดวกกับผู้ปฏิบัติงานจัดซื้อจัดจ้าง

เอกสารอ้างอิง

กรมบัญชีกลาง. (2561). คู่มือการจัดซื้อจัดจ้างโดยวิธีการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding). หน่วยงานภาครัฐ. กรุงเทพฯ.

กระทรวงการคลัง. (2563). คู่มือการบริหารจัดการความเสี่ยงสำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563. ค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2563, จาก <https://psdg.mof.go.th/th/view/attachment/file/3135303038/%>

กานตธีรา พลบุตร. (2562). กลยุทธ์การบริหารความเสี่ยงที่ส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กร : การศึกษาเชิงประจักษ์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเลย. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 11(4), 55-65.

ศศิกร ประเสริฐวาทิ. (2553). การบริหารงานพัสดุโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใสของฝ่ายพัสดุ กองคลัง กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

เฉลิมชัย อุทการ. (2562). ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการบัญชีและการจัดการ, 11(4), 55-65.

พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. (2560) ราชกิจจานุเบกษาฉบับกฤษฎีกา, 134 (ตอนที่ 24 ก), 13-54.

เมธา สุวรรณสาร. (2555). แนวทาง/กรอบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.itgthailand.com/>

Bowers, C. A. (1987). *Elements of a Post-liberal Theory of Education*. New York : Teachers College Press.

Lee, L., & Dobler, D. W. (1977). *Purchasing and Materials Management : Text and Cases* (3rded.). New York : McGraw-Hill.

การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซ็ท

The Loss Reduction from Downtime by Improving Overall Equipment Effectiveness and Speed Controlling in the Offset Printing Process

พงษ์ณัฐ สุทธิกุลสมบัติ* และปณัฏพร เรืองเชิงชุม²

Pongnat Suttikulsombat* and Panutporn Ruangchoengchum²

Received : July 21, 2020 Revised : August 14, 2020 Accepted : August 18, 2020

บทคัดย่อ

การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักร ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรทั้งอัตราการเดินเครื่อง ประสิทธิภาพในการเดินเครื่องและอัตราคุณภาพงานวิจัยนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซ็ท โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 12 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแผนภูมิการไหลของงาน วิเคราะห์เวลาที่สูญเสียรวมถึงวัดประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็ว ผลการวิจัยพบว่า เมื่อวิเคราะห์ความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรเกิดการหยุดมากถึง 135 ชั่วโมงหรือคิดเป็นร้อยละ 25.71 ของเวลาการหยุดเครื่องจักรทั้งหมดผู้วิจัยจึงเสนอการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซ็ท พบว่าค่าอัตราการเดินเครื่องเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 90.55 เป็น 91.27 ขณะที่อัตราสมรรถนะในการเดินเครื่องเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 77.09 เป็น 80.12 และอัตราคุณภาพเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 97.29 เป็น 98.80 ส่งผลให้ค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 72.25 และสามารถเพิ่มอัตราความเร็วได้มากถึง 0.38 นาทีต่อชิ้นงาน ผู้วิจัยจึงได้เสนอให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซ็ทซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงพิมพ์ได้ต่อไป

คำสำคัญ : การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร ประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร การควบคุมอัตราความเร็ว กระบวนการพิมพ์แบบออฟเซ็ท

* นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* Graduate Student, Master of Business Administration, College of Graduate Study in Management, KhonKaen University, E-mail : pongnat_s@kkumail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² Assistant Professor, Ph.D., College of Graduate Study in Management, KhonKaen University

Abstract

The loss reduction of the offset printing production process has played a crucial role in measuring the overall equipment effectiveness (OEE), as it can boost productivity. The objective of this study was to investigate the downtime reduction in the offset printing production process by employing the OEE measures and controlling the manufacturing speed. The data was collected from 12 key informants through participant observation, an in-depth interview, and a focus group. The information analyzed a flowchart and downtime losses by measuring the OEE and controlling the production speed. Prior to the use of the enhancement of the OEE and manufacturing speed control, the machine ceased activities during the printing process that took up to 135 hours or 25.71%. The researcher then proposed the downtime reduction in the offset printing production processing method by employing the OEE measures and controlling manufacturing speed. It was found that the availability rate rose from 90.55 to 91.27, the performance efficiency increased from 77.09 to 80.12, and the quality rate rose from 97.29 to 98.80. Thus, it could be stated that the OEE was boosted up to 72.25% resulting in a higher productivity at 0.38. The researcher, thus, suggested that the entrepreneurs place importance on the downtime reduction in offset printing production processes, as this could shorten the machine's malfunctioning and decrease the manufacturing times, which would be beneficial to the printing industry.

Keywords : Downtime loss reduction, Overall Equipment Effectiveness, Speed controlled, Offset printing process

1. บทนำ

กระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต (Offset) เป็นเทคโนโลยีการพิมพ์ที่สามารถรองรับการผลิตใหม่ ๆ ด้วยเครื่องพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่น (Sheet feed off-set Printing) ซึ่งมีความสำคัญต่อความสามารถในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ออฟเซตรูปแบบโฆษณาต่าง ๆ ทำให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ยังใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการพิมพ์ใหม่ ๆ (Shah, 2019) จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงพิมพ์ออฟเซตมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2560) ได้กล่าวถึง มูลค่าทางการตลาดของธุรกิจโรงพิมพ์ยังเติบโตได้มากกว่า 3 แสนล้านบาทต่อปี เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสื่อสิ่งพิมพ์ดังเช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจเวชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง และธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (E-Commerce) จึงส่งผลให้ธุรกิจโรงพิมพ์ยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจโรงพิมพ์ออฟเซตจึงต้องอาศัยเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะความเร็วในการเดินเครื่องจักรในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต เพื่อให้สามารถตอบสนองได้ทันต่อความต้องการของลูกค้า (วิภาญจน์ ทาพันธ์, 2563)

ธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี เป็นหนึ่งในธุรกิจโรงพิมพ์ออฟเซตในจังหวัดชัยภูมิ ที่สามารถผลิตงานพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่น อย่างไรก็ตามในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตกลับพบความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร โดยเฉพาะเครื่องพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่นเฉลี่ยมากถึง 135 ชั่วโมงต่อการทำงานทั้งหมด 1,260 ชั่วโมง ส่งผลให้อัตราความเร็วในการผลิตลดลงเฉลี่ยถึง 0.43 นาทีต่อชิ้นงาน ซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 0.3 นาทีต่อชิ้นงาน (ฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี, 2563)

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า ส่วนใหญ่ได้ศึกษาถึงการสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร ตั้งแต่ประเด็นการประเมินคุณภาพของวัตถุดิบเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตสิ่งพิมพ์ (Moreira et al., 2018) รวมถึงการปรับค่าการใช้หมึกในกระบวนการพิมพ์ (Varepo et al., 2017) การปรับสมดุลของอัตราในการใช้น้ำและหมึกในระหว่างการพิมพ์ (Blagodir et al., 2016) ตลอดจนการปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์บรรจุผลิตภัณฑ์ (Magdy, 2016) และการใช้ประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรในการตรวจจับสินค้าที่มีข้อบกพร่องหลังกระบวนการผลิต (Zhang et al., 2019) แต่ส่วนน้อยยังไม่ได้ศึกษาถึงการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Effectiveness : OEE) ร่วมกับการควบคุมอัตราความเร็ว (Takt Time : T/T) ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตทั้งที่การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรสามารถนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานของเครื่องจักร ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรทั้งอัตราการเดินเครื่อง อัตราสมรรถนะในการเดินเครื่องและอัตราคุณภาพส่งผลให้สามารถควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต โดยศึกษาจากธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรีในจังหวัดชัยภูมิเป็นกรณีศึกษาภายใต้ขอบเขตของการวิจัยซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ดังเช่นหนังสือขาวดำที่มีจำนวนไม่เกิน 40 หน้าเพื่อหาทางลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรและนำไปประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจโรงพิมพ์ออฟเซตและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร

Hutchins (1999) และ Rusman และคณะ (2019) ได้กล่าวถึงความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรว่าเป็นความสูญเสียที่เกิดจากเครื่องจักรที่ขัดข้องหรือมีการหยุดการทำงานเล็กน้อยในระยะเวลาสั้น ๆ ส่งผลให้เกิดการเดินเครื่องเปล่า (Idling and minor stop) ทำให้สูญเสียเวลาดังนั้นการวิจัยนี้จึงนำแนวคิดนี้เพื่อทางลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการประยุกต์ใช้ประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพการใช้งานของเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตต่อไป

2.2 ประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร

Nahmias (2005) และ Tsarouhas (2019) ได้กล่าวถึง ประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ว่าเป็นการวัดเพื่อประเมินสภาพการใช้งานของเครื่องจักรหรือความพร้อมและความสามารถของเครื่องจักรว่ามีสถานะความพร้อมใช้งานเป็นอย่างไร เพื่อหาทางลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร โดยกำหนดการวัดหน่วยเป็นร้อยละ (%) ซึ่งหากค่า OEE ที่ได้มีค่าสูง แสดงว่าสมรรถนะการทำงานของเครื่องจักรสูง สามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยได้กำหนดการหาค่า OEE จากการคำนวณอัตราการเดินเครื่อง (Availability Rate : A) อัตราสมรรถนะ (Performance Efficiency : P) และอัตราคุณภาพ (Quality Rate : Q) ดังนี้

$$OEE = \text{อัตราเดินเครื่อง} \times \text{อัตราสมรรถนะเครื่อง} \times \text{อัตราคุณภาพ} \quad (1)$$

2.2.1 อัตราการเดินเครื่อง (A) เกี่ยวข้องกับการแสดงความพร้อมของเครื่องจักรในการทำงาน โดยเปรียบเทียบระหว่างเวลาเดินเครื่องกับเวลารับภาระงาน ตามสูตรคำนวณที่ Nahmias (2005) และ Tsarouhas (2019) กล่าวถึงดังนี้

$$\text{อัตราการเดินเครื่อง} = \frac{\text{เวลารับภาระงาน} - \text{เวลาที่เครื่องจักรหยุด}}{\text{เวลารับภาระงาน}}$$

$$\text{อัตราการเดินเครื่อง} = \frac{\text{เวลาเดินเครื่อง}}{\text{เวลารับภาระงาน}} \quad (2)$$

จากสูตรคำนวณข้างต้น ได้กำหนดเวลารับภาระงานซึ่งเกี่ยวข้องกับเวลาที่ต้องให้เครื่องจักรทำงานใน 1 วัน หรือ 1 เดือน ลบด้วยเวลาที่เครื่องจักรหยุดซึ่งเกี่ยวข้องกับเวลาที่ต้องหยุดเดินเครื่องกะทันหันโดยไม่มีการวางแผนล่วงหน้า ดังนั้น เวลาเดินเครื่องจึงเกี่ยวข้องกับเวลาที่เครื่องจักรทำงานลบด้วยเวลาที่สูญเสียเนื่องจากเครื่องจักรหยุดหรือเกิดการสูญเสียเวลาการปรับแต่งเครื่องจักรหรือเวลาที่เครื่องจักรทำงานอยู่จริง แล้วนำมาหารกับเวลารับภาระงาน

2.2.2 อัตราสมรรถนะ (P) เกี่ยวข้องกับสมรรถนะการทำงานของเครื่องจักร โดยการเปรียบเทียบระหว่างเวลาเดินเครื่องสุทธิกับเวลาเดินเครื่อง ตามสูตรคำนวณที่ Nahmias (2005) และ Tsarouhas (2019) กล่าวถึงดังนี้

$$\text{อัตราสมรรถนะ} = \frac{\text{เวลามาตรฐาน} \times \text{จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้}}{\text{เวลาเดินเครื่อง}}$$

$$\text{อัตราสมรรถนะ} = \frac{\text{เวลาเดินเครื่องสุทธิ}}{\text{เวลาเดินเครื่อง}} \quad (3)$$

จากสูตรคำนวณข้างต้น ได้กำหนดเวลาเดินเครื่องสุทธิ (Net Operating Time) เกี่ยวข้องกับเวลาเดินเครื่องจักรซึ่งมาจากการลบด้วยเวลาที่สูญเสียไปเนื่องจากเครื่องจักรเสียกำลัง ดังนั้นเวลาสูญเสียเนื่องจากเครื่องเสียกำลัง (Capacity Losses) จึงเกี่ยวข้องกับเวลาที่เครื่องจักรทำงานได้ไม่เต็มประสิทธิภาพในระหว่างทำการผลิต เช่น ไฟตก ทำให้เครื่องจักรเดินเครื่องได้ไม่ต่อเนื่องหรือเมื่อเปิดเครื่องใหม่ต้องรอเครื่องพร้อม เป็นต้น

2.2.3 อัตราคุณภาพ (Q) เกี่ยวข้องกับความสามารถในการผลิตที่ตรงตามข้อกำหนดของเครื่องจักรหรือตามข้อกำหนดของลูกค้าตามสูตรคำนวณที่ Nahmias (2005) และ Tsarouhas (2019) กล่าวถึงดังนี้

$$\text{อัตราคุณภาพ} = \frac{\text{จำนวนชิ้นงานทั้งหมด} - \text{จำนวนชิ้นงานเสีย}}{\text{จำนวนชิ้นงานทั้งหมด}}$$

$$\text{อัตราคุณภาพ} = \frac{\text{จำนวนชิ้นงานดี}}{\text{จำนวนชิ้นงานทั้งหมด}} \quad (4)$$

จากสูตรคำนวณข้างต้น ได้กำหนดความสามารถในการผลิตชิ้นงานดีตรงตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้น จำนวนชิ้นงานดีจึงเกี่ยวข้องกับจำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ทั้งหมดลบด้วยจำนวนชิ้นงานที่ผลิตที่ไม่ตรงตามความต้องการลูกค้า จึงเป็นชิ้นงานที่เสียหาย (Defect) หรือเป็นชิ้นงานที่มาแก้ไขซ้ำ (Rework) ขณะที่คุณภาพของกระบวนการจะเกี่ยวข้องกับจำนวนชิ้นงานดีที่ผลิตได้ตรงตามความต้องการลูกค้าหารด้วยจำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้ทั้งหมด

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงนำแนวคิด OEE มาคำนวณเพื่อวัดประสิทธิภาพการทำงานหรือความพร้อมของเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตพร้อมกับการควบคุมอัตราความเร็วต่อไป

2.3 การควบคุมอัตราความเร็ว

Adnan และคณะ (2016) ได้กล่าวถึงการควบคุมอัตราความเร็ว (Takt Time : T/T) ว่าสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการวัด OEE ด้วยการจัดสมดุลในการผลิต โดยอาศัยการควบคุมอัตราความเร็วในการผลิตซึ่งเชื่อมโยงระหว่างเวลาที่ใช้ในการผลิตสินค้า ตั้งแต่ต้นกระบวนการจนถึงที่สุดกระบวนการและจำนวนงานตามความต้องการของลูกค้า ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{การควบคุมอัตราเร็วในการผลิต (Takt Time)} = \frac{\text{เวลาที่ใช้ในการผลิตสินค้า}}{\text{จำนวนความต้องการสินค้า}} \quad (5)$$

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงนำแนวคิดนี้ มาประยุกต์ใช้เพื่อควบคุมอัตราความเร็วในระบบการพิมพ์แบบออฟเซตต่อไป

2.4 แผนภูมิกระบวนการไหล

Heizer และคณะ (2017) ได้กล่าวถึงแผนภูมิกระบวนการไหลที่สามารถนำมาวิเคราะห์กิจกรรมในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ ผู้ปฏิบัติงาน เครื่องจักรอุปกรณ์การเคลื่อนย้ายซึ่งนำมาศึกษาร่วมกับระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละกิจกรรม โดยกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในแผนภูมิกระบวนการไหลตามมาตรฐานของ American Society of Mechanical Engineers (ASME) ดังตาราง 1

ตาราง 1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในแผนภูมิกระบวนการไหลมาตรฐาน ASME

สัญลักษณ์	ความหมาย
	การดำเนินการ (Operation)
	การขนส่ง (Transportation)
สัญลักษณ์	ความหมาย
	การตรวจสอบ (Inspection)
	ความล่าช้า (Delay)
	การจัดเก็บ (Storage)

ที่มา : Heizer et al. (2017)

ดังนั้น การวิจัยนี้จึงนำแนวคิดนี้ มาวิเคราะห์รายละเอียดของแต่ละกิจกรรมในระบบการพิมพ์แบบออฟเซตเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุของความสูญเสียด้วย 5-Why Analysis และแผนผังต้นไม้ต่อไป

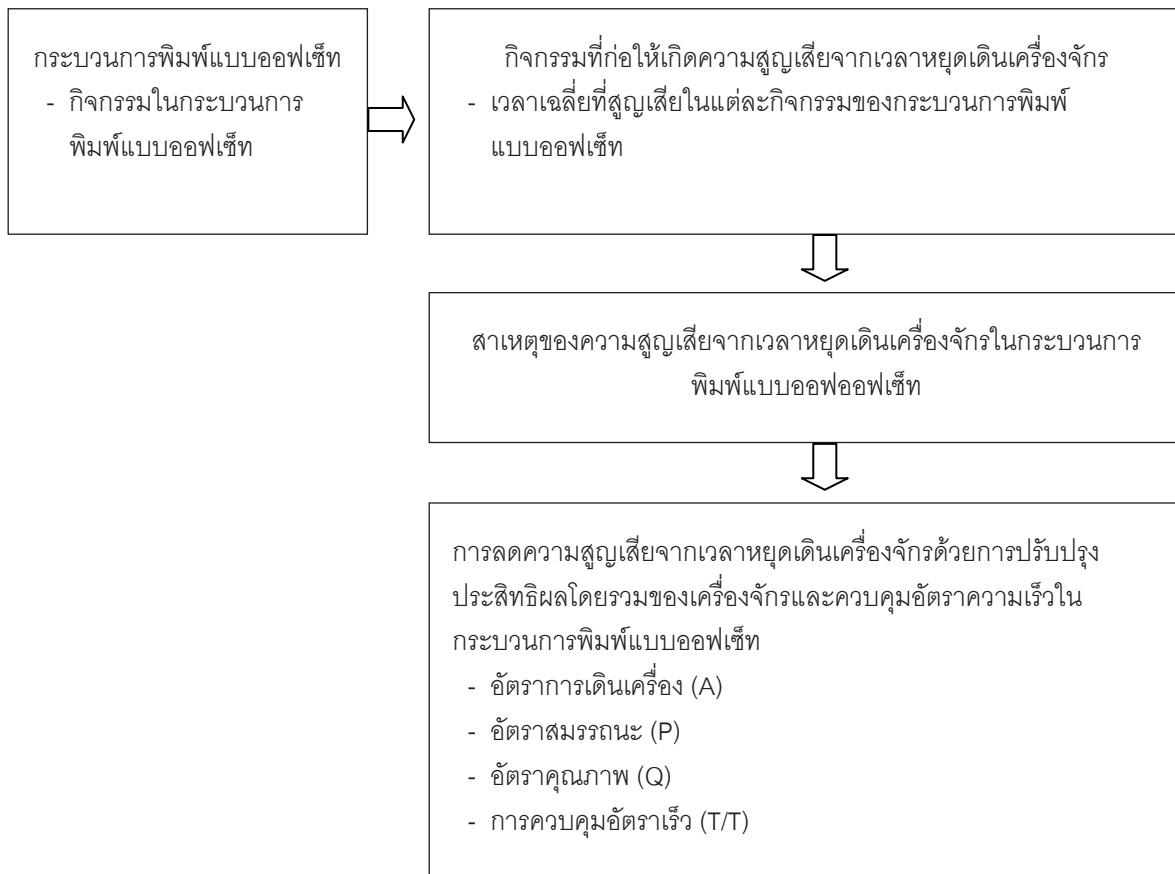
2.5 การวิเคราะห์หาสาเหตุด้วย 5-Why Analysis และแผนผังต้นไม้

Latino และคณะ (2019) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์หาสาเหตุด้วย 5-Why Analysis และแผนผังต้นไม้ (Tree diagram) ว่า 5-Why Analysis เป็นการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้น โดยการวิเคราะห์ด้วยการตั้งคำถามหาสาเหตุที่แท้จริงซึ่งเริ่มจากคำถามว่า อะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) โดยมีการเชื่อมโยงกับแผนผังต้นไม้เพื่อลำดับสาเหตุของปัญหาและนำข้อมูลของสาเหตุทั้งหมดมาเสนอรายละเอียดในรูปแบบของแผนผังต้นไม้เพื่อพิจารณาหาแนวทางในการแก้ไขต่อไป

2.6 กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิดทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในระบบการพิมพ์แบบออฟเซต ดังรูปภาพประกอบ 1 ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวความคิด



3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) โดยสังเกตลักษณะการปฏิบัติงานในกิจกรรมของกระบวนการพิมพ์ออฟเซตแบบป้อนแผ่น โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ขาว-ดำ ที่มีจำนวนหน้าไม่เกิน 40 หน้ารวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus group) ด้วยคำถามปลายเปิดโดยถามในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตรวมถึงสาเหตุและการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรซึ่งกำหนดกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive) จากตัวแทนผู้บริหารจำนวน 2 รายและตัวแทนผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้เครื่องจักรจำนวน 10 ราย เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) รวมทั้งหมด 12 ราย โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต รวมถึงมีประสบการณ์ในการใช้เครื่องพิมพ์ 2 สีของโรงพิมพ์

มากกว่า 1 ปีและมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป โดยในระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้เทปบันทึกเสียงในการบันทึกข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาด

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการและข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตรวมถึงความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรตลอดจนประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรและการควบคุมอัตราความเร็ว โดยเฉพาะการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ขาว-ดำ ที่มีจำนวนหน้าไม่เกิน 40 หน้า รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเวลาที่สูญเสียในกระบวนการพิมพ์จากบันทึกการใช้เครื่องพิมพ์แบบออฟเซตระหว่างเดือน ธันวาคม 2562 ถึงพฤษภาคม 2563 ของฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสนทนากลุ่มมาถอดเทปร่วมกับการวิเคราะห์ด้วยแผนภูมิกระบวนการไหลเพื่อแสดงให้เห็นกิจกรรมหลักในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต รวมถึงวิเคราะห์เวลาเฉลี่ยที่สูญเสียซึ่งเกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อหาสาเหตุของความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยคำถาม 5-Why Analysis ตั้งแต่อะไร ที่ไหน เท่าไหร่ ทำไม อย่างไร ร่วมกับการใช้แผนผังต้นไม้ เพื่อแสดงสาเหตุและหาทางลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตต่อไปโดยผู้วิจัยได้วัดค่าOEE ตามสูตรคำนวณที่ Nahmias (2005) และ Tsarouhas (2019) ได้อ้างถึง และนำมาประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของการวิจัย ดังนี้

$$\text{อัตราการเดินเครื่อง (A)} = \frac{\text{เวลาที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตจริง} \times 100}{\text{เวลาที่ใช้ในการผลิตทั้งหมด}} \quad (6)$$

$$\text{อัตราสมรรถนะเครื่อง (P)} = \frac{\text{เวลามาตรฐานที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต} \times \text{จำนวนชิ้นงานที่ผลิตได้}}{\text{เวลาที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์ออฟเซตจริง}} \quad (7)$$

$$\text{อัตราคุณภาพ (Q)} = \frac{\text{จำนวนชิ้นงานที่ดี} \times 100}{\text{จำนวนชิ้นงานทั้งหมด}} \quad (8)$$

$$\text{ค่าร้อยละ OEE} = \text{อัตราเดินเครื่อง} \times \text{อัตราสมรรถนะเครื่อง} \times \text{อัตราคุณภาพ} \times 100 \quad (9)$$

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้คำนวณค่าอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต โดยวิเคราะห์การควบคุมความเร็ว (T/T) ตามสูตรคำนวณที่ Adnan และคณะ (2016) ได้อ้างถึงและนำมาประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของการวิจัย ดังนี้

$$\text{อัตราเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต (T/T)} = \frac{\text{เวลาที่ใช้ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต}}{\text{จำนวนชิ้นงานดีที่ผลิตได้}} \quad (10)$$

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตต่อไป

3.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเ้า (Triangulation) ในรูปแบบการตรวจสอบสามเ้าด้านวิธีการ (Methodological Triangulation) โดยใช้วิธีการตรวจสอบจากวิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไปทั้งจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลจากการจดบันทึกหรือเอกสารต่าง ๆ ของธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรีประกอบไปด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 กระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต

ผู้วิจัยได้สังเกตแบบมีส่วนร่วมร่วมกับสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ากิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือ ขาว-ดำ ที่มีจำนวนหน้าไม่เกิน 40 หน้า ประกอบด้วย 8 กิจกรรมหลักในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตตั้งแต่กิจกรรมพิมพ์กระดาษในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตจนถึงกิจกรรมขนย้ายไปจัดเก็บตามตาราง 2

ตาราง 2 กิจกรรมหลักในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต

กิจกรรมหลัก ในกระบวนการพิมพ์ แบบออฟเซต	แผนภูมิการไหล				
	○	⇒	□	D	▽
1. พิมพ์กระดาษ	○	⇒	□	D	▽
2. พักหมึกให้แห้ง	○	⇒	□	D	▽
3. ตัดกระดาษ	○	⇒	□	D	▽
4. พับกระดาษ	○	⇒	□	D	▽
5. เย็บเข้าเล่ม	○	⇒	□	D	▽
6. ตรวจสอบเล่ม	○	⇒	□	D	▽
7. บรรจุเล่ม	○	⇒	□	D	▽
8. ขนย้ายไปจัดเก็บ	○	⇒	□	D	▽

4.2 กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น หากไม่นับรวมช่วงเวลาพักของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานด้านกฎหมายแรงงานตามมาตราที่ 27 ว่าด้วยการพักของลูกจ้างหลังจากการปฏิบัติงานต่อเนื่อง กำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถมีเวลาพักได้ไม่เกิน 5 ชั่วโมง (สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2562) พบว่าระหว่างเดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม 2563 เกิดกิจกรรมย่อยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรส่วนใหญ่อยู่ในกิจกรรมปรับตั้งค่าของเครื่องจักรระหว่างพิมพ์ซึ่งเป็นกิจกรรมย่อยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรในกิจกรรมพิมพ์กระดาษ โดยพบเวลาเฉลี่ยที่สูญเสียมากถึง 135 ชั่วโมงจากการดำเนินงานทั้งหมด 1,260 ชั่วโมงหรือคิดเป็นเวลาสูญเสียเฉลี่ยร้อยละ 25.71 ของเวลาที่สูญเสียในกิจกรรมย่อยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร ดังตาราง 3 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rusman และคณะ (2019) ที่ได้กล่าวถึงเวลาหยุดเดินเครื่องจักรว่าส่วนใหญ่เป็นเวลาที่สูญเสียในแต่ละกิจกรรมของกระบวนการผลิต

ตาราง 3 เวลาเฉลี่ยที่สูญเสียในแต่ละกิจกรรมของกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต ระหว่างเดือนธันวาคม 2562 ถึง เดือนพฤษภาคม 2563

กิจกรรมหลักในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต	กิจกรรมย่อยที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร	เวลาเฉลี่ยที่สูญเสียในแต่ละกิจกรรม(ชั่วโมง)	ร้อยละของเวลาเฉลี่ยที่สูญเสียในแต่ละกิจกรรม
พิมพ์กระดาษ	ทดสอบหมึกก่อนเริ่มเดินเครื่องจักร	60	11.43
พิมพ์กระดาษ	ปรับตั้งค่าเครื่องจักรระหว่างพิมพ์	135	25.71
พักหมึกให้แห้ง	การพักกระดาษให้หมึกแห้ง	90	17.14
พิมพ์กระดาษ	กิจกรรมอื่น ๆ ระหว่างการพิมพ์กระดาษ เช่น ประชุม ไฟดับ ฯลฯ	60	11.43
พิมพ์กระดาษ	เวลาพักพนักงาน	180	34.29
รวม		525	100

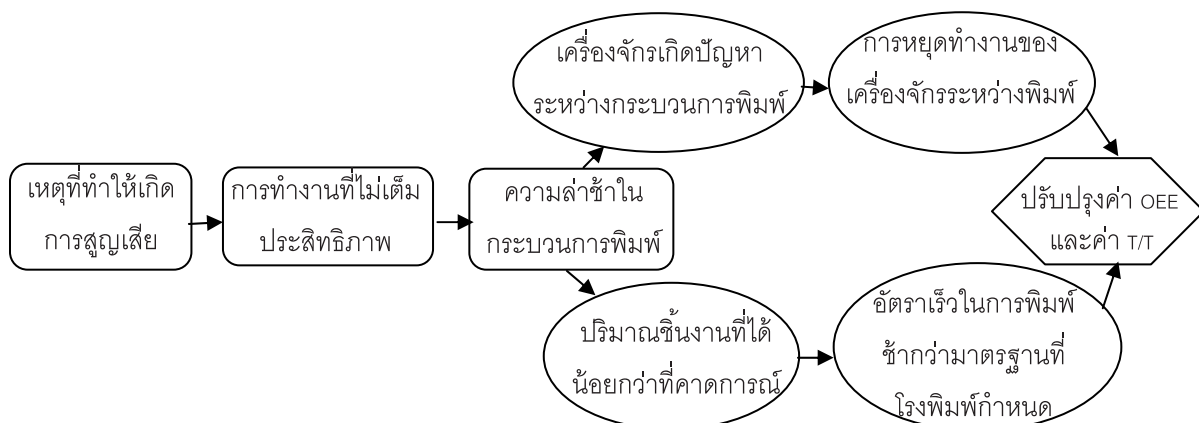
ที่มา : ฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี (2563) : ผู้วิจัยคำนวณ

4.3 สาเหตุของความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาวิเคราะห์หาสาเหตุของความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการสนทนากลุ่มด้วยการตั้งคำถาม 5-Why Analysis และเสนอสาเหตุด้วยแผนผังต้นไม้พบว่าสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการปรับตั้งค่าเครื่องจักรและการปรับแต่งเครื่องจักร (Set up and adjusting losses) ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตทำให้เกิดการหยุดเครื่องเล็กน้อยระหว่างกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตและเกิดการเดินเครื่องเปล่า (Idling and minor stop) จึงส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องจักรซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดการหยุดการทำงานระหว่างกระบวนการพิมพ์ทำให้อัตราเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตเกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร ดังภาพประกอบ 2 สอดคล้องกับ Rusman และคณะ (2019) ที่ได้กล่าวถึงการปรับตั้งค่าเครื่องจักรและการปรับแต่งเครื่องจักรเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร

รูปภาพประกอบ 2

การหาสาเหตุของความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วย 5-Why Analysis และแผนผังต้นไม้



4.4 การลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในระบบการพิมพ์แบบออฟเซต

ผลจากการวิเคราะห์หาสาเหตุข้างต้นผู้วิจัยจึงทำการสนทนากลุ่มเพื่อหาทางลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรโดยทำการวัดค่าประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรในระบบการพิมพ์แบบออฟเซตระหว่างเดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม 2563 พบว่า อัตราการเดินเครื่อง (A) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 90.55 ขณะที่อัตราสมรรถนะเครื่อง (P) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 77.09 และอัตราคุณภาพ (Q) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 97.29 ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ขณะที่เมื่อข้อสังเกตว่าค่า OEE ในแต่ละเดือนมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย โดยเฉพาะในเดือนเมษายน 2563 ซึ่งมีค่า OEE ต่ำสุดถึงร้อยละ 62.59 และมีค่าอัตราสมรรถนะเครื่อง (P) ต่ำกว่าทุกเดือน อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีอัตราการเดินเครื่องจักร (A) เป็นไปตามเป้าหมายมากกว่าร้อยละ 90 แต่กลับพบว่าค่า OEE ยังมีค่าต่ำกว่ากำหนด เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนมกราคมและเดือนมีนาคม 2563 ดังตาราง 4 สอดคล้องกับ Magdy (2016) ที่ได้อธิบายถึงการลดลงของค่าอัตราสมรรถนะ (P) ทำให้ส่งผลต่อการเกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับการหยุดเล็กน้อยของการเดินเครื่องจักรและทำให้เกิดการเดินเครื่องเปล่า จึงส่งผลต่ออัตราความเร็วของเครื่องจักรในระบบการพิมพ์แบบออฟเซต

ตาราง 4 ข้อมูลอัตราการเดินเครื่องอัตราสมรรถนะเครื่อง อัตราคุณภาพ รายเดือนและค่าเฉลี่ยรายเดือน ตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2562 ถึง เดือนพฤษภาคม 2563

เดือน/ ปี	อัตรา การเดินเครื่อง (A)	อัตรา สมรรถนะเครื่อง (P)	อัตรา คุณภาพ (Q)	ประสิทธิภาพโดยรวมของ เครื่องจักร (OEE)
ธ.ค.62	91.28%	78.25%	99.14%	70.81%
ม.ค.63	89.71%	78.61%	99.67%	70.28%
ก.พ.63	90.48%	80.42%	97.23%	70.75%
มี.ค.63	89.29%	80.68%	95.59%	68.86%
เม.ย.63	91.67%	71.01%	96.16%	62.59%
พ.ค.63	90.87%	73.54%	95.93%	64.11%
เฉลี่ย	90.55%	77.09%	97.29%	67.91%

นอกจากนี้ เมื่อทำการวิเคราะห์อัตราความเร็ว (T/T) ในระบบการพิมพ์แบบออฟเซต โดยเปรียบเทียบปริมาณของชิ้นงานและระยะเวลาของเครื่องจักรที่ใช้ในระบบการพิมพ์แบบออฟเซตระหว่างเดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม 2563 พบว่าระยะเวลาผลิตจริงใช้เวลานานกว่าที่แผนกำหนด ส่งผลต่ออัตราความเร็ว (T/T) ซึ่งทำให้เกิดเวลาที่สูญเสียในระบบการพิมพ์แบบออฟเซต ดังตาราง 5 สอดคล้องกับ Adnan และคณะ (2016) ที่ได้อ้างว่า หากเวลาการทำงานตามแผนไม่สอดคล้องกับเวลาผลิตจริงย่อมส่งผลกระทบต่ออัตราความเร็ว (T/T) ทำให้เกิดความสูญเสียในระบบการผลิต

ตาราง 5 การเปรียบเทียบปริมาณของชิ้นงานกับระยะเวลาของเครื่องจักรที่ใช้ในระบบการผลิตแบบออฟเซ็ท
ระหว่างเดือนธันวาคม 2562 ถึง เดือนพฤษภาคม 2563

รายการ	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	เฉลี่ย
เวลาการทำงานตามแผน (นาที่)*	11,760	10,500	9,660	12,600	11,290	12,354	11,360.67
เวลาที่เครื่องจักรสูญเสียความ พร้อมในการผลิต(นาที่)*	1,025	1,080	920	1,350	940	1,136	1,075.16
เวลาผลิตจริง (นาที่)**	10,735	9,420	8,740	11,250	10,350	11,218	10,285.5
รอบเวลามาตรฐาน (นาที่/ชิ้น)*	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3
จำนวนชิ้นที่ผลิตได้ (ชิ้น)*	28,000	24,700	23,450	30,255	24,500	27,500	26,400.83
จำนวนชิ้นงานที่เสีย (ชิ้น)*	240	80	650	1,335	940	1,120	727.5
จำนวนชิ้นงานดีที่ผลิตได้(ชิ้น)**	27,760	24,620	22,800	28,920	23,560	26,380	25,673.33
อัตราความเร็ว(นาที่/ชิ้น)*	0.42	0.42	0.41	0.42	0.46	0.45	0.43

ที่มา : ฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี (2563) : ผู้วิจัยคำนวณ

หมายเหตุ : จำนวนชิ้นงานที่เสีย คือชิ้นงานที่ไม่สามารถจำหน่ายได้เนื่องจากชิ้นงานที่ไม่ตรงตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้เสนอการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในระบบการผลิตแบบออฟเซ็ท โดยทำการสนทนากลุ่มร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้อง จึงได้ข้อสรุปในการวางแผนการปฏิบัติงานใหม่โดยจัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน (Work Instruction : WI) เพื่ออธิบายรายละเอียดของขั้นตอนในปฏิบัติงานทำให้สามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานโดยเฉพาะมาตรฐานการใช้เครื่องจักรสอดคล้องกับ Zhang และ Hammad (2012) และ Gleeson et al (2019) ที่ได้อ้างว่าการวางแผนการปฏิบัติงานทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ส่งผลให้สามารถลดเวลาซึ่งเกิดความสูญเสียในการปฏิบัติงานได้รวมถึงควรพัฒนาความชำนาญของผู้ปฏิบัติงานโดยพัฒนาความรู้ด้วยการสอนงานและอบรมเพื่อพัฒนาทักษะและความชำนาญในการใช้เครื่องจักรของผู้ปฏิบัติงานสอดคล้องกับสมิตา สุขสุวรรณและคณะ (2561) ที่ได้กล่าวถึงการพัฒนาความชำนาญในการปฏิบัติงาน ส่งผลทำให้ประสิทธิภาพในการใช้อุปกรณ์และเครื่องจักรเพิ่มขึ้นได้นอกจากนี้ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานโดยทำการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อหาทางลดเวลาสูญเสียจากการหยุดเดินเครื่องจักรที่ส่งผลต่อค่าอัตราสมรรถนะ (P) และเพิ่มอัตราความเร็ว (T/T) ในระบบการผลิตแบบออฟเซ็ทสอดคล้องกับ Kataka และคณะ (2018) ที่ได้ยืนยันว่าการวางแผนด้วยการประชุมแลกเปลี่ยนในการปฏิบัติงานสามารถเพิ่มความเร็วในการทำงานของเครื่องจักร จึงส่งผลให้ค่า OEE เพิ่มขึ้นได้

ผลจากการวางแผนการปฏิบัติงานใหม่ได้แก่ การจัดทำคู่มือมาตรฐานในการปฏิบัติงาน การจัดอบรมการใช้เครื่องจักรในระบบการผลิตแบบออฟเซ็ท การประชุมวางแผนการทำงานและการใช้เครื่องจักรของฝ่ายผลิต ซึ่งก่อให้เกิดการปฏิบัติงานตามมาตรฐานในการใช้เครื่องจักร รวมถึงการพัฒนาความชำนาญของผู้ปฏิบัติงานอีกทั้งการเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ส่งผลให้สามารถลดความสูญเสียจากการหยุดเดินเครื่องจักรระหว่างระบบการผลิตแบบออฟเซ็ทจาก 135 ชั่วโมงเป็น 112 ชั่วโมง ส่งผลให้ค่า OEE เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 67.91 เป็นร้อยละ 72.25 ทำให้อัตราเร็วในระบบการผลิตแบบออฟเซ็ทเพิ่มขึ้นจาก 0.43 นาทีต่อชิ้นงานเป็น 0.38 นาทีต่อชิ้นงาน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการทำงานของเครื่องจักรมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังตาราง 6

ตาราง 6 ความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต (ก่อนและหลังปรับปรุงการวางแผนการปฏิบัติงาน)

ความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักร	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง	ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง
ระยะเวลาการหยุดเดินของเครื่องจักร*	135	112	17.04
อัตราเร็วในการผลิต*	0.43	0.38	11.63
อัตราการผลิตเครื่อง**	90.55	91.27	0.79
อัตราสมรรถนะเครื่อง**	77.09	80.12	3.93
อัตราคุณภาพ**	97.29	98.8	1.55
OEE **	67.91	72.25	6.39

ที่มา : ฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี (2563) : ผู้วิจัยคำนวณ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาต้นทุนที่สูญเสียในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตเพื่อสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการลดต้นทุนที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าหรือไม่ก่อให้เกิดความจำเป็นในการปฏิบัติงาน เช่น ต้นทุนจากการเคลื่อนย้ายหรือเกิดจากการรอคอย เป็นต้น

5.1.2 ควรศึกษาการลดปัญหาเครื่องจักรขัดข้องให้เป็นศูนย์ (Method to Zero Machine Failure) เพื่อสามารถนำมาพัฒนาประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต รวมถึงกระบวนการพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

5.1.3 ควรศึกษาความสูญเสียในส่วนอื่น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานของเครื่องจักร ตั้งแต่ความสูญเสียที่เกิดจากการขัดข้องของเครื่องจักร (Equipment Failure Losses) ความสูญเสียที่เกิดจากการปรับตั้งและปรับแต่ง (Set up and Adjustments Losses) ความสูญเสียที่เกิดจากความเร็ว (Speed Losses) ความสูญเสียที่เกิดจากการผลิตเสียและการแก้ไขงาน (Defect and Rework Losses) และความสูญเสียที่เกิดจากช่วงเริ่มต้นการผลิต (Start Losses) เพื่อนำไปสู่การบำรุงรักษาแบบที่ผลดีที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total Productive Maintenance; TPM) ซึ่งจะนำไปสู่การต่อสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงานต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

5.2.1 ผู้บริหารควรตระหนักและให้ความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตขณะที่ผู้ปฏิบัติงานควรปฏิบัติงานตามมาตรฐานการใช้เครื่องจักรและพัฒนาการใช้เครื่องจักรจนเกิดความชำนาญ

5.2.2 ผู้บริหารควรสร้างและเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน ขณะที่ผู้ปฏิบัติงานควรมีความร่วมมือและเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายเพื่อลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรได้ต่อไป

6. สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษากระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตพบว่าประกอบด้วยกิจกรรมหลักทั้งหมด 8 กิจกรรมตั้งแต่กิจกรรมพิมพ์กระดาษจนถึงกิจกรรมการขนย้ายชิ้นงานไปจัดเก็บ โดยเมื่อวิเคราะห์กิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรพบว่ากิจกรรมปรับตั้งค่าเครื่องจักรระหว่างกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตใช้เวลาเฉลี่ยมากถึง 135 ชั่วโมง จากการดำเนินงานทั้งหมด 1,260 ชั่วโมง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่พร้อมของเครื่องพิมพ์ในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตที่นำไปสู่ความสูญเสีย และเมื่อทำการวิเคราะห์หาสาเหตุของความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรพบว่า สาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการปรับตั้งค่าเครื่องจักรและการปรับแต่งเครื่องจักรจึงส่งผลให้เกิดการหยุดเดินของเครื่องจักรและส่งผลต่ออัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซต ผู้วิจัยจึงเสนอการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตพบว่าสามารถลดระยะเวลาการหยุดเดินของเครื่องจักรจาก 135 ชั่วโมงเป็น 112 ชั่วโมงส่งผลให้อัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตเพิ่มขึ้นจาก 0.43 นาทีต่อชิ้นงาน เป็น 0.38 นาทีต่อชิ้นงานขณะที่อัตราการเดินเครื่องเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 90.55 เป็นร้อยละ 91.27 และอัตราสมรรถนะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 77.09 เป็นร้อยละ 80.12 นอกจากนี้ อัตราคุณภาพยังเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 97.29 เป็นร้อยละ 98.8 ส่งผลให้ค่า OEE เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 72.25 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.39 ผู้วิจัยจึงเสนอให้ผู้ประกอบการได้ตระหนักและให้ความสำคัญต่อการลดความสูญเสียจากเวลาหยุดเดินเครื่องจักรด้วยการปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรและควบคุมอัตราความเร็วในกระบวนการพิมพ์แบบออฟเซตซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจโรงพิมพ์ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ฝ่ายผลิตธุรกิจโรงพิมพ์ไทยเสรี. (2563). บันทึกการใช้เครื่องพิมพ์แบบออฟเซตระหว่างเดือน ธันวาคม 2562 ถึง พฤษภาคม 2563. ชัยภูมิ : โรงพิมพ์ไทยเสรี.
- รวิกาญจน์ ทาพันธ์. (2563). การปรับตัว “ธุรกิจโรงพิมพ์” ทำอย่างไรถึงจะอยู่รอด. *วารสารการพิมพ์ไทย*, 124, 78-81.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). *บรรจุกฎหมายและการพิมพ์ปรับตัวไว้ รอดได้แน่*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/ Documents/ Packaging-Printing_FullPage.pdf.
- สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2562). *กฎหมายแรงงาน (ฉบับที่ 7) พ.ศ.2562*. ค้นเมื่อ 18 มีนาคม 2563, จาก <https://www.mol.go.th/laws/>
- สุมิตา สุขสุวรรณ, วีรยา ภัทรอาชาชัย, และมณิสรา สนั่นอื้อเม้งโธสง. (2561). ผลกระทบของความชำนาญในการทำงานที่มีต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน บริษัท ซีอาร์ ซี ไทวัสดุ จำกัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(2), 56-63.
- Adnan, A. N., Arbaai, N. A., & Ismail, A. (2016). Improvement of overall efficiency of production line by using line balancing. *ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences*, 11(2), 7752-7758.
- Blagodir, O., Zolotukhina, K., Kushlyk, B., & Velychko, O. (2016). Regularities of ink-water balance stability in offset printing. *EUREKA : Physics and Engineering*, 3, 31-37.
- Gleeson, F., Coughlan, P., Goodman, L., Newell, A., & Hargaden, V. (2019). Improving manufacturing productivity by combining cognitive engineering and lean-six sigma methods. *Procedia CIRP*, 81, 641-646.

- Heizer, J., Render, B., & Mundon, C. (2017). *Principles of operations management : sustainability and supply chain Management* (10thed.). New York : Pearson Education.
- Hutchins, D. (1999). *Just in time*(2nd.ed.). England : Gower Publishing Limited.
- Kataka, M. B., Byiringiro, J. B., & Muchiri, P. N. (2018) Optimization of printing press operations. *IOSR Journal of Mechanical and Civil Engineering*, 15(2), 53-63
- Latino, M. A., Latino, R. J., & Latino, K. C. (2019). *Root cause analysis : improving performance for bottom-line results*. United Kingdom : CRC press.
- Magdy, K. (2016). Improve production efficiency by using overall equipment effectiveness case study – one of Egyptian folding carton packaging presses. *Faculty of Applied Arts*, Helwan University, 1-13.
- Moreira, A., Silva, F. J. G., Correia, A. I., Pereira, T., Ferreira, L. P., & de Almeida, F. (2018). Cost reduction and quality improvements in the printing industry. *Science Direct*, 17, 623-630.
- Nahmias, S. (2005). *Production and operations analysis* (5thed). Singapore : McGraw-Hill.
- Rusman, M., Parenreng, S. M., Setiawan, I., Asmal, S., & Wahid, I. (2019, October) The overall equipment effectiveness (OEE) analysis in minimizing the Six Big Losses : An effort to green manufacturing in a wood processing company. *IOP Conference Series : Earth and Environmental Science*, 343 : 012010.
- Shah, P. (2019). *9 Current printing Industry trends 2019*. Retrieved March 5, 2020, from <https://customerthink.com/9-current-printing-industry-trends-2019/>
- Tsarouhas, P. (2019). Improving operation of the croissant production line through overall equipment effectiveness (OEE). *International Journal of Productivity and Performance Management*, 68(1), 88-108.
- Varepo, L. G., Brazhnikov, A. Y., Volinsky, A. A., Nagornova, I. V., & Kondratov, A. P. (2017). Control of the offset printing image quality indices. *Journal of Physics, IOP Conference series*, 858, 12038.
- Zhang, C., & Hammad, A. (2012). Improving lifting motion planning and re-planning of cranes with consideration for safety and efficiency. *Advanced Engineering Informatics*, 26(2), 396-410.
- Zhang, E., Chen, Y., Gao, M., Duan, J., & Jing, C. (2019). Automatic defect detection for web offset printing based on machine vision. *Applied Sciences*, 9(17), 3598. DOI : 10.3390/app9173598

เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
และบทบาทของการบัญชี

The Circular Economy, the way to Sustainable Development
and the Role of Accounting

จิรพันธ์ นาคสมทรง*

Cheeranun Naksomsong*

Received : January 29, 2020 Revised : August 19, 2020 Accepted : September 10, 2020

บทคัดย่อ

เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความยั่งยืนในยุคสมัยที่โลกกำลังเผชิญกับวิกฤตการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมและการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก เศรษฐกิจหมุนเวียนให้ความสำคัญกับการหมุนเวียนเพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการลดของเสีย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความเป็นมาของแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ความเชื่อมโยงที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งบทบาทของการบัญชีในฐานะผู้รวบรวมและจัดทำข้อมูลเพื่อติดตามความก้าวหน้าของการพัฒนาดังกล่าว

คำสำคัญ : เศรษฐกิจหมุนเวียน การพัฒนาที่ยั่งยืน การบัญชี

* อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

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

Abstract

The Circular Economy (CE) is an essential tool for developing a sustainable economy in The Era of the World that currently facing climate change crisis and the lack of natural resources due to the increase of the world population. CE focuses on circulation for maximum utilization of limited resources and reducing wastes. The objectives of this article are for providing background of the concept of the circular economy, the linkage between circular economy and sustainable development, including the role of accounting as gatherer and preparer information for monitoring progress of this development.

Keywords : Circular Economy, Sustainable Development, and Accounting

ที่มาและความสำคัญ

ปี ค.ศ. 1946 หลังการสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ประชากรโลกมีประมาณ 2.3 พันล้านคน จนเมื่อปี ค.ศ. 2019 โลกมีประชากรประมาณ 7.7 พันล้านคน (UN, 2019) โดยเมื่อเปรียบเทียบจำนวนประชากรทั้งสองปี พบว่า จำนวนประชากรเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 70 จากรายงาน The World Population Prospects 2019 ขององค์การสหประชาชาติ คาดการณ์ว่าภายในปี ค.ศ. 2030 โลกจะมีประชากรเพิ่มขึ้นอีกประมาณร้อยละ 10 จากปี ค.ศ. 2019 และในปี ค.ศ. 2050 จะมีประชากรเพิ่มอีกร้อยละ 25 เป็น 9.6 พันล้านคน การเพิ่มขึ้นของประชากรอย่างรวดเร็วบนโลกที่มีอายุกว่าสองพันปี และการที่โลกมีทรัพยากรธรรมชาติจำกัดย่อมส่งผลให้เกิดการขาดแคลนปัจจัยการดำรงชีพ เช่น ปัญหาการขาดแคลนน้ำ เพื่อการอุปโภคบริโภค จากข้อเท็จจริงว่าประชากรมีปริมาณการใช้น้ำที่จำเป็นต่อคนต่อวันประมาณ 7.5 ลิตร (WHO, 2019) นั้นหมายความว่าอีก 10 ปีต่อจากนี้ โลกจำเป็นต้องมีน้ำปริมาณมหาศาล เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้ของประชากรทั้งโลก การเตรียมความพร้อมให้มีน้ำเพียงพอสำหรับการอุปโภคบริโภคนี้ เป็นวาระสำคัญระดับโลกจนถูกระบุเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ 6 ว่าด้วยการอนุรักษ์และจัดหาให้มีน้ำที่เพียงพอต่อการใช้สำหรับทุกคนบนโลกใบนี้ (The UN Global Goals, 2019) เนื่องจากรายงานขององค์การสหประชาชาติเมื่อปี ค.ศ. 2018 พบว่ามีประชากรมากกว่า 2 พันล้านคนอาศัยอยู่ในประเทศที่ประสบกับปัญหาการขาดแคลนน้ำในระดับสูง ตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าจำนวนประชากรโลกเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้มีความต้องการใช้ทรัพยากรมากขึ้นตามไปด้วย แต่ทรัพยากรธรรมชาติกลับมีปริมาณลดลงเรื่อย ๆ การอนุรักษ์ให้เกิดการทดแทนใช้เวลานานกว่าการเพิ่มขึ้นของประชากร จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนในโลกที่ต้องตระหนักและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรให้มีใช้อย่างเพียงพอในปัจจุบันและส่งผลเป็นมรดกสู่ประชากรรุ่นต่อไป

เศรษฐกิจเป็นหนึ่งในกลไกการขับเคลื่อนโลก เศรษฐกิจประกอบด้วย 3 ภาคส่วน ได้แก่ ภาคครัวเรือน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ ภาคธุรกิจทำหน้าที่ผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยทำการจัดหาวัตถุดิบ ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อมาผลิตเป็นสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภค ภายหลังจากที่ผู้บริโภคหมดความต้องการสินค้านั้นก็จะถูกทิ้งเป็นขยะ รอการฝังกลบหรือทำลายต่อไป ตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมภาคธุรกิจดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรง (Linear Economy) มีลักษณะวงจรชีวิตสั้น สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดนี้ประกอบด้วย Take-Make-Dispose (รติมา ศชนันท์, 2562) กล่าวคือเริ่มต้นที่การจัดหาวัตถุดิบหรือปัจจัยนำเข้า (Inputs) อาจเป็นวัสดุธรรมชาติสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์ต่าง ๆ ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติหรือใช้เวลาในการย่อยสลายยาวนานและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจัยนำเข้าเมื่อถูกนำเข้าสู่กระบวนการผลิต (Processes) แล้วจำเป็นต้องใช้พลังงานธรรมชาติ หรือพลังงานสิ้นเปลือง ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีจำกัด เช่น น้ำมัน ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ เพื่อทำการแปลงสภาพให้เป็น ผลผลิต (Outputs) หรือสินค้าที่มีไว้จำหน่ายแก่ลูกค้าของกิจการ แล้วต่อมา

เมื่อลูกค้าหมดความต้องการหรือเลิกใช้งานแล้ว สินค้าชิ้นนั้นจะถูกทิ้งและเป็นจุดสิ้นสุดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์แบบเศรษฐกิจเส้นตรง คงเหลือเป็นปริมาณขยะมหาศาล เป็นภาระแก่สังคม และส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ งานวิจัยของ Jones (2010) พบว่า ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย มีการดำเนินงานที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมาก โดยเฉพาะช่วงปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างมากของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรม โรงงานเหล่านี้มีกระบวนการผลิตที่ใช้วัสดุและทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลืองและสร้างมลพิษทางอากาศ ทางดินและทางน้ำ รูปแบบการทำธุรกิจและวงจรชีวิตของสินค้าดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่าง เช่น หลอดดูดน้ำที่แม้ยุคแรกไม่เป็นที่นิยมและผลิตจากกระดาษแต่ต่อมาความต้องการใช้หลอดเริ่มเป็นที่ต้องการมากขึ้นด้วยเหตุผลด้านสุขอนามัยคือการหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรงกับภาชนะบรรจุ เมื่อความต้องการของผู้บริโภคมีมากขึ้นและมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ามากขึ้น ผู้ผลิตจึงเปลี่ยนจากการผลิตหลอดกระดาษมาเป็นการผลิตหลอดพลาสติกด้วยเครื่องจักรที่ใช้เวลาน้อยในการผลิตและมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำเมื่อเทียบกับหลอดกระดาษ อีกทั้งยังมีความคงทนมากกว่า หลอดดูดน้ำพลาสติกใช้ทรัพยากรและแรงงานในการผลิตและนำมาใช้ประโยชน์ดูดน้ำเพียงไม่กี่นาที จากนั้นจะถูกทิ้งและต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนรูปโดยการแตกตัวที่ละน้อยโดยใช้เวลากว่า 200 ปี ซึ่งไม่สามารถทำให้สลายสูญสิ้นลงได้ในระยะเวลาอันสั้น (กรณิศ ตันอังสนากุล, 2560) ข้อมูลเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาเพียงประเทศเดียว มีรายงานพบว่าจำนวนหลอดพลาสติกถูกใช้วันละประมาณ 500 ล้านหลอด และมีขยะจากหลอดพลาสติกวันละประมาณ 8,300 ล้านหลอดถูกทิ้งตามชายหาด และมีอีกประมาณวันละ 8 ล้านตันถูกทิ้งสู่มหาสมุทร คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 0.025 ของจำนวนขยะพลาสติกทั้งหมดในทะเล (ซาร่าห์ กิบเบินส์, 2018) นอกจากนี้ ในภูมิภาคอาเซียนมีรายงานว่ามีการปล่อยปริมาณขยะทะเลมากเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก (กรุงเทพธุรกิจ, 2019) จากผลการวิจัยนักร้องที่นำเสนอต่อที่ประชุมผู้เชี่ยวชาญด้านทางเดินอาหารที่ใหญ่ที่สุดในยุโรป หรือ United European Gastroenterology ที่ประเทศออสเตรเลีย พบพลาสติกตกค้างในลำไส้ของมนุษย์และต้องทำการศึกษถึงผลกระทบต่อสุขภาพของมนุษย์ต่อไป แต่จากการศึกษาในสัตว์พบว่า มีไมโครพลาสติกในลำไส้ซึ่งสามารถเข้าสู่กระแสเลือด ระบบน้ำเหลืองและในตับได้ (บีบีซี, 2018) ซึ่งไมโครพลาสติกเกิดจากการแตกตัวเหลือเป็นเศษพลาสติกขนาดเล็กที่มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางไม่เกิน 5 มิลลิเมตร (พิพิธภัณฑสถานวิทยาศาสตร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.) เมื่อสิ่งมีชีวิตในทะเลดูดซึมไมโครพลาสติกลงไป และมนุษย์บริโภคสัตว์ทะเลเหล่านั้นจะทำให้เกิดการตกค้างของสารเคมีนี้ในร่างกายได้

การดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรงมุ่งเน้นผลกำไรและการเติบโตที่รวดเร็วโดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อระยะยาวของปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กระบวนการกำจัดขยะเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการตกค้างและสารปนเปื้อนลงสู่ทะเลหรือผืนดินที่ใช้ในการกำจัดขยะ เกิดเป็นมลพิษต่อสิ่งมีชีวิตในบริเวณนั้น ทรัพยากรทางทะเลถูกทำลาย ปริมาณพื้นที่สำหรับการอยู่อาศัยของประชากรลดลง หากการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรงนี้ยังคงดำเนินต่อไปย่อมเกิดปัญหาความขาดแคลนทรัพยากร ปัญหามลพิษและสารปนเปื้อนจากขยะที่มีต่อประชากร จากปัญหาดังกล่าวจึงเกิดแนวความคิดการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการลดปริมาณขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุด ซึ่งเรียกว่า “เศรษฐกิจหมุนเวียน” เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นให้เกิดการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่า ยืดอายุการใช้งานสินค้าเพื่อชะลอการเพิ่มขึ้นของปริมาณขยะ ให้ความสำคัญกับการคิดเชิงระบบรอบด้านทั้งมิติทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เริ่มตั้งแต่การออกแบบจนถึงการทำลายผลิตภัณฑ์ภายหลังเลิกการใช้งานเพื่อลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม

ความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียน

หน่วยงานและองค์กรอิสระที่เกี่ยวข้องได้อธิบายความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียนไว้ดังนี้

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นแนวคิดการทำธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรง เป็นแนวคิดที่ผสมผสานมิติด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ เป็นแนวคิดเพื่อใช้เยี่ยวยาความเสียหายทางสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลลัพธ์จากระบบเศรษฐกิจเส้นตรง และแนวคิดนี้ถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Masi, Day & Godsell, 2017; D'Adamo, 2019)

Euro Commission (2019) เศรษฐกิจหมุนเวียนมีวัตถุประสงค์ในการคงสภาพมูลค่าของผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบ และทรัพยากรทั้งหลายให้นานเท่าที่จะทำได้โดยเมื่อสิ่งเหล่านั้นถูกเลิกใช้ยังสามารถนำสิ่งเหล่านั้นกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตพร้อมกับการลดของเสีย ลดการทิ้งและลดการใช้วัตถุดิบเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

Ellen MacArthur Foundation (2019b) องค์กรอิสระระดับนานาชาติที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่และส่งเสริมให้เกิดการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในภาคธุรกิจชั้นนำของโลกกล่าวว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนประกอบด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างและซ่อมแซมเพื่อความสมบูรณ์ของระบบโดยรวม กล่าวคือภาคอุตสาหกรรมภายใต้แนวคิดนี้ให้ความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติย่อยสลายได้ง่าย เลือกใช้วัสดุที่ช่วยยืดอายุการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ยาวนานขึ้น มีการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ ผลิตภัณฑ์เมื่อเลิกใช้งานแล้วสามารถย่อยสลายได้โดยมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ ควบคู่กับการใช้สิ่งของร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การบริการเช่ายานพาหนะ อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ต่าง ๆ แนวคิดดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็ก ความร่วมมือในระดับหน่วยงานและระดับบุคคล ระดับนานาชาติและระดับชาติ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2562) หนึ่งในองค์กรวิจัยและเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อการพัฒนา กล่าวว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนคือ แนวคิดการนำทรัพยากรที่ใช้แล้วมาแปรรูปเพื่อนำกลับมาใช้ซ้ำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดปัญหาขยะและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเมื่อมีความจำเป็น

ภัทราพร แยมละอ (2561) ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ปาสาละ จำกัด นักวิชาที่สนใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อธิบายความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียนว่าเป็นรูปแบบการผลิตที่วางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุดเป็นการใช้วัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

เพชร มโนปวิตร (2561) เศรษฐกิจหมุนเวียน คือรูปแบบธุรกิจที่เน้นการนำวัตถุดิบกลับมาใช้ใหม่เป็นวงจรไม่รู้จบ แทนการผลิต-ใช้-ทิ้ง ตามแนวคิดเศรษฐกิจแบบเส้นตรงจากรูปแบบธุรกิจเดิมที่มุ่งเน้นตัวเลขกำไรโดยไม่คำนึงว่าสินค้าที่ถูกเลิกใช้งานจะถูกนำไปกำจัดทิ้งอย่างไร

กล่าวโดยสรุป เศรษฐกิจหมุนเวียน คือแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้คุ้มค่ายาวนานที่สุด โดยการลดปริมาณการใช้ (Reduce) โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติที่ต้องการการอนุรักษ์และฟื้นฟูเพื่อให้มีไว้ใช้อย่างเพียงพอสำหรับประชากรรุ่นปัจจุบันและรุ่นอนาคต การใช้ซ้ำ (Reuse) โดยเฉพาะกับสิ่งของเครื่องใช้ที่ใช้เวลาในการย่อยสลายยาวนานหรือมีมลพิษจากการทำลาย และการแปรรูปแล้วนำกลับมาใช้ (Recycle) วัตถุดิบหรือสิ่งของที่ภายหลังเลิกใช้แล้วสามารถนำเข้าสู่กระบวนการแปรรูปแล้วนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตใหม่อีกรอบ แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีความคล้ายกับ “หลักการ 3R” ที่เป็นวิธีการยืดอายุการใช้งาน เป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และลดของเสียจากกระบวนการผลิต (Zero Waste) ลดขยะจากการเลิกใช้งานกระบวนการเหล่านี้เกิดขึ้นได้จากการคิดอย่างเป็นระบบในตลอดช่วงอายุของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้วัตถุดิบการผลิต บรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และการคำนึงถึงวิธีการกำจัดทำลายผลิตภัณฑ์ภายหลังการเลิกใช้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มาของแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากนิยามเศรษฐกิจหมุนเวียนนั้นให้ความสำคัญกับการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ตามหลักการ 3R ควบคู่กับการลดขยะ จึงกล่าวได้ว่าเศรษฐกิจหมุนเวียนคือคำเรียกใหม่สำหรับแนวคิดการทำเศรษฐกิจที่มีการผสมผสานหลักการต่าง ๆ ที่เคยมีมาก่อนแล้ว เป็นการพัฒนาต่อยอดความคิด บูรณาการเพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาที่ผ่านมาไม่พบข้อสรุปที่ชัดเจนว่าจุดกำเนิดของการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเกิดขึ้นที่ใด เวลาใด แต่มีข้อสันนิษฐานว่าปี ค.ศ. 1966 Kenneth E. Boulding นักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันนำเสนอแนวคิด Cowboy Economy และ Spaceman Economy ผ่านบทความเรื่อง The Economics of The Coming Spaceship Earth ภายใต้แนวคิดของ Cowboy Economy นี้ อธิบายถึงกระบวนการผลิตในยุคที่มีจำนวนประชากรน้อยในขณะที่มีปริมาณทรัพยากรจำนวนมาก ประชากรจึงสามารถอุปโภคบริโภคทรัพยากรต่าง ๆ ได้โดยไม่จำกัด ปัจจัยนำเข้า (Inputs) สามารถใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรนำเข้ากระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Outputs) เพียงรอบเดียวก็ยุติคุณประโยชน์ของปัจจัยนำเข้านั้นแล้ว สิ่งนี้จะไม่เป็นปัญหาหากโลกมีทรัพยากรอย่างไม่จำกัด แต่ด้วยจำนวนประชากรโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาตินั้นมีจำกัดและต้องใช้เวลานานในการฟื้นฟูยาวนานเพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เช่น เชื้อเพลิงจากฟอสซิล เกิดจากการทับถมของซากพืช ซากสัตว์ และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องเป็นเวลาหลายพันปีจึงสามารถนำมาใช้ประโยชน์เป็นแหล่งพลังงานได้ แนวคิดการใช้ทรัพยากรแบบ Cowboy Economy นี้ ย่อมส่งผลให้เกิดปัญหาความขาดแคลนทรัพยากรการผลิตหรือวัตถุดิบ จึงมีการนำเสนอแนวคิดการใช้ทรัพยากรแบบ Spaceman Economy ที่คำนึงถึงข้อเท็จจริงที่ว่าทรัพยากรธรรมชาติมีจำกัด จึงควรชะลอการใช้งาน ยืดอายุการใช้งาน หรือนำมาใช้ประโยชน์ให้เกิดความคุ้มค่าอย่างยาวนานด้วยการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้โลกมีทรัพยากรเพียงพอแก่การดำรงชีพของประชากรโลกประมาณสิบปีถัดมาในปี ค.ศ. 1976 แนวคิดการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรได้รับการกล่าวถึงในรายงานการวิจัยที่นำเสนอต่อคณะกรรมการยุโรป เรื่อง The Potential for Substituting Manpower for Energy โดย Walter R. Stahel และ Genevieve Raday โดยมีการนำเสนอแนวคิด Economy in Loops และจากนั้นในปี ค.ศ. 1981 Walter R. Stahel ได้สังเคราะห์และนำเสนอแนวคิด The Product-Life Factors ที่ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรและคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงของวงจรผลิตภัณฑ์ เน้นความคุ้มค่า ความมีประสิทธิภาพ และลดของเสีย มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ โดยนำของเหลือจากกระบวนการผลิตที่สามารถนำกลับเข้าเป็นปัจจัยนำเข้ากระบวนการผลิตอีกครั้งเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างคุ้มค่าและยาวนาน รวมถึงความใส่ใจผลกระทบของกระบวนการผลิตที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทางอากาศ ทางดิน ทางน้ำและสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย (The Product-Life Institute, n.d.) จากนั้นมีพัฒนาการเพิ่มเติมเป็นแนวคิด Performance Economy ที่นำเสนอว่า ผู้บริโภคต้องการใช้บริการหรือประโยชน์จากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากกว่าการครอบครองเป็นเจ้าของ (กายภาพ) สินค้านั้น (Stahel, 2016) จนเกิดธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เน้นใช้งานสิ่งของหรือบริการร่วมกัน หรือการแลกเปลี่ยนบริการระหว่างกันเพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างคุ้มค่า (Circular Academy, 2019) เช่น การบริการเช่ารถยนต์ เช่าเครื่องถ่ายภาพ เช่าคอมพิวเตอร์ ไรต์บู๊ท รวมถึงธุรกิจที่มีลักษณะเป็นเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) เช่น Airbnb ที่ให้เจ้าของบ้านพักและคอนโดมิเนียมแจ้งความประสงค์ให้ผู้สนใจสามารถเข้าพักเป็นการชั่วคราว หรือ Grab Car ที่เจ้าของรถยนต์นำรถส่วนตัวขับให้บริการผู้ที่ต้องการเดินทาง หรือ eBay ที่ให้ผู้ที่ต้องการขายสินค้านำสินค้ามาขายได้บนพื้นที่ของทางเว็บไซต์ช่วยให้ผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านสำหรับขายสินค้า

Ellen MacArthur Foundation (2019a) ทำการรวบรวมและนำเสนอว่าแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นฐานความคิด (Schools of Thought) ต่อแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมดังนี้

แนวคิด Blue Economy คือ ระบบเศรษฐกิจอันเกิดจากการใช้ทรัพยากรทางทะเล และที่เกี่ยวข้องกับทะเล ที่ผ่านมามีพบว่าทรัพยากรทางทะเลได้รับความเสียหายอย่างมากจากขยะต่าง ๆ ที่ถูกทิ้งลงทะเล มีรายงานพบว่า

ในแต่ละปีมีปริมาณขยะถูกทิ้งลงทะเลประมาณ 8 ล้านตัน (IUCN, 2019) ส่งผลให้พืชและสัตว์น้ำทางทะเลตาย และระบบนิเวศเปลี่ยนแปลงไปในเชิงเสื่อมโทรมโดยไม่สามารถทราบมูลค่าความเสียหายที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณได้อย่างชัดเจน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องนำเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ เข้าไปคำนวณ เพื่อหามูลค่าในทางเศรษฐกิจของทรัพยากรทางทะเล (สุเทพ จันทรอำพร, 2560 อ้างถึงในไทยรัฐออนไลน์) Blue Economy จึงเป็นเครื่องมือสนับสนุนข้อมูลเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรทางทะเลให้ชัดเจนขึ้น

แนวคิด Biomimicry โดย Janine Benyus เสนอแนวคิดการสร้างนวัตกรรมเพื่อหาทางออกที่ยั่งยืนแก่มนุษยชาติที่กำลังประสบปัญหาความขาดแคลนทรัพยากรและปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยการศึกษาและการออกแบบวัสดุสังเคราะห์ที่เลียนแบบจากรูปแบบและยุทธวิธีที่เป็นอยู่ของสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ (Biomimicry Institute, 2019) แนวคิดดังกล่าวเน้นการศึกษา ทำความเข้าใจ กลไกของธรรมชาติ รายละเอียดต่าง ๆ ของธรรมชาติที่มีความซับซ้อน จากนั้น นำมาออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดเพื่อให้เกิดความยั่งยืน เช่น การผลิตซีเมนต์ที่ใช้วัสดุเลียนแบบกระบวนการสร้างหินปูนของปะการังเพื่อทดแทนการระเบิดภูเขา เป็นต้น

แนวคิด Cradle to Cradle โดย William McDonough และ Michael Braungart (McDonough, 2019) แนวคิดดังกล่าวจำแนกวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตเป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ออกเป็น 2 กลุ่ม (Ellen MacArthur Foundation, 2019a) ได้แก่ กลุ่มวัสดุชีวภาพ (Biological) และ กลุ่มวัสดุสังเคราะห์หรือวัสดุทางเทคนิค (Technical) ทั้งสองกลุ่มนี้มีวงจรชีวิต (Cycle) การหมุนเวียนที่ต่างกัน กลุ่มวัสดุชีวภาพ คือวัสดุที่เกิดจากธรรมชาติ มีวิธีการหมุนเวียนเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์อีกครั้งด้วยการย่อยสลายตามธรรมชาติ มีความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การทำปุ๋ยหมักจากมูลสัตว์ เศษไม้ ในขณะที่กลุ่มวัสดุสังเคราะห์หรือวัสดุทางเทคนิคที่เกิดจากการสังเคราะห์นั้น ไม่สามารถย่อยสลายได้ในระยะเวลาอันสั้น ต้องใช้เวลานานเป็นร้อยปีในการแปลงสภาพ ดังนั้นจำเป็นต้องอาศัยการยืดอายุการใช้งานเพื่อลดปริมาณขยะโดยการใช้ซ้ำ (Reuse) การซ่อมแซม (Repair) การนำมาผลิตใหม่ (Remanufacture) การปรับปรุงใหม่ (Refurbish) แนวคิดนี้จึงมุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งของเครื่องใช้จากวัสดุชีวภาพ และจากวัสดุสังเคราะห์ที่สามารถนำกลับมาใช้เป็นส่วนประกอบการผลิตอีกครั้งเพื่อให้วัสดุสังเคราะห์เหล่านี้เหลือเป็นขยะให้น้อยที่สุด เช่น การผลิตกล่องพัสดุที่ทำจากเปลือกข้าว พืชมายองเฒ่าที่เมื่อถูกเสียดสีหลุดลอกกลายเป็นปุ๋ยให้กับพื้นดิน แก้วสำนักงานจากพลาสติกรีไซเคิล ปัจจุบันมีสถาบัน Cradle to Cradle Products Innovation Institute ที่มีการตรวจประเมินเพื่อออกใบรับรองผลิตภัณฑ์ที่มีความปลอดภัยและเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเศรษฐกิจหมุนเวียน จำแนกเป็น 5 หมวด ได้แก่ ความปลอดภัยของวัสดุที่นำมาใช้ (Material Health) วัสดุที่มีการนำกลับมาผลิตซ้ำ (Material Reuse) การใช้พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) และบริหารจัดการคาร์บอน (Carbon Management) การดูแลรับผิดชอบต่อการใช้น้ำ (Water Stewardship) และความเท่าเทียมทางสังคม (Social Fairness)

จากความเป็นมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีพัฒนาการต่อยอดความคิดในบริบทที่หลากหลายทั้งจากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม เพื่อมาบริหารการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างจำกัดให้เพียงพอสำหรับประชากรโลกที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบข้อสันนิษฐานว่า Kenneth E. Boulding คือ ผู้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของประชากรกับการใช้ทรัพยากรว่าความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดความขาดแคลนในอนาคตจึงได้นำเสนอให้มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรให้ยาวนานขึ้น หลังจากนั้น Walter R. Stahel และ Genevieve Raday ได้พัฒนาต่อยอดและนำเสนอแนวคิด Economy in Loops ที่เป็นการวางระบบการผลิตแบบปิดเพื่อบริหารจัดการพลังงาน ทรัพยากรและของเสียจากกระบวนการผลิตเพื่อนำป้อนกลับเข้าเป็นปัจจัยนำเข้าใหม่อีกครั้งเพื่อลดของเสียและเพิ่มความคุ้มค่าจากการใช้ปัจจัยนำเข้าจึงอาจกล่าวได้ว่า แนวคิดนี้คือชื่อเรียกก่อนที่จะมาเป็นคำว่า Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียนในปัจจุบัน

เศรษฐกิจหมุนเวียนเครื่องมือสำคัญสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากที่มาของเศรษฐกิจหมุนเวียนที่เป็นความพยายามจัดสมดุลระหว่างอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก กับอัตราการลดลงและสูญสิ้นของทรัพยากรธรรมชาตินี้ เป็นแนวคิดที่มีแกนหลักเดียวกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ที่เป็นการบูรณาการการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การรักษาสิ่งแวดล้อม และความเป็นธรรมในสังคม (Masi, Day & Godsell, 2017 ; Burnett, 2019) แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีการนำเสนอครั้งแรกในปี ค.ศ. 1987 (Research Service, 2015) ที่การประชุมคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา หรือ คณะกรรมาธิการบรันท์แลนด์ (Brundtland Report) เสนอรายงาน เรื่อง Our Common Future โดยระบุว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่กระทบต่อความสามารถในการตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นต่อไป (“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs”) (WCED (1987)) นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่น่าสนใจดังนี้

Hopwood และคณะ (2005) การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นแนวคิดอันเป็นผลมาจากการตระหนักรู้ต่อการเพิ่มขึ้นของประชาคมโลกเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ ความขาดแคลน ความไม่เท่าเทียม และความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพของประชากรโลกในอนาคต เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งแวดล้อมกับสังคมและเศรษฐกิจ

Jacobus (2006) การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นความพยายามจัดสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นทางเลือกไปสู่การเจริญเติบโตในทางสร้างสรรค์และทันสมัย

Grant และคณะ (2015: 31) การพัฒนาที่ยั่งยืนคือความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการที่จะลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

Emas (2015) การพัฒนาที่ยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืนระยะยาวทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ในการที่จะบรรลุได้นั้นจำเป็นต้องมีการบูรณาการความรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านกระบวนการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (2561: 71-73) การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการบูรณาการอย่างมีคุณภาพของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและการแก้ไขความยากจน สองสิ่งนี้ต้องพัฒนาไปด้วยกัน และมีความหมายเชิงลึกกว่าเป็นการทำให้กิจกรรมของมนุษย์สอดคล้องกับกฎของธรรมชาติ

ทองทิพภา วิริยะพันธุ์ (2561: 13) การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันและในอนาคตโดยการสร้างสมดุลเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเจริญเติบโต โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ

สุโขทัยธรรมาริราช (ม.ป.ป.) การพัฒนาที่ยั่งยืนคือ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ภายใต้ข้อจำกัดระบบนิเวศของโลก

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการบูรณาการอย่างสมดุลระหว่างการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคมควบคู่กับสิ่งแวดล้อม มีความคำนึงถึงผลกระทบอันเกิดจากการใช้ทรัพยากรเพื่อการดำรงชีพและการขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจของคนรุ่นปัจจุบันที่จะมีต่อการดำเนินชีวิตของประชากรในอนาคตต่อไป เพื่อให้โลกมีทรัพยากรเพียงพอต่อการดำรงชีพของประชาคมโลกยุคปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งบรรเทาปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำต่าง ๆ ของมนุษย์

การที่เศรษฐกิจหมุนเวียนตระหนักถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพโดยพยายามยืดอายุการใช้งานสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุดจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น นับเป็นกลไกหนึ่งเพื่อการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน จากงานวิจัยของ Sehnem และคณะ (2019) ได้พบความสมมาตรกันของแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนกับเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Schroeder และคณะ (2018) ที่พบว่าแนวปฏิบัติของเศรษฐกิจหมุนเวียนกับแนวปฏิบัติของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่องค์กรนานาชาติหรือตกลงร่วมกันทั้ง 17 เป้าหมายนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน โดยเฉพาะเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ 8 การจ้างงานที่มีคุณค่า และเป้าหมายที่ 12 แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน และผลการวิจัยพบว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถใช้เป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ อ้างถึงในกรุงเทพธุรกิจ, 2561; ธนัธร มหาพรประจักษ์, 2562) นานาประเทศทั้งภาคเอกชนและรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปประยุกต์ใช้ในองค์กรหรือประเทศเหล่านั้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในทวีปยุโรปที่มีการจัดทำแผนติดตามการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนโดยคณะกรรมการการยุโรป รวมถึงประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน เช่น สาธารณรัฐประชาชนจีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สำหรับประเทศไทยการพัฒนาที่ยั่งยืนถูกระบุในแผนยุทธศาสตร์ชาติไทย 20 ปี (ค.ศ. 2017-2036) ด้านการสร้างความรู้ความเข้าใจและขับเคลื่อนสังคมคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บทบาทการบัญชีเพื่อการเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นหนึ่งในกลไกที่ขับเคลื่อนให้เกิดการบูรณาการมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานจึงต้องครอบคลุมมิติทั้งสามนี้เช่นกัน การบัญชีคือการบันทึกรวบรวมเหตุการณ์ที่มีผลต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของหน่วยงาน เพื่อนำเสนอแก่ผู้มีส่วนได้เสียภายนอกหน่วยงานและใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ วางแผน สั่งการและตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ภายในหน่วยงาน การบัญชีจึงมีบทบาทในการรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เพื่อบริหารงานและประเมินผลการบริหารจัดการความคุ้มค่าจากการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ภายใต้แนวคิดของเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การคำนวณต้นทุนที่ประหยัดได้จากการใช้วัสดุรีไซเคิล การวิเคราะห์ต้นทุนที่ประหยัดได้จากการลดใช้พลังงาน การวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการจัดทำตัวเลขเปรียบเทียบต้นทุนก่อนและหลังการปรับปรุงกระบวนการผลิต กล่าวได้ว่าการบัญชีมีส่วนสนับสนุนสำคัญในการให้ข้อมูลประกอบการวัดผลเพื่อการพัฒนาสู่เศรษฐกิจหมุนเวียน (Arjalès et al., 2019) การบัญชีและนักบัญชีช่วยทำหน้าที่เสมือนเป็นแว่นขยายและปรับมุมมองภาคการผลิตที่มองเพียงการผลิตสินค้า (A Product-Perspective) เพื่อใช้แล้วทิ้ง เป็นการส่งมอบคุณค่าและคำนึงถึงผลกระทบที่สินค้าหรือบริการนั้นมีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรอายุของผลิตภัณฑ์เหล่านั้น (Gould, 2014; Arjalès et al., 2019) Alta Prinsloo และ Stathis Gould สมาชิกฝ่ายบริหารแห่งสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (IFAC) นำเสนอข้อคิดเห็นในบทความเรื่อง Time to Act : The Accountancy Profession's Contribution to the Sustainable Development Goals เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2016 ภายหลังจากบรรลุข้อตกลงเกี่ยวกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Global Goals) โดยระบุบทบาทของนักบัญชีที่มีต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและเศรษฐกิจหมุนเวียนว่า การบัญชีและนักบัญชีจำเป็นต้องบูรณาการความรู้ด้านอื่น ๆ เช่น เศรษฐศาสตร์ การบริหารคุณภาพและการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ในการจัดทำและประเมินผลการดำเนินงานอันเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน ควบคู่กับการเสริมสร้างความตระหนักรู้และมีส่วนร่วมของประชาชนหมู่มาในสังคมเพื่อร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ลดมลภาวะต่าง ๆ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนให้ระบบเศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน บทบาทการบัญชีที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน สามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้

การวัดผลประกอบการ ภายใต้การดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรง ภาคธุรกิจส่วนมากวัดผลการดำเนินงานจากตัวเลขผลกำไรขาดทุนสุทธิ (Bottom Line) เท่านั้น แต่ในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีการพิจารณาถึงมิติทางสิ่งแวดล้อมและสังคมด้วยนี้ การวัดผลการดำเนินงานจึงควรมีการพิจารณาแบบ Triple Bottom Line หรือการรายงานไตรภาค (คิลปพร ศรีจันเพชร, 2560) เป็นแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานของ John Elkington ที่ปรึกษาธุรกิจโดยมีฐานคิดเดิมของ Brundtland Commission ขององค์การสหประชาชาติที่กำหนดไว้เมื่อปี ค.ศ. 1987 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) รายงานการวัดผลการดำเนินงานดังกล่าว มุ่งเน้นให้มีการพิจารณาผลประกอบการทางธุรกิจ 3 มิติประกอบด้วย 1. People ได้แก่พนักงาน ชุมชน หมายถึงการเคารพและเป็นธรรมต่อชุมชนและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ 2. Planet ได้แก่สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ หมายถึงการทำธุรกิจที่เป็นมิตรและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 3. Profit ได้แก่ กำไรและประโยชน์ทางสังคม หมายถึงการวัดความสำเร็จของกิจการจากประโยชน์ที่มีต่อสังคม (ปัสสาละ, 2556) โดยนักบัญชีมีบทบาทวิเคราะห์และนำเสนอผลการดำเนินงานเพื่อแสดงให้เห็นว่าหน่วยงานมีผลการดำเนินงานไปสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อการพัฒนาสู่ความยั่งยืนอย่างไร (Boutellis-Taft, 2019)

การจัดทำรายงาน รายงานทางธุรกิจที่เผยแพร่สู่สาธารณะชนในธุรกิจแบบเศรษฐกิจเส้นตรงขาดการสื่อสารด้านการสร้างมูลค่าในระยะยาว (สมชาย ศุภธาดา, 2560) โดยมีการแยกรายงานทางการเงินและการบริหารงานและเน้นการสื่อสารเฉพาะกับผู้ถือหุ้นของกิจการเท่านั้น ต่อมาเมื่อมีการเรียกร้องจากผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ชุมชนและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของกิจการ ประกอบกับความรับผิดชอบของกิจการที่ขยายเพิ่มไปถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อมและการกำกับดูแล คณะกรรมการรายงานเชิงบูรณาการนานาชาติ (International Integrated Reporting Council หรือ IIRC) จึงได้จัดทำกรอบแนวคิดการรายงานเชิงบูรณาการขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการจัดทำรายงานเชิงบูรณาการ รายงานนี้มีการสื่อสารที่กระชับตรงประเด็นเกี่ยวกับการวางกลยุทธ์ของกิจการ การกำกับดูแล ผลงานและโอกาสในบริบทที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การสร้างคุณค่าทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว (IIRC, 2019) นักบัญชีจึงมีบทบาทในการจัดทำและตรวจสอบรายงานเชิงบูรณาการให้แสดงข้อมูลที่เชื่อถือได้ สอดคล้องกับความเป็นจริง รายงานดังกล่าวเป็นการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเพื่อการบริหารงานอย่างยั่งยืนของกิจการ (Prinsloo & Gould, 2016; Makarenko & Plastun, 2017) ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานการรายงานและการเปิดเผยข้อมูลเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนที่กิจการเลือกนำมาใช้ เช่น กรอบมาตรฐาน Global Reporting Initiative (GRI Standards) นักบัญชีจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจมาตรฐานดังกล่าวเพื่อประโยชน์ในการจัดทำรายงานดังกล่าว หรือทำหน้าที่ให้ข้อคิดเห็นต่อความถูกต้องของการจัดทำรายงานเชิงบูรณาการของกิจการ

การบริหารต้นทุน หลักการของเศรษฐกิจหมุนเวียนคือการผลิตสินค้าและบริการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อส่งมอบสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้า จากหลักการดังกล่าวส่งผลให้กิจการควรทำการวิเคราะห์กิจกรรมและทรัพยากรต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในกิจการว่า กิจกรรมหรือขั้นตอนใดและทรัพยากรชนิดไหนที่กิจการสูญเสียไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการแก่ลูกค้า การบัญชีต้นทุนฐานกิจกรรม (Activity Based Costing) คือเครื่องมือเพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ว่ากิจกรรมหรือขั้นตอนใดและทรัพยากรชนิดไหนที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าเพื่อลดกิจกรรมหรือขั้นตอนที่ไม่มีคุณค่าให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อการประหยัดต้นทุน อีกทั้งยังให้ข้อมูลต้นทุนอื่นเกี่ยวกับการลดมลพิษ เช่น การใช้ต้นทุนฐานกิจกรรมเพื่อการคำนวณการบำบัดน้ำเสียและนำกลับมาใช้ภายใต้ความไม่แน่นอน (Durán & Durán, 2018) จากการศึกษาของศศิธร อ่อนสนธิ (2554) เกี่ยวกับการลดต้นทุนโลจิสติกส์โดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรมของกรณีศึกษาพบว่าระบบต้นทุนฐานกิจกรรมทำให้บริษัททราบต้นทุนที่แท้จริงและลดต้นทุนเพื่อเพิ่มผลกำไรขึ้นได้ เนื่องจากต้นทุนฐานกิจกรรมจะรวบรวมกิจกรรมและทรัพยากรที่กิจการใช้เพื่อการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องใกล้เคียงความเป็นจริงมากกว่าการคำนวณต้นทุนด้วยระบบดั้งเดิมที่มีการใช้อัตรา

ค่าใช้จ่ายการผลิตจัดสรรอัตราเดียวสำหรับทั้งโรงงาน การที่กิจการรับทราบต้นทุนที่ถูกต้องแล้ว กิจการจะสามารถหาแนวทางลดต้นทุนโดยการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่า ลดขั้นตอนการทำงาน กิจกรรมที่ไม่มีคุณค่าและของเสีย โดยกิจกรรมที่มีคุณค่านี้เป็นได้ทั้งคุณค่าในมุมมองของกิจการและของลูกค้า กิจกรรมบางกิจกรรมมีคุณค่าในมุมมองของกิจการแต่อาจไม่มีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า ดังนั้น หากกิจการทำการสังเคราะห์แล้วสามารถออกแบบและจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้เหลือเพียงกิจกรรมที่มีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า กิจการย่อมมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการลดต้นทุนและการใช้ทรัพยากรที่ไม่มีคุณค่าออกไป นักบัญชีจึงมีบทบาทในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลกิจกรรมและการใช้ทรัพยากรการผลิตเพื่อการคำนวณต้นทุน เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพิจารณาปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อการส่งมอบคุณค่าแก่ลูกค้า

นอกจากนี้ ในแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มุ่งเน้นการใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และการลดของเสีย การบัญชีบริหารมีอีกหนึ่งเครื่องมือเพื่อการบริหารต้นทุนที่มีการประยุกต์ใช้และมีรายงานวิจัยออกมาแล้วว่าช่วยลดต้นทุนได้ นั่นคือ ต้นทุนการไหลวัสดุ (Material Flow Accounting) แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อนำเสนอให้เห็นว่ากิจการสามารถมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการลดต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายอันเกิดจากขั้นตอนการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพเป็นมูลค่าเท่าใด (Christ & Burritt, 2015) โดยการเปรียบเทียบมูลค่าปัจจัยนำเข้ากับผลลัพธ์ที่ได้เพื่อพิจารณาถึงความมีประสิทธิภาพ การเปรียบเทียบมูลค่าความสูญเสียก่อนและหลังปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อวัดผลการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าว นักบัญชีจึงมีบทบาทในการจัดทำรายงานเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรในการผลิตของกิจการ

การบัญชีเพื่อการบริหารสิ่งแวดล้อม ในหลักการที่สำคัญของเศรษฐกิจหมุนเวียนคือการลดผลกระทบจากการผลิตสินค้าและบริการที่มีต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด การบัญชีเพื่อการบริหารสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Accounting) มีบทบาทในการวัดประเมินผลการบริหารงานด้านสิ่งแวดล้อม สมาพันธ์นักบัญชีโลก (International Federation of Accountants หรือ IFAC) ให้แนวทางการจำแนกต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมจำนวน 6 หมวดใน International Guidance Document Environmental Management Accounting (IFAC, 2005) ได้แก่ 1. ต้นทุนวัตถุดิบที่รวมไปกับผลิตภัณฑ์ (Materials Costs of Product Outputs) 2. ต้นทุนวัตถุดิบที่ไม่รวมไปกับผลิตภัณฑ์ (ต้นทุนที่เป็นของเสีย หรือความสูญเสียจากการผลิต) (Materials Costs of Non-Product Outputs) 3. ต้นทุนบำบัดและควบคุมของเสียและมลภาวะ (Waste and Emission Control Costs) 4. ต้นทุนป้องกันมลภาวะและผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ (Prevention and Other Environmental Management Costs) 5. ต้นทุนในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development Costs) และ 6. ประมาณการหนี้สินจากการถูกฟ้องร้อง (Tangible Costs) จากการดำเนินธุรกิจของกิจการที่มีผลกระทบเชิงลบต่อทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชนและสิ่งแวดล้อม เช่นมลภาวะหรือน้ำเสียที่ปล่อยออกจากกิจการ การเรียกร้องค่าเสียหายจากพนักงานที่เจ็บป่วยอันเนื่องมาจากการทำงาน ภาวะพิษภัยของกิจการที่เสียหายจากการมีส่วนร่วมทำให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ความเสียหายจากการละเมิดต่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกของกิจการ ขณะที่ Chartered Global Management Accountant (CGMA, 2019) จำแนกต้นทุนสิ่งแวดล้อมออกเป็น 4 หมวด ได้แก่ 1. ต้นทุนเพื่อป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Prevention Costs) 2. ต้นทุนเพื่อการประเมินและการปฏิบัติตามกฎหมายข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม (Appraisal Costs) 3. ต้นทุนเพื่อการลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากกิจการ (Internal Failure Costs) และ 4. ต้นทุนเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมภายหลังจากสินค้าและบริการออกจากกิจการโดยมีภาคส่วนอื่น ๆ มีส่วนร่วมทำให้เกิดขึ้นด้วย (External Failure Costs) แม้ว่าทั้งสององค์กรมีการแบ่งหมวดต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมต่างกันแต่มีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ การรายงานและวัดผลการดำเนินงานอันเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นข้อมูลทางการเงินและไม่ใช้การเงิน ซึ่งนักบัญชีสามารถนำแนวคิดดังกล่าวมาจัดทำรายงานให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องจากการดำเนินธุรกิจของกิจการ

สรุป เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นคำเรียกใหม่สำหรับแนวคิดที่บูรณาการระหว่างการผลิตสินค้า บริการและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้คุ้มค่าสูงสุด ลดขยะและของเสียควบคู่กับการพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้โลกมีทรัพยากรเพียงพอต่อการดำรงอยู่ของมนุษยชาติปัจจุบันและอนาคต เป็นการวิวัฒนาการพัฒนาสู่ความยั่งยืนเนื่องจากการสร้างความสมดุลมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการชะลอปัญหาความขาดแคลนและความเหลื่อมล้ำ การบัญชีและนักบัญชีสามารถมีบทบาทต่อการนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยการจัดทำรายงานและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยของ Vardon et al. (2018) พบว่ารัฐบาลหน่วยธุรกิจสามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นจากการบูรณาการข้อมูลการบัญชีเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมตามกรอบแนวคิดการบัญชีสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ (The System of Environmental-Economic Accountings หรือ SEEA) เนื่องจากการบัญชีมีแนวคิดที่เปิดกว้างสำหรับความหลากหลายของข้อมูลที่จะนำมาสังเคราะห์เพื่อประกอบการแก้ปัญหาต่าง ๆ มีจุดเด่นที่สำคัญคือ ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางบัญชี ได้แก่ ความทันเวลา การเข้าถึงข้อมูล การแปลความหมายและความเชื่อมโยง เป็นรูปแบบการรายงานที่มีแบบแผนเพื่อให้สามารถเปรียบเทียบกันได้ นอกจากนี้ในการวัดผลการดำเนินงานเพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า นั้น การคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรม บัญชีต้นทุนการไหลวัสดุ เข้ามามีบทบาทในการคำนวณเพื่อการจำแนกตัวเลขต้นทุนจากกิจกรรม กระบวนการที่มีคุณค่าและที่ไม่มีคุณค่า มูลค่าของเสียหรือความสูญเสียจากการดำเนินงานไม่เต็มประสิทธิภาพ สิ่งนี้ช่วยให้ธุรกิจทราบถึงการรั่วไหลความสูญเสียของทรัพยากรของกิจการเพื่อหาทางบรรเทา ลดของเสียเหล่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มุ่งลดขยะของเสีย และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างคุ้มค่าสูงสุดเพื่อให้โลกมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการขับเคลื่อนวิวัฒนาการต่อไป ส่งผ่านเป็นมรดกจากผู้อยู่อาศัยในยุคปัจจุบันสู่อนาคตตามเจตจำนงการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะต่อนักบัญชีและภาคธุรกิจ

นักบัญชีสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตนเองและองค์กรได้ด้วยความสามารถในการเชื่อมโยงแนวโน้มทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคม และระบุผลกระทบที่มีต่อกลยุทธ์ รูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร สิ่งนี้ช่วยให้นักบัญชีมีบทบาทการเป็นที่ปรึกษาผู้คิดการบริหารธุรกิจสู่ความยั่งยืน นักบัญชีเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนนี้ ควรมีความสามารถในการบูรณาการความรู้ทางการบัญชี เศรษฐศาสตร์ และสิ่งแวดล้อมเพื่อการประเมินผลและรายงานความคุ้มค่าของการใช้ทรัพยากร การลดของเสีย การควบคุมต้นทุน เช่น การคำนวณมูลค่าต้นทุนที่ประหยัดได้ มูลค่าของผลประโยชน์หรือรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน นักบัญชีควรมีความสามารถในการสื่อสารที่ชัดเจนตรงประเด็นเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องเชื่อถือได้ มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกกิจการ ในขณะที่ภาคธุรกิจควรตระหนักและแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินธุรกิจของกิจการที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยนำหลักการเศรษฐกิจหมุนเวียนไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน เช่น การพิจารณาทบทวนปรับปรุงกระบวนการผลิตเพื่อลดการใช้พลังงาน การจัดให้มีระบบรีไซเคิลในโรงงาน หรือการหมุนเวียนการใช้พลังงานเพื่อลดต้นทุนการผลิตมลพิษกับสิ่งแวดล้อม การคิดเชิงระบบและการสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อลดการใช้วัตถุดิบสังเคราะห์ เพิ่มการใช้วัตถุดิบชีวภาพ หรือการนำของเสีย ของเหลือจากการใช้งานกลับมาสร้างมูลค่า ขยายอายุการใช้งานเพื่อลดปริมาณขยะ นอกจากนี้ภาคธุรกิจอาจพิจารณาใช้บริการหรือเช่าใช้สินทรัพย์แทนการซื้อสินทรัพย์มาครอบครอง การที่นักบัญชีและภาคธุรกิจนำแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปประยุกต์ใช้ในการทำงานตามความรับผิดชอบของตนเองนี้ เป็นตัวอย่างของผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบเศรษฐกิจที่กำลังทำหน้าที่ช่วยขับเคลื่อนเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจของโลก เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนทรัพยากร พร้อมกับการสร้างความยั่งยืนแก่ระบบเศรษฐกิจเพื่อการดำรงอยู่ของประชากรในยุคนี้และยุคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรณีศ ตันอังสนากุล. (2560). ปัญหาของหลอดพลาสติก : ถ้าไม่เอาหลอดพลาสติกแล้วจะเอาอะไรทด! ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2019, จาก <https://www.the101.world/problem-and-solution-of-plastic-straws/>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2561). 'สมคิด' ชูศก.หมุนเวียน ช่วยสร้างประเทศให้มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2019, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/807150>.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). ขยะพลาสติกในทะเล'ปัญหาวิกฤตข้ามพรมแดน. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2019, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/854693>.
- ชาวรา กิบบินส์. (2018). เนชั่นแนลจีโอกราฟฟิค ประเทศไทย. ประวัติศาสตร์ย่อยของหลอดพลาสติก. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2019, จาก <https://ngthai.com/environment/12237/brief-history-of-plastic-straws/>.
- จุฬารัตน์ พรหมทัต. (2561). สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. BLUE Economy เทรนด์ใหม่ที่ได้รับความสนใจในระดับโลก. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/tpsoc_journal_feb_62_issue_91.pdf.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ม.ป.ป. Triple Bottom Line หรือ TBL. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก https://www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/knowledge/principles_p1.html?printable=true.
- ทองทิพภา วิริยะพันธุ์. (2561). การพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืน (Sustainable Business Development). กรุงเทพฯ : CMS Digital Print.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2560). เศรษฐกิจสีน้ำเงิน เทรนด์ใหม่ของโลก. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก <https://www.thairath.co.th/news/business/1146550>.
- ธนันธร มหภาพระจักษ์. (2562) ธนาคารแห่งประเทศไทย. Circular economy ทางออกของปัญหาสิ่งแวดล้อม. ค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2019, จาก https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_30Jul2019.aspx.
- บีบีซี. (2018). พลาสติกปนเปื้อน: นักวิจัยพบไมโครพลาสติกในอุจจาระมนุษย์ทั่วโลก. ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2019, จาก <https://www.bbc.com/thai/international-45956262>.
- ป่าสาละ. (2556). Triple Bottom Line. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก <http://www.salforest.com/glossary/triple-bottom-line>.
- พิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ. องค์การ. (ม.ป.ป.). ไมโครพลาสติก (Microplastic). ค้นเมื่อ 7 ธันวาคม 2019, จาก <http://www.nsm.or.th/other-service/669-online-science/knowledge-inventory/sci-vocabulary/sci-vocabulary-science-museum/3429-ไมโครพลาสติก-microplastic.html>.
- เพชร มโนปวิตร. (2561). ทำไมต้อง Circular Economy ทางรอดของมนุษย์ในยุค Anthropocene ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019. จาก <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/%E0%B8%97%E0%B8%B3%E0%B9%84%E0%B8%A1%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87-Circular-Economy-%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B8%E0%B8%A9%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84-Anthropocene>.

- ภัทราพร แยมละออ. (2561). เศรษฐกิจหมุนเวียน – โอกาสใหม่ของธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก http://www.salforest.com/blog/circular_economy.
- รติมา คชนันท์. (2562). สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy). ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2562, จาก <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2562/hi2562-010.pdf>.
- ศศิธร อ่อนสนธิ. (2554). การวิเคราะห์การลดต้นทุนโลจิสติกส์โดยใช้ระบบต้นทุนฐานกิจกรรม (ABC) กรณีศึกษา : บริษัท จอห์นสัน คอนโทรล แอนด์ ซัมมิทอนทีเรียส์ จำกัด. วารสารวิชาการศรีปทุม, 115-122. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก https://www.east.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/264-P115-122_sasitorn.pdf.
- ศิลปพร ศรีจันทะพร. (2560). การบัญชีตามความรับผิดชอบต่อสังคม. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 6(1), 25-32 ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, จาก http://www.vu.ac.th/apheitvu/journal/v6n1/2_Sillapaporn_Srijunpetch.pdf.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2562). Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียนที่ทุกคนควรรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : พิมพ์ดี.
- สมชาย ศุภธาดา. (2560). โฉมหน้าการสื่อสารในทศวรรษหน้า : การรายงานเชิงบูรณาการและรายงานของผู้สอบบัญชีแบบใหม่. วารสารวิชาชีพบัญชี, 12(34), 101-109. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2019, <http://www.jap.tbs.tu.ac.th/files/Article/Jap34/Full/Jap34Somchai.pdf>.
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์. (2561). การพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2020, จาก <https://www.watnyanaves.net/uploads/File/books/pdf/26-SustainableDevelopment.pdf>.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. (ม.ป.ป). การพัฒนาที่ยั่งยืน. ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2020, จาก <https://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sec/Lom12/04-03.html>.
- Arjailès, D.L, Rodrigue, M., & Romi, A.A. (2019). *Accounting for the Circular Economy*. Retrieved December 14, 2019, from https://think.taylorandfrancis.com/accounting-forum-circular-economy/#?utm_source=CPB&utm_medium=cms&utm_campaign=JOL12537.
- Biomimicry Institute. (2019). *A sustainable world already exists*. Retrieved December 8, 2019, from <https://biomimicry.org/what-is-biomimicry/>.
- Boulding, K. E. (1966). *The Economics of the coming spaceship earth*. Retrieved June 24, 2020, from http://www.zo.utexas.edu/courses/THOC/Boulding_SpaceshipEarth.pdf.
- Boutellis-Taft, O. (2019). *Accountants Can Support Sustainable Corporate Governance*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy/discussion/accountants-can-support-sustainable>.
- Burnett, P. (2019). *From 'cowboy economy' to 'spaceman economy'*. Retrieved June 26, 2020, from <https://sustainabilitybites.home.blog/2019/06/20/from-cowboy-economy-to-spaceman-economy/>.
- Chartered Global Management Accountant. (2019). *Cost transformation model*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.cgma.org/content/dam/cgma/resources/tools/cost-transformational-tool/cost-transformation-model-toolkit.pdf>.

- Christ, K. L., & Burritt, R. L. (2015). *Material Flow Cost Accounting : A Review and Agenda for Future Research*. Journal of Cleaner Production, 108, 1378-1389. Retrieved December 14, 2019, from [https://www.sciarp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?Referen-celID=1844032](https://www.sciarp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?Referen-celID=1844032).
- Circular Academy. (2019). *Circular Schools of Thought : Performance Economy*. Retrieved December 8, 2019, from <http://www.circular.academy/circular-schools-of-thought-performance-economy/>.
- D' Adamo, I. (2019). *Adoping a Circular Economy: Current Practices and Future Perspectives*. Retrieved June 14, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/337850289_Adopting_a_Circular_Economy_Current_Practices_and_Future_Perspectives.
- Durán, O., & Durán, P.A. (2018). *Activity Based Costing for Wastewater Treatment and Reuse under Uncertainty : A Fuzzy Approach*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/7/2260/pdf/1>.
- Ellen MacArthur Foundation. (2019a). *Schools of Thought*. Retrieved December 8, 2019, from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/circular-economy/concept/schools-of-thought#:~:text=The%20circular%20economy%20concept%20has,%2C%20thought%2Dleaders%20and%20businesses>.
- Ellen MacArthur Foundation. (2019b). *What is a circular economy? A framework for an economy that is restorative and regenerative by design*. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.ellenmacarthurfounda tion.org/circular-economy/concept>.
- Emas, R. (2015). *The Concept of Sustainable Development : Definition and Defining Principles*. Retrieved June 24, 2020, from https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5839GSDR%202015_SD_concept_definiton_rev.pdf.
- Euro Commission. (2019). *Circular economy – Overview*. Retrieved December 8, 2019, from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/circular-economy/overview>.
- Gould, S. (2014). *A Circular Economy Must Drive Management Accounting in the 21st Century*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/preparing-future-ready-professionals/discussion/circular-economy-must-drive>.
- Grant, D. B., Trautrim, A., & Wong, C.Y. (2015). *Sustainable Logistics and Supply Chain Management*. Great Britain and the United States : CPI Group (UK) Ltd.
- Hopwood, B., Mellor, M., & O' Brien, G. (2005). *Sustainable Development : Mapping Different Approaches*. Retrieved June 25, 2020, from https://www.open.edu/openlearn/ocw/pluginfile.php/630982/mod_resource/content/1/t863_2_reading2.pdf.
- International Federation for Accountants. (2005). *International Guidance Document Environmental Management Accounting*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/international-guidance-docu-2.pdf>.
- International Integrated Reporting Council. (2019). *Integrated Reporting*. Retrieved December 14, 2019, from <https://integratedreporting.org/the-iirc-2/>.

- International Union for Conservation of Nature. (2019). *Marine plastics*. Retrieved December 8, 2019, from <https://www.iucn.org/resources/issues-briefs/marine-plastics>.
- Jacobus, A. D. P. (2006). *Sustainable development – historical roots of the concept*. Environmental Sciences, 3:2, 83-96, DOI: 10.1080/15693430600688831.
- Jones, M. J. (2010). Accounting Forum. *Accounting for environment : Towards a theoretical perspective for environmental accounting and reporting*, 34, 123-138.
- Makarenko, I., & Plastun, A. (2017), *The Role of Accounting in Sustainable Development*. Retrieved December 14, 2019, from https://businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/9472/AFC_2017_02_Makarenko.pdf.
- Masi, D., Day, S., & Godsell, J. (2017). *Supply Chain Configurations in the Circular Economy : A Systematic Literature Review*. Retrieved June 14, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/319597576_Supply_Chain_Configurations_in_the_Circular_Economy_A_Systematic_Literature_Review.
- McDonough, W. (2019). *Cradle to Cradle*. Retrieved December 8, 2019, from <https://mcdonough.com/cradle-to-cradle/>.
- Prinsloo, A., & Gould, S. (2016). International Federation of Accountants. *Time to Act : The Accountancy Profession's Contribution to the Sustainable Development Goals*. Retrieved December 14, 2019, from <https://www.ifac.org/knowledge-gateway/contributing-global-economy/discussion/time-act-accountancy-profession-s>.
- Research Service, National Assembly for Wales. (2015). *Quick Guide to Sustainable Development : History and Concepts*. Retrieved June 24, 2020, from <https://senedd.wales/research%20documents/qg15-003%20-%20sustainable%20development%20history%20and%20concepts/qg15-003.pdf>.
- Schroeder, P., Anggraeni, A., & Weber, U. (2018). *The Relevance of Circular Economy Practices to the Sustainable Development Goals*. Retrieved December 8, 2019, from <https://www.circularresourceslab.ch/wp-content/uploads/2018/08/Schroeder-et-al-2018.pdf>.
- Sehnm, S., Pandolfi, A., & Gomes, C. (2019). *Is sustainability a driver of the circular economy?*, *Social Responsibility Journal*, 16(3), 329-347. <https://doi.org/10.1108/SRJ-06-2018-0146>.
- Stahel, W. R. (2016). *Stocks and Flows in the Performance Economy*. Retrieved December 8, 2019, from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-20571-7_7.
- The Product-Life Institute. (n.d.). *Cradle to Cradle*. Retrieved June 24, 2020, from <http://www.product-life.org/en/cradle-to-cradle#:~:text=In%20all%20his%20papers%20of,referred%20to%20as%20circular%20economy%3A&text=The%20link%20between%20energy%2Fresources,creation%20in%20a%20loop%20economy>.
- The UN Global Goals. (2019). *6 Clean Water and Sanitation*. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/water-and-sanitation/>.
- United Nation. (2019). *World Population Prospects 2019*. Volume II : Demographic Profiles. Retrieved December 7, 2019, from https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Volume-II-Demographic-Profiles.pdf.

Vardon, M., Castaneda, J.P., Nagy, M., & Schenau, J. (2018). *How the System of Environmental-Economic Accounting can improve environmental informationsystems and data quality for decision making*. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1462901118301606>.

World Commission on Environment and Development. (1987) *Report of the World Commission on Environment and Development : Our Common Future*. Retrieved June 24, 2020, from <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>.

World Health Organization. (2019). *What is the minimum quantity of water needed?* Retrieved December 7, 2019, from https://www.who.int/water_sanitation_health/emergencies/qa/emergencies_qa5/en/.



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

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้ส่งบทความ โดยตรง

นโยบายการพิจารณากลับกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทความหนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอ บทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์ จะต้องผ่านการพิจารณากลับกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาค หรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

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

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript preparation)

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

เอกสารอื่นที่ต้องแนบมาพร้อมกับต้นฉบับ

- บันทึกข้อความขอส่งต้นฉบับลงตีพิมพ์ในวารสารฯ จำนวน 1 ชุด
- แบบเสนอต้นฉบับเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารฯ (ตามแบบฟอร์มของวารสารฯ ที่แนบมา) จำนวน 1 ชุด

จัดส่งมายัง :

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754333 ต่อ 3431/043-754422 E-mail: accbiz.journal@gmail.com

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

หากกองบรรณาธิการตรวจพบข้อผิดพลาดของรูปแบบ และ/หรือ ความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบในบทความ บทความนั้นจะถูกส่งกลับไปยังผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) เพื่อทำการแก้ไขบทความที่จัดเตรียมถูกต้องตามระเบียบการตีพิมพ์และมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาจะถูกส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคุณค่าต่อไป

องค์ประกอบบทความงานวิจัย (Research article)

จัดเตรียมเนื้อหาตามลำดับดังนี้: ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ เนื้อหา เอกสารอ้างอิง โดยหน้าชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย เมือง จังหวัด) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับติดต่อ

บทคัดย่อ

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

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผล การศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

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) วรรคด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญแต่ละคำ ให้ใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

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

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

3. บทความภาษาไทย

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

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

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

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

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

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

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ)

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

การอ้างอิงในเนื้อหา (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

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

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)
ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

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

รายงานทางวิชาการ

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

วิทยานิพนธ์

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

รายงานการประชุม

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

วารสาร

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

หนังสือพิมพ์

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

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บไซต์

ชวนะ ภวานันท์. (2548). ธุรกิจสปาไทยนำก้าวไกลไปกว่านี้. ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก
<http://www.businessstgai.co.th/content.php>.

วารสารอิเล็กทรอนิกส์

สันต์ ธรรมบำรุง. (2543, มกราคม-มิถุนายน). กลไกที่สำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. วารสารสารสนเทศ, 1.
ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2549, จาก http://arcbs.bsru.ac.th/docu_files/information1_1-3.doc.

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีฉบับพิมพ์

ทินพันธ์ นาคะตะ. (2549, 4 กรกฎาคม). ในหลวง ศาล กับอำนาจอธิปไตย. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์]. มติชน.
ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2549, จาก http://www.matichon.co.th/matichon/matichon_detail.php.

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาอังกฤษ)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)
ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

Periodical :

Journal article, one author

Tuomi, M. T. (2005). Agents of social change in education. *Community Development Journal*, 40, 205-211.

Journal article, three to six authors

Carlson, J., Kurato, Y., Ruiz, E., Ng, K. M., & Yang, J. (2004). A multicultural discussion about personality development. *The Family Journal*, 12, 111-121.

Journal article, more than six authors

Scarborough, D. A., Coblenz, W. K., Humphry, J. B., Coffey, K. P., Daniel, T. C., Sauer, T. J., et al. (2005). Evaluation of dry matter loss, nutritive value, and in situ dry matter disappearance for waiting orchardgrass and bermudagrass forages damaged by simulated rainfall. *Agronomy Journal*, 97, 604-614.

Journal article in press

Qin, G., Zhang, M., Dwyer, J. R., Rassoul, H. K., & Mason, G. M. (in press). The model dependence of solar energetic particle mean free paths under weak scattering. *The Astrophysical Journal*.

Journal paginated by issue

Caplan, G., Caplan, R. B., & Erchul, W. P. (1994). Caplanian mental health consultation : Historical background and current status. *Consulting Psychology Journal : Practice & Research*, 46 (4), 2-5.

Journal supplement

Fewtrell, M. S., Loh, K. L., Meek, J., Blake, A., Ridout, D., & Hawdon, J. M. (2005). Randomised, double blind trial of oxytocin nasal spray in mothers expressing milk for preterm infants. *Archives of Disease in Childhood*, 90 (Suppl. 2), 11.

Magazine article

Gawande, A. (2001, July 9). The man who couldn't stop eating. *The New Yorker*, 66-75.

Daily newspaper article

Hunsara, S. (2004, May 17). Driver, take me back to power. *The Nation*, p. 2A.

Book :

Book, one author

Pinel, J. P. J. (2003). *Biopsychology* (5th ed.). Boston : Pearson Education.

Book, two authors

Kubic, T., & Petraco, N. (2003). *Forensic science : Laboratory experiment manual and workbook*.
Boca Raton, FL: CRC Press.

Book, three to six authors

Watson, J. D., Baker, T. A., Bell, S. P., Gann, A., Levine, M., & Losick, R. (2004). *Molecular biology of the gene* (5th ed.). San Francisco : Benjamin Cummings.

Book, more than six authors

Cunningham, F. G., MacDonald, P. C., Gant, N. F., Leveno, K. J., Gilstrap, L. C., Hankins, G. V. D., et al.
(1997). *Williams obstetrics* (20th ed.). Stamford, CT : Appleton & Lange.

Edited book

Crapo, J. D., Glassroth, J., Karlinsky, J. B., & King, T. E., Jr. (Eds.). (2004). *Baum's textbook of pulmonary diseases* (7th ed.). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in an edited book

Alford, E. L. (2001). Midface lift. In B. J. Bailey, K. H. Calhoun, N. R. Friedman, S. D. Newlands, & J. T. Vrabec (Eds.), *Atlas of head & neck surgery-otolaryngology* (pp. 546-549). Philadelphia :
Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in a volume in a series

Rooney, A. (1992). Community nursing care and quality. In M. Johnson (Ed.), *Series on nursing Administration : Vol. 3*. The delivery of quality health care (pp. 119-131). St. Louis, MO : Mosby-Year Book.

Book Reviews

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower : A hero under control*]. *Contemporary Psychology*, 38, 466-467.

Research Reports

Knodel, J., Saengtienchai, C., Im-em, W., & VanLandingham, M. (2000). The impact of Thailand's AIDS epidemic on older persons : Quantitative evidence from a survey of key informants. *Institute of Population and Social Research*, Publication No. 252. Nakorn Pathom, Thailand : Institute for Population and Social Research Mahidol University, Salaya Campus.

Unpublished Doctoral Dissertation or Thesis

Pannarunothai, S. (1993). *Equity in health: The need for and the use of public and private health services in an urban area in Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, University of London.

Varitsakul, R. (2001). *The effectiveness of self-care participation promotion program on perceived self-care efficacy, disease control, and satisfaction of health care service in essential hypertensive patients*. Thesis, Mahidol University.

Conference Publication

Crespo, C. T. (1998, March). *Update on national data on asthma*. Paper presented at the meeting of the National Asthma Education and Prevention Program, Leesburg, VA.

Ortiz-lopez, A., Rebez, C., Ort, D., & Whitmarsh. (2001, July). *The green seed problem in canola*. Paper presented at the conference on American Society of Plant Physiologists [ASPP] : Plant Biology 2000, California.

Government Publication

National Institute of Mental Health. (1998). *Priorities for prevention research* (NIH Publication No. 98-4321). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Electronic Source :

Journal online article

Macia, E., Paris, S., & Chabre, M. (2001). Binding of the PH and polybasic c-terminal domains of ARNO to phosphoinositides and to acidic lipids. *Biochemistry*, 40, 1496. Retrieved May 19, 2004, from <http://pubs.acs.org/cgi-bin/article.cgi/bichaw/2001/40/i05/pdf/bi005123a.pdf>.

Journal article, retrieved from database

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, 78, 443-449. Retrieved October 23, 2000, from PsycARTICLES database.

Book

Bryant, P. J. (2002). *Biodiversity and conservation*. Retrieved May 18, 2004, from <http://darwin.bio.uci.edu/~sustain/bio65/Titlpage.htm>.

Abstract

Ghose, A. K. (2004, March). Global inequality and international trade. *Cambridge Journal of Economics*, 28, 229-252. Abstract retrieved May 18, 2004, from <http://cje.oupjournals.org/content/abstract/28/2/229>.

Daily newspaper

Czaja, G. (2004, February 6). Duke hopes senior day brings out best in team. *The Chronicle*. Retrieved May 18, 2004, from <http://www.chronicle.duke.edu/vnews/display.v/ART/2004/02/06/>.

Web sites, no author

New child vaccine gets funding boost. (2001). Retrieved March 21, 2001, from http://news.ninemsn.com.au/health/story_13178.asp.

ชื่อเรื่องภาษาไทย (Cordia New 18 pt. หน้า)
ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. หน้า)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย.....*² และ.....³

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

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

Abstract (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

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

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

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หน้า)

โมเดลของ.....

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลด้วยสมมุติฐาน โยงเข้า Hypotheses.....

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

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

.....

สมมุติฐานการวิจัย 2 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

.....

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

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

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล (เน้นอภิปรายผลตามสมมุติฐาน)

(Cordia New 16 pt. หน้า)

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

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หน้า)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).....

6. สรุปผลการวิจัย (Cordia New 16 pt. หน้า)

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

เอกสารอ้างอิง (Cordia New 16 pt. หน้า)

ตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)



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

