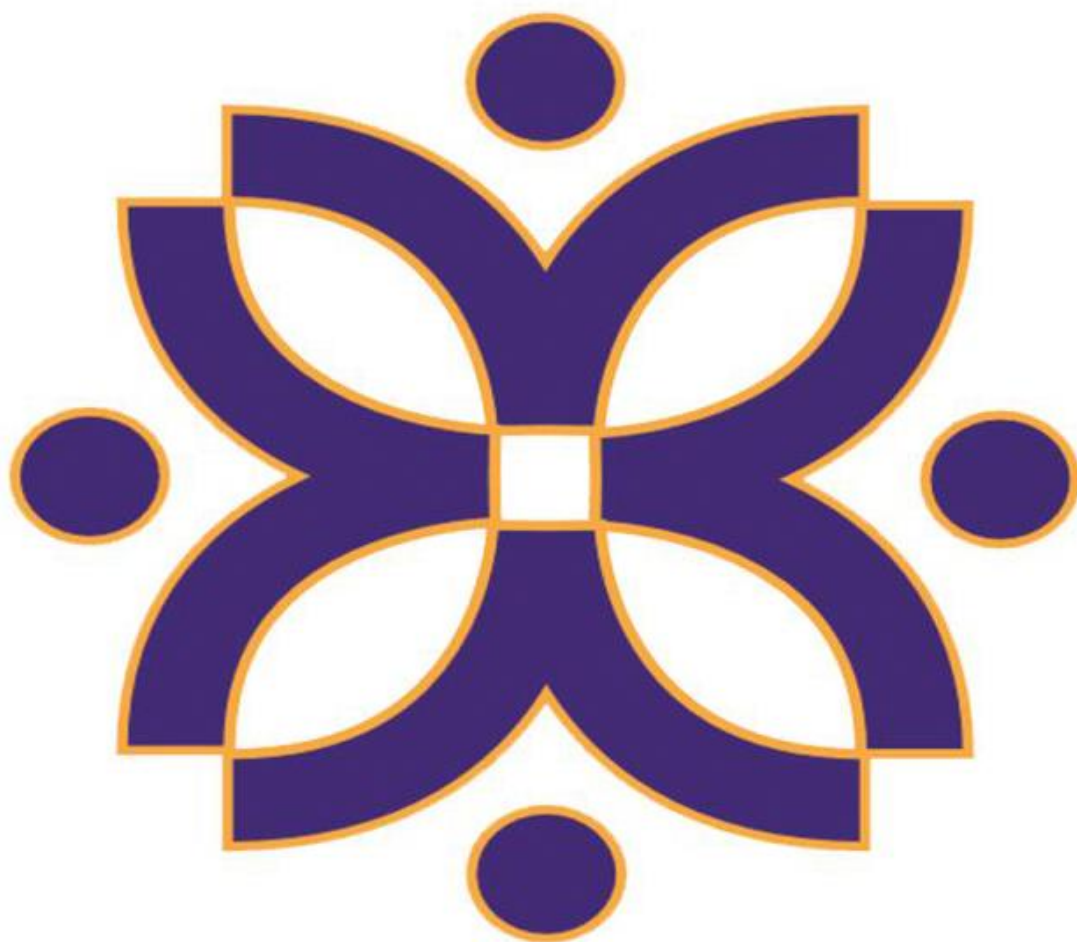




เครือข่ายส่งเสริมการวิจัย
ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



Approved by TCI during 2020 - 2024

เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วัตถุประสงค์

เพื่อบูรณาการการบริหารงานร่วมกันระหว่างสถาบัน ในการเพิ่มขีดความสามารถด้านการจัดกิจกรรม ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในรูปแบบการจัดประชุมวิชาการ เผยแพร่ ผลงานในวารสารวิชาการ การเพิ่มศักยภาพนักวิจัยให้มีความรู้ความเข้าใจในบริบทที่มีการปรับเปลี่ยนตาม กระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ รวมถึงการร่วมมือกันสร้าง ผลงานวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้สู่ชุมชน สังคมและประเทศชาติให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิสัยทัศน์

“สร้างความร่วมมือ ส่งเสริมงานวิจัยให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการ พัฒนากลุ่มมาตรฐานสากล”

พันธกิจ

1. ประสานพลังเครือข่ายแบบมีส่วนร่วมของสถาบันการศึกษา
2. พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางวิชาการและทางวิจัย
3. ส่งเสริมการทำวิจัย และเผยแพร่ผลงานวิชาการทั้งในระดับชาติและนานาชาติ
4. บริการวิชาการและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม
5. การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเชื่อมโยงความรู้ในวงกว้างทางวิชาการ

ยุทธศาสตร์

1. พัฒนากลไกบริหารจัดการเครือข่ายแบบมีส่วนร่วมของสถาบันการศึกษา
2. เพิ่มศักยภาพบุคลากรทางการวิจัยเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ
3. ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างงานวิจัย และเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานวิชาการทั้งใน ระดับชาติและนานาชาติ
4. สนับสนุนการบริการวิชาการและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม
5. การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
6. ส่งเสริมและเชิดชูเกียรติ สมาชิก บุคคล และองค์กร ที่ทำคุณประโยชน์และสร้างชื่อเสียงให้กับ เครือข่าย

สถานที่ตั้ง

สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ห้อง 102 อาคารทองสุข วิทยาลัยทองสุข

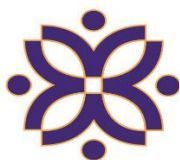
เลขที่ 99/79 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170

หมายเลขโทรศัพท์ 08-4644-5886

Website: www.hsresearchnetwork.com

e-mail: HSResearchNetwork@gmail.com

e-mail สำหรับวารสาร: HSRNJ.Journal@gmail.com



เครือข่ายส่งเสริมการวิจัย
ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ Humanities and Social Science Research Promotion Network Journal: HSRNJ

ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สืบพงษ์ ปราบใหญ่
รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ

รองศาสตราจารย์ ดร. พิชฌิม นนทนาธรัตน์
ศาสตราจารย์ ดร. ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์

คณะกรรมการอำนวยการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพล ชันธไชย
รองศาสตราจารย์ ดร. สุภัฏญา บุรณเดชาชัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นาถรพี ตันโซ
นาวาเอก ดร. อัมพร เพ็ชรราช
ดร. จำเนียร ชุณหโสภาค

กองบรรณาธิการ

Professor Dr. Hans Fehr
Professor Dr. Kittisak Jermsittiparsert
Professor Dr. Manfred Kulkens

Associate Professor Dr. Attapol Kuanliang

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร. สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร. กัญญา ดิษฐ์แก้ว

รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยานี ภาคอัติ

รองศาสตราจารย์ ดร. ชนงกรณ์ กุณทลบุตร

รองศาสตราจารย์ ดร. บุญทวรรณ วิงวอน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์
อดีตนายกสมาคมนักวิจัยแห่งประเทศไทย,
Nanyang Centre for Emerging Markets, Nanyang
Technological University, Singapore

นายกสมาคมวิจัยแห่งประเทศไทย

ประธานกรรมการบริหารโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยการทัพอากาศ

นายกสมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์

University of Wuezburg, Germany

Henan University of Economics and Law, China

University of Applied Sciences Fachhochschule

Westfelicha Fachhochschule Gelsenkirchen, Germany

Robert D. & Carol Gunn College of Health

Sciences & Human Services, Midwestern State

University, USA.

สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

คณะจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาตาก

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวณิช

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

รองศาสตราจารย์ ดร.สมพล พุ่มหว่า

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณาธิการ

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ดร.รุจิภาณุ สำนนท์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

อาจารย์ทิพนาด ชาริรักษ์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

คณะกรรมการพิจารณาบทความ

ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์

สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.จุมพล หินนิพานิช

สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยรัฐกิจ

มหาวิทยาลัยรังสิต

รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ ไรจนแสง

วิชาเอกการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐจวน คำวชิรพิทักษ์

สาขาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา บุรณเดชาชัย

ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.สุตาพร กุณฑลบุตร

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รองศาสตราจารย์ วสันต์ กันอ้า

สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพร ชัยประสิทธิ์

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์

คณะบริหารและการจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุสุมา คำพิทักษ์

สาขาวิชาการบัญชีและการเงิน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ ตั้งคะศรี

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราทัศน์ รัตนมณีฉัตร

สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉนวน เอื้อการณ์

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนนต์ดี พิพัฒนางกูร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณตา ทับทิมจรรยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐรงค์ จตุรัส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงพร พุทธวงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพร ศรียากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรชัย อรุณเรืองศิริเลิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรเดช ราชรักษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ ศศิธรเสาวภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจวรรณ ศฤงคาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วาริศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีตถ พรหมมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยฉัตร บุระวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลานูช คงคา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริทธิ์ อยู่วัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มะดาโอะ สุธง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยั้ง ธนทวี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนิดา พลเดช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิชนี ถนอมชาติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชัย โสสุวรรณจินดา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากุล สุโคตรพรหมมี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีรัฐ โกวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สลิตตา สาริบุตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุโขศ ทองสุข อุฬาร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภา ทองคง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก
คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สาขาวิชาระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร
ภาควิชาการบัญชี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Japan Advanced Institute of Science and
Technology
สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สาขาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยศิลปากร
สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิ่มจิตต์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต.หญิง ดร.ณิชา วัชรกุลพงศ์

พันเอก ดร.ขจรศักดิ์ ไทยประยูร

ดร.คมทัศน์ ทศวา

ดร.จิรพรรณ เขาวนพงษ์

ดร.เจษฎา โพธิ์จันทร์

ดร.ฐิติมา พูลเพชร

ดร.ณัฐกิตติ์ เอี่ยมสมบุรณ์

ดร.ณัฐพงษ์ แต้มแก้ว

ดร.ดาวพระศุภร์ ทองกลิ่น

ดร.ทนพญ.รุ่งนภา ศรานูชิต

ดร.ทิพย์นา หวนสุริยา

ดร.นพปฎล สุวรรณทรัพย์

ดร.ปริญ วีระพงษ์

ดร.พรรณทิพย์ อย่างกลิ่น

ดร.พลอย สุดอ่อน

ดร.พิมพ์ แก้วแดง

ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์

ดร.ภคมน โภคะธีรกุล

ดร.ภคกิต์ กัลยาณมิตร

ดร.วทันญา สุวรรณเศรษฐ์

ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

ดร.สรวิศ ศรีเวทย์บดี

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

โรงเรียนเสนาธิการทหารบก

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

คณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน

มหาวิทยาลัยนเรศวร

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สาขาวิชาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ และซัพพลายเชนระหว่างประเทศ

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

วิทยาลัยการแพทย์แผนไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยศรีปทุม

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ศูนย์บัณฑิตศึกษานานาชาติการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ดร.สุภัทรีภา ชันทจร

ดร.สุภาวิตา อินทรพาณิชย์

ดร.อรัญ พงศ์เชี่ยวบุญ

ดร.อรวิ ศรีบุญลือ

ดร.อรุณี กาสยานนท์

ดร.อุมาวสี ศรีบุญลือ

คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

สมาคมรัฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น

สาขาวิชาการบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ขอบเขตของวารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

จากวัตถุประสงค์ของเครือข่ายฯ ที่ระบุว่าเพื่อเป็นการบูรณาการร่วมกันระหว่างสถาบันในการเพิ่มขีดความสามารถด้านส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพนักวิจัย เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ และร่วมมือกันนำองค์ความรู้สู่ชุมชน สังคมและประเทศชาติเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน วารสารฉบับนี้จึงมีขอบเขตที่ครอบคลุมสาขาวิชาที่อยู่ในสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ตามสาขาของหน่วยงานที่มาร่วมมือกันเป็นเครือข่ายฯ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สาขาบริหารธุรกิจ เช่น การตลาด การเงิน การบัญชี การจัดการธุรกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน การจัดการอุตสาหกรรม เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม และสาขาที่เกี่ยวข้องทางบริหารธุรกิจ

2. สาขานิเทศศาสตร์ เช่น การโฆษณา การสื่อสารตรา การประชาสัมพันธ์ และสาขาที่เกี่ยวข้องทางนิเทศศาสตร์

3. สาขาวิชาที่เกี่ยวข้องทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

นโยบายการเผยแพร่

วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จัดทำในรูปแบบวารสารวิชาการที่เผยแพร่เป็นราย 4 เดือน มีการเปิดรับบทความเพื่อเข้ารับการพิจารณา ได้แก่ บทความวิจัย (Research Article) บทความวิชาการ (Academic Article) บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์วรรณกรรม (Review Article) บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) โดยบทความที่ได้รับการตอบรับให้ตีพิมพ์เผยแพร่ต้องได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ และได้ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง (Peer Review) อย่างน้อย 2 ท่าน ในลักษณะไม่ทราบชื่อผู้ประเมิน ไม่ทราบชื่อผู้เขียน (Double-blind Peer Review) ทั้งนี้ ทักษะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จะถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทักษะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 3 ฉบับ (ราย 4 เดือน)

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

เจ้าของ

สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ห้อง 102 อาคารทองสุข วิทยาลัยทองสุข

เลขที่ 99/79 ถนนบรมราชชนนี แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170

จริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย/บทความวิชาการ (Publication Ethics)

ในวารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วารสารฯ ได้กำหนดบทบาทและหน้าที่สำหรับผู้เกี่ยวข้องในวงจรการตีพิมพ์เผยแพร่ออกเป็น 3 ฝ่าย ได้แก่ บรรณาธิการวารสาร (Editor) ผู้ประเมินบทความ (Reviewer) และผู้พิมพ์ (Author) เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 ฝ่าย ได้ทำความเข้าใจบทบาทและหน้าที่ในเชิงจริยธรรมและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดในการเผยแพร่บทความในวารสารฉบับนี้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมจริยธรรมในทางวิชาการ และเพื่อให้บทความที่เผยแพร่ในวารสารฉบับนี้เป็นประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งในแง่คุณภาพทางวิชาการ ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และข้อสรุปบนพื้นฐานทางจริยธรรม

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีบทบาทในการเป็นผู้พิจารณาขั้นต้นในการกลั่นกรองคุณภาพของบทความ โดยปราศจากอคติและตรวจสอบขั้นสุดท้ายเพื่อบทความสมบูรณ์ในเนื้อหาและความถูกต้องทางวิชาการ ก่อนการเผยแพร่ในวารสาร
2. บรรณาธิการจะทำการคัดเลือกบทความที่ผ่านกระบวนการประเมินคุณภาพเพื่อเผยแพร่ จากลำดับก่อนหลังในการส่งบทความที่แก้ไขสมบูรณ์แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา อย่างยุติธรรมและเสมอภาค
3. บรรณาธิการจะพิจารณาการเผยแพร่บทความ โดยพิจารณาถึง องค์กรความรู้ของบทความ ความสำคัญของบทความ ความทันสมัยและความถูกต้องทางวิชาการ และมีความสอดคล้องกับนโยบายการเผยแพร่ของวารสารฯ เป็นสำคัญ
4. บรรณาธิการจะรักษาข้อมูลของผู้เขียนบทความและผู้ประเมินบทความไว้เป็นความลับ และไม่เปิดเผยนั้นแก่บุคคลอื่นที่ไม่มีความเกี่ยวข้องในกระบวนการพิจารณา
5. บรรณาธิการจะคำนึงประโยชน์ทางวิชาการสูงสุด โดยไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงใด ๆ ทั้งกับผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ
6. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการตรวจสอบบทความเพื่อป้องกันการคัดลอกวรรณกรรมหรืองานวิชาการจากผู้อื่น (Plagiarism) โดยใช้ โปรแกรม Turn it in เพื่อป้องกันปัญหาการคัดลอกทั้งที่ตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจจากผู้เขียน หากตรวจพบ บรรณาธิการจะต้องขอคำชี้แจงเป็นหนังสือจากผู้เขียนเพื่อประกอบการพิจารณาบทความนั้น

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ (Duties of Authors)

1. ผู้เขียนต้องจัดทำรายงานผลการศึกษาและข้อสรุปบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ไม่ตกแต่งข้อมูลหรือบิดเบือนข้อเท็จจริง
2. ผู้เขียนจะต้องแสดงถ้อยแถลงยืนยันเพื่อรับรองว่าบทความที่ส่งมาเพื่อขอรับการพิจารณาให้เผยแพร่ในวารสารฯ เป็นบทความที่ไม่เคยเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาในวารสารอื่น
3. ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงข้อความ/ผลงานของผู้อื่น ที่ถูกนำมาใช้ในงานของตนอย่างถูกต้องตามหลักการอ้างอิง และรายการอ้างอิงทั้งหมดที่ปรากฏในบทความ จะต้องปรากฏในรายการอ้างอิงท้ายบทความด้วยเสมอ
4. ผู้เขียนต้องแสดงชื่อของผู้ที่มีส่วนเขียนหรือจัดทำบทความนั้นให้ครบถ้วนตามจริง หากเป็นงานวิชาการที่มีผู้เขียน/ผู้ร่วมงานหลายท่าน โดยไม่แอบอ้างเป็นงานวิชาการของตนเพียงผู้เดียว
5. ผู้เขียนต้องรับรองว่าผลงานทางวิชาการที่ส่งมาเพื่อขอรับการพิจารณาให้เผยแพร่ในวารสารฯ ไม่มีตาราง ภาพประกอบ ข้อความ ที่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์หรือไม่ได้ขออนุญาตให้ทำการเผยแพร่ซ้ำ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องรับประเมินเฉพาะบทความที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อผู้เขียนและเพื่อคุณภาพทางวิชาการที่ถูกต้อง โดยการตัดสินใจหรือแสดงความคิดเห็นขั้นสุดท้ายของการประเมินจะต้องอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องทางวิชาการตามศาสตร์นั้น ๆ
2. ผู้ประเมินบทความจะต้องให้ความสำคัญในการเก็บรักษาความลับในขั้นตอนและกระบวนการอย่างเคร่งครัด และไม่เปิดเผยข้อมูลขณะประเมินให้แก่ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้อง
3. ผู้ประเมินต้องตระหนักถึงประโยชน์ทางวิชาการเป็นสำคัญ และต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน หรือรับผลประโยชน์ใดที่ไม่ถูกต้องจากผู้เขียนหรือจากผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บทความนั้นผ่านการพิจารณา
4. ผู้ประเมินจะต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบโดยทันที เมื่อตรวจพบความซ้ำซ้อน การคัดลอก การเจตนาปกปิดบิดเบือน หรือความผิดปกติด้านใดของบทความ
5. ผู้ประเมินจะต้องประเมินบทความภายใต้ความพร้อมของตนเอง เพื่อให้คุณภาพการประเมินมีความน่าเชื่อถือ หากผู้ประเมินเกิดข้อจำกัดบางประการในการประเมินบทความนั้น ๆ จะต้องแจ้งบรรณาธิการทราบเพื่อพิจารณาหาผู้ประเมินท่านใหม่

บทบรรณาธิการ

เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้ก่อตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันระหว่างสถาบันสมาชิกที่ร่วมกันก่อตั้งเครือข่ายฯ และเพิ่มขีดความสามารถในการจัดกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในรูปแบบการจัดประชุมวิชาการ การเผยแพร่ผลงานในวารสารวิชาการ และสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการ เพื่อนำองค์ความรู้สู่ชุมชน สังคมและประเทศชาติให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

การจัดทำวารสารวิชาการฉบับนี้ ถือเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญ เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิชาการหรือผลงานวิจัยที่มีคุณภาพทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ รวมถึงศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นแหล่งในการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพทางด้านการวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป โดยมีกำหนดการเผยแพร่ ฉบับปีที่ 5 ฉบับที่ 1 ในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน 2565 และมีกำหนดเผยแพร่อย่างต่อเนื่องเป็นราย 4 เดือน ซึ่งในวารสารฉบับนี้ จะประกอบไปด้วยบทความจำนวน 9 บทความและบทปริทัศน์หนังสือ 1 บทความ ทางกองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำขอขอบพระคุณเจ้าของบทความทุกท่านที่ได้ส่งบทความมาเพื่อร่วมกันเผยแพร่องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์สู่สังคมในวงกว้าง และขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนร่วมในให้การสนับสนุนและทำให้วารสารฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ทั้งผู้บริหารที่เป็นตัวแทนจากสถาบันที่เข้าร่วมเป็นเครือข่ายฯ ตลอดจนคณะผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้เกียรติเป็นผู้ประเมินบทความประจำวารสาร และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากทุกท่านในโอกาสต่อไป

ดร.กฤษฎา เขียววัฒนสุข

บรรณาธิการ

เมษายน 2565

สารบัญ

	หน้า
วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของเครือข่ายเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	ก
กองบรรณาธิการและคณะกรรมการพิจารณาบทความ	ข
ขอบเขตวารสาร	ช
จริยธรรมการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัย/บทความวิชาการ	ซ
บทบรรณาธิการ	ญ
บทความวิจัย	
■ คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย (THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND WASTE REDUCTION ON THE NEW NORMAL CONTRIBUTING TO THE SUCCESS OF LOGISTICS EXPRESS PROVIDERS FOR E-COMMERCE ENTREPRENEURS IN THAILAND)	1
สมพล พุ่งหว่า คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย วิถีใหม่ ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน Keywords: Service Quality, Waste Reduction, New Normal, The Success of Logistic Express Provider	
■ สุขภาวะของพนักงานหลังจากการปรับโครงสร้างขององค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน (EMPLOYEE WELLNESS AFTER ORGANIZATIONAL RESTRUCTURING IMPACTS ON EMPLOYEE PERFORMANCE)	12
วรัญพศ์ บุญศิริธรรมชัย และ พลอย สุดอ่อน คำสำคัญ: การปรับโครงสร้างขององค์กร ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน สุขภาวะของพนักงาน Keywords: Organizational Restructuring, Employee Performance, Employee Health	
■ ผลกระทบของภาวะผู้ตามในสถานะตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและประสิทธิภาพทีมงาน: กรณีศึกษาของพนักงานซูเปอร์มาเก็ต (THE MEDIATION EFFECT OF FOLLOWERSHIP IN THE RELATIONSHIP BETWEEN LEADERSHIP AND TEAM PERFORMANCE: A CASE OF SUPERMARKET EMPLOYEES)	37
ชาลินี ปลุกผลงาม, ธนัญญกร ชินวงศ์, พัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล และ ชเนตติ พุ่มพฤษ คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตาม ประสิทธิภาพของทีมงาน Keywords: Leadership, Followership, Team Performance	
■ การเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (COMPARISON BETWEEN THE DISCLOSURE OF POLICIES FOR FAIR VALUE MEASUREMENTS AND FIRMS PERFORMANCE OF LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND (SET) AND THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT OF THAILAND (MAI))	48
อัฐพงษ์ ธีระคานนท์, กิ่งกาญจน์ มูลเมือง และ เสียง บัวไหล คำสำคัญ: การเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดการลงทุนทางเลือกแห่งประเทศไทย Keywords: Disclosure of Policies for Fair Value Measurements, Stock Exchange of Thailand (SET), Market for Alternative Investment of Thailand (MAI)	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมและความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว (FACTORS AFFECTING READINESS AND INTENTION FOR LABOR MOBILITY OF TOURISM PROFESSIONALS) อุมาวลี ศรีบุญลือ คำสำคัญ: ความพร้อม ความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงาน บุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว ประชาคมอาเซียน สมรรถนะ ข้อตกลงยอมรับร่วมกัน Keywords: Readiness, Intention for Labor Mobility, Tourism Professionals, ASEAN Community, Competencies, Mutual Recognition Arrangements (MRAs)	63
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์การภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช (THE SUCCESS FACTORS OF COOPERATION BETWEEN GOVERNMENT AGENCY AND NON-PROFIT CHARITABLE ORGANIZATIONS IN DISASTER PREVENTION AND MITIGATION: THE CASE STUDY OF THE FLOOD IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE) พรณภัทร ราชารณ คำสำคัญ: ความร่วมมือ องค์การภาครัฐ องค์การสาธารณกุศล การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย อุทกภัย Keywords: Cooperation, Government Agency, Non-Profit Charitable Organization, Disaster Prevention and Mitigation, Flood	84
บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด (ANTECEDENTS EFFECTING THE SUCCESS OF THE LOGISTIC EXPRESS PROVIDER IN THAILAND: A CASE STUDY OF NIM EXPRESS CO., LTD.) สมพล หุ่นหัว, เสาวนีย์ สมันต์ศิริพร และ รัชชสิทธิ์ เสวกเสนีย์ คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน Keywords: Service Quality, Waste Reduction, The Success of Logistic Express Provider	98
ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินข้ามชาติ (THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER ENGAGEMENT ON REPURCHASE INTENTION IN MULTINATIONAL AIRLINE SERVICES) อรวิ ศรีบุญลือ คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความผูกพันของลูกค้า ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ สายการบิน Keywords: Service Quality, Customer Engagement, Repurchase Intention, Airline	116
การทบทวนวรรณกรรมผลกระทบของภาวะผู้นำในบริษัทโลจิสติกส์ (THE REVIEW OF THE EFFECTS OF LEADERSHIP BEHAVIOR IN LOGISTICS COMPANIES) พรณรจิต ฮาวรังษี, เกวลิน แท่นทอง และ พุทธิวัต สิงห์ตง คำสำคัญ: อาเซียน ทฤษฎีภาวะผู้นำ บทบาทของผู้นำ โลจิสติกส์ ทฤษฎีผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง Keywords: ASEAN, Leadership Theory, Leadership Styles, Logistics, Transformational	133
บทปริทัศน์หนังสือ (BOOK REVIEW) ไอซีทีและการจัดการเชิงกลยุทธ์ เขียนโดย ดร.ประสิทธิ์ ทิฆมพุดิ บทวิจารณ์โดย ธิติรัตน์ มณีอินทร์ และคณะ	146

คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย¹

สมพล พุ่งหว่า²

Received 9 November 2021

Revised 18 February 2022

Accepted 22 March 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยแบบผสมวิธีครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสีย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก 2) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และองค์ประกอบเชิงยืนยัน และ 3) ศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ที่เกิดขึ้นที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงบรรยาย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้คุณภาพการบริการ 41 ประเด็น และการกำจัดความสูญเสีย 34 ประเด็น 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ พบว่า (1) คุณภาพการบริการได้องค์ประกอบ 7 ด้าน และ (2) การกำจัดความสูญเสีย ได้องค์ประกอบ 4 ด้าน และ 3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า (1) โมเดลวัดคุณภาพการบริการสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $P = .78$, $\chi^2/df = .36$ และ RMSEA = .00 ได้องค์ประกอบ 7 ด้าน และ (2) โมเดลวัดการกำจัดความสูญเสีย สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $P = .63$, $\chi^2/df = .22$ และ RMSEA = .00 ได้องค์ประกอบ 4 ด้าน เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และ (3) ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของงานวิจัยสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $P = .62$, $\chi^2/df = .89$ และ RMSEA = .00 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 78 โดยตัวแปรวิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนโดยมีขนาดของอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานเท่ากับ .89 ที่ระดับนัยสำคัญ .01

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย วิถีใหม่ ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

¹ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณรายจ่ายจากรายได้มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเภทมหาวิทยาลัย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 282 มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

อีเมล: sptwa@hotmail.com

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND WASTE REDUCTION ON THE NEW NORMAL CONTRIBUTING TO THE SUCCESS OF LOGISTICS EXPRESS PROVIDERS FOR E-COMMERCE ENTREPRENEURS IN THAILAND

Sompon Thungwha²

Abstract

In this mixed-methods research studies 1) the service quality and waste reduction by in-depth interviews 2) exploratory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) and 3) to study waste reduction under the new normal contributing to the success of logistics express providers for e-commerce entrepreneurs in Thailand. The technique of content analysis was employed in qualitative research. In quantitative research, the techniques of descriptive statistics analysis and EFA.

Findings are as follows: 1) The results of the content analysis show that, the service quality consisted of forty-one issues, the waste reduction consisted of thirty-four issues. 2) The results of EFA showed the following. (1) The service quality consisted of seven components. (2) The waste reduction consisted of four components. 3) The CFA founded the following. (1) The measurement model for the service quality showed that the model exhibited congruence with the empirical data with the $P = .78$, $\chi^2/df = .36$, and RMSEA = .00. There were seven components similar to the results of EFA. (2) The measurement model for the waste reduction showed that the model exhibited congruence with empirical data with the $P = .63$, $\chi^2/df = .22$, and RMSEA = .00. There were four components similar to the results of EFA. (3) The analysis of the causal relationship model of service quality and waste reduction affecting the new normal contributing to the success of logistics express providers found the following. The model exhibited congruence with the empirical data with $P = .62$, $\chi^2/df = .89$, and RMSEA = .00 in total within 78% variance. The new normal of logistics express providers consisting of service quality and waste reduction contributed to the success of logistics express providers with the influence size of standard path coefficient of .89 at the statistically significant level of .01.

Keywords: Service Quality, Waste Reduction, New Normal, The Success of Logistic Express Provider

² Faculty of Business Administration, Ramkhamheang University, 282 Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240 Thailand
Email: sptwa@hotmail.com

บทนำ

โรคระบาดเป็นภัยพิบัติที่ส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อวิถีการดำเนินชีวิต สังคม และระบบเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2563 โลกประสบภัยพิบัติจากการแพร่ระบาดของโรคระบาด “ไวรัสโควิด 19” พบผู้ติดเชื้อคนแรกที่เมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน การระบาดลุกลามไปทั่วโลก วันที่ 30 มกราคม 2563 องค์การอนามัยโลกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) ประเทศต่าง ๆ กำหนดนโยบายเพื่อยับยั้งและป้องกันการแพร่ระบาดด้วยการป้องกันตนเอง ปิดเมือง ปิดพื้นที่งดการเคลื่อนย้ายคน เกิดการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ภาวการณ์ลงทุนของภาคธุรกิจไทยในไตรมาสที่ 1/2563 หดตัวจากระยะเดียวกันของปีก่อน อย่างไรก็ตามภาคธุรกิจมีการปรับกลยุทธ์โดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคจากออนไลน์เป็นออฟไลน์ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) นอกจากนั้นยังพบว่า มูลค่าตลาดอีคอมเมิร์ซในปี 2562 กลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ มีประมาณ 2.20 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.94 จากปีก่อน และกลุ่มเอสเอ็มอีมีประมาณ 1.91 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.27 (สำนักงานพัฒนาธุรกิจทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราเฉลี่ย 10-20 ต่อปี (กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2561)

ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดส่งสินค้าของธุรกิจอีคอมเมิร์ซและเป็นกระบวนการย่อยในการจัดการสินค้าและบริการตลอดสายโซ่อุปทาน (กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) จึงเกิดเป็นคำถามวิจัยว่า คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ที่เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยภายหลังการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนและผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) และองค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ที่เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย
3. ศึกษาคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ที่เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

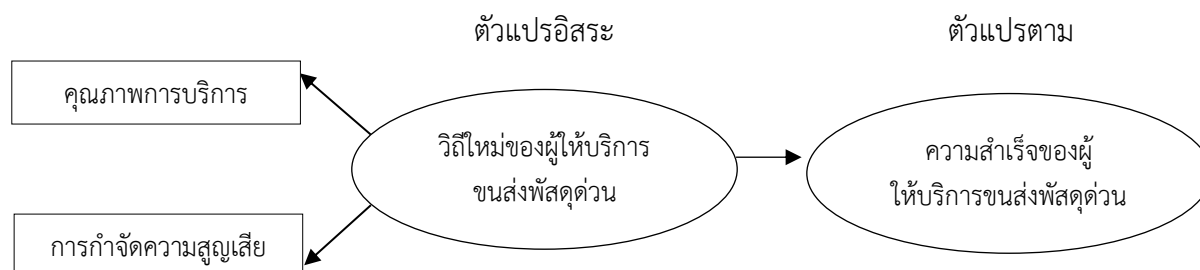
สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นมืออาชีพ การสร้างความแตกต่าง ความครอบคลุมพื้นที่ส่งมอบพัสดุ ความครอบคลุมพื้นที่รับพัสดุ และพันธมิตรในการดำเนินงานมีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ในการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

สมมติฐานที่ 2 การกำจัดความสูญเสีย ประกอบด้วย การกำจัดความสูญเสียในกระบวนการรับพัสดุ การกำจัดความสูญเสียในการเก็บพัสดุดังคลัง การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง การกำจัดความสูญเสียในการเคลื่อนไหวก่อน-หลัง การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และการกำจัดความสูญเสียในของเสียมีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ในการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

สมมติฐานที่ 3 วิธีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ประกอบด้วย คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสีย ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อใช้เป็นพื้นฐานของการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อสกัดตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

วิธีใหม่

วิธีใหม่ (new normal) เขียนว่า นิวนอร์มัล หรือ ความปกติใหม่ หรือฐานวิถีชีวิตใหม่ บัญญัติศัพท์โดยคณะกรรมการศัพท์นิเทศศาสตร์ สำนักงานราชบัณฑิตยสถาน พจนานุกรม Oxford นิยามว่า สถานการณ์หรือปรากฏการณ์ที่แต่เดิมเป็นสิ่งที่ไม่ปกติ ไม่ใช่มาตรฐาน ต่อมาเมื่อเหตุบางอย่างจึงมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้สถานการณ์นั้นกลายเป็นสิ่งที่ปกติและเป็นมาตรฐาน (ราชบัณฑิตยสภา, 2563)

ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน

การเติบโตของธุรกิจอีคอมเมิร์ซทำให้ธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 10-20 ต่อปี มูลค่าตลาดไม่ต่ำกว่า 28,000 ล้านบาท ดึงดูดให้เกิดการแข่งขันในตลาดอย่างเข้มข้น ทั้งผู้ประกอบการในประเทศและต่างประเทศ (กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2561) ในปัจจุบันมีคู่แข่งเข้ามามีส่วนแบ่งในตลาดมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซเรียกหาบริการที่มีคุณภาพหรือแตกต่างมากขึ้น ผู้ประกอบการขนส่งพัสดุด่วนจึงอาจนำแนวทางการพัฒนา 5 ด้านไปพิจารณา ได้แก่ การส่งมอบบริการที่มากกว่าการจัดส่ง การให้บริการที่เป็นจุดแข็งของตนเอง การขยายพื้นที่การให้บริการเพิ่มขึ้น การมีจุดรับพัสดุครอบคลุมทุกพื้นที่ และพันธมิตรในการดำเนินงาน (กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าระหว่างประเทศ, 2561)

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อต้นทุน ความสามารถในการทำกำไร ความพึงพอใจของลูกค้า การอ้างรักษาลูกค้า รวมถึงความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ และผลการดำเนินงานด้านการเงินของกิจการ โดยระดับของคุณภาพการบริการในภาพรวมถูกกำหนดด้วยการรับรู้ของลูกค้า (Pholsuwanachai, 2011; Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) พัฒนาแบบจำลองคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) ด้วยหลักการแบ่งออกเป็นมิติ และสามารถวัดเป็นความแตกต่างจากความคาดหวังและการรับรู้ได้ และได้พัฒนาแบบจำลอง SERVQUAL โดยลดลงเหลือ 5 มิติ ได้แก่ สามารถจับต้องได้ น่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าการเอาใจใส่ลูกค้า และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

การกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

ลีนโลจิสติกส์ (Lean logistic) เป็นการจัดการกระบวนการเพื่อลดเวลาและต้นทุนโดยรวม เพื่อเพิ่มคุณค่าของการไหลของทรัพยากร รวมถึงสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงาน หลักการของลีนโลจิสติกส์ทำให้องค์กรมีการจัดการด้านทรัพยากรในการดำเนินงานในด้านลูกค้า และโอกาสทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของความรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายสมรรถภาพและการมีวินัย เพื่อความยั่งยืนด้วยการกำจัดความสูญเสียเปล่าด้านทรัพยากร (เอสซีพี เอสเอ็มอี, 2561) กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่างประเทศ (2561) นำเสนอกยุทธ์หลักในการกำจัดความสูญเสีย 7 ประการของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ได้แก่ ลดการสูญเสียในกระบวนการรับสินค้าลดการสูญเสียจากการเก็บวัสดุคงคลัง ลดการสูญเสียด้านการขนส่ง ลดการสูญเสียจากการเคลื่อนไหวลดการสูญเสียจากการผลิต ลดการสูญเสียจากการรอคอย และลดการสูญเสียจากการผลิตของเสีย เป็นต้น

ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนเกิดมาจากคำว่า “ผลิตภาพ” ในการให้บริการ แนวคิดผลิตภาพเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกับปัจจัยการผลิต หรือ “การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า” เพื่อให้สินค้าและบริการมีคุณภาพดี ต้นทุนต่ำ กำไรสูง แข่งขันได้ เติบโต และยั่งยืน ผลิตภาพเกิดจากการมีผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพจากการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และผลลัพธ์ด้านประสิทธิผลจากการทำงานได้ผลตามเป้าหมาย (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้บริหารของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท นิมเอดซ์เพรส จำกัด โดยทั้ง 2 บริษัทตอบรับยินดีให้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และไปรษณีย์ไทยมีส่วนแบ่งตลาด ลำดับที่ 1 นิมเอดซ์เพรส ลำดับที่ 6 (มาร์เก็ตตี้, 2564) มีความเหมาะสมเป็นตัวแทน ผู้ให้ข้อมูลหลักบริษัทละ 3 คน (ระดับสูง 1 คน ระดับปฏิบัติการ 2 คน) รวม 6 คน และผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จำนวน 6 กิจการ กิจการละ 1 คน ซึ่งเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความพอเพียงในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ Thomson (อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555, น. 214) วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 1) มีหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย 2) นำเสนอเอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมวิจัย และลงนามในใบยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย 3) ดำเนินการสัมภาษณ์ และ 4) ถอดเทปและบรรณาธิกรข้อมูล

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา ได้แก่ 1) ทำการเรียบเรียงข้อมูล 2) เรียบเรียงแนวคิดและเข้ารหัสแนวคิดที่ซ้ำ ๆ และจัดหมวดหมู่ และ 3) สรุปเป็นมโนทัศน์ มิติ หรือตัวแปรสังเกต

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรเป็นผู้บริหารระดับศูนย์และสาขาของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย จำนวน 2 บริษัท กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 400 ราย (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555, น. 184-186) สุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มหรือพื้นที่ (area/cluster sampling)

เครื่องมือในการวิจัย ใช้แบบสอบถามสร้างมาจากการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิธีใหม่ของคุณภาพการบริการ วิธีใหม่ของการกำจัดความสูญเสีย และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 1) พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับประเด็นย่อยและประเด็นหลักที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence-IOC)

โดยความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ใช้เกณฑ์ของ Rovinelli and Hambleton (1977) คือ (ก) คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50-1.00 มีความสอดคล้อง และ (ข) คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุง หรือคัดออก 2) พิจารณาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (cronbach's alpha coefficient) จากแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ยอมรับที่ค่า α มากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (Hinkle, William, & Stephen, 1998, p. 118)

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล 1) มีหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย 2) ประสานฝ่ายบริหารของบริษัทขนส่งพัสดุต้นเกี่ยวกับการสุ่มตัวอย่างและแจกแบบสอบถาม 3) ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และ 4) ติดตามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามจนครบจำนวน วิธีวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) และ (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของตัวแบบสมการโครงสร้าง (SEM) และเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาคุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุต้นในประเทศด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ประเด็นเพื่อใช้เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิธสเกล จำนวน 2 ตัวแปร 85 ประเด็น ดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงวิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุต้น จำนวน 2 องค์ประกอบ 75 ประเด็น ดังนี้

1.1.1 คุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) จำนวน 41 ประเด็น คือ SQ1-SQ41

ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแปรคุณภาพการบริการ จำนวน 41 ประเด็น

ลำดับ	ประเด็น/ข้อคำถาม
SQ1	มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของบริษัทเริ่มต้นด้วยการสร้างความเข้าใจในกฎปฏิบัติของพนักงานในสถานที่ทำงาน
SQ2	บริษัทมีการกำหนดมาตรการคัดกรองพนักงานและลูกค้าตามข้อกำหนดของทางราชการ
SQ3	บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในสถานที่ปฏิบัติงาน
SQ4	บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในศูนย์คัดแยกพัสดุ รถขนส่ง จักรับส่งพัสดุและพัสดุ
SQ5	บริษัทกำหนดวิธีที่มั่นคงเป็นมืออาชีพด้านคุณภาพในระดับสากล
SQ6	บริษัทใช้เกณฑ์คุณภาพระดับสากลในการประเมิน/วัดผลการดำเนินงานขององค์กร
SQ7	บริษัทมีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของพนักงาน
SQ8	บริษัทกำหนดให้มีการคัดเลือกพนักงานด้วยการทดสอบความรู้ความสามารถก่อนรับเข้าปฏิบัติงาน
SQ9	บริษัทมีแผนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงาน
SQ10	บริษัทมีแผนการฝึกอบรมและส่งเสริมความก้าวหน้าตามสายอาชีพของพนักงาน
SQ11	บริษัทส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี
SQ12	บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกันเป็นทีม
SQ13	บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล/เกณฑ์วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน
SQ14	บริษัทปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และองค์กรให้แก่พนักงาน
SQ15	บริษัทส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขด้วยการมีใจรักในองค์กรและงานบริการ
SQ16	บริษัทมีเวที/กิจกรรม/ช่องทางที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นริเริ่มสร้างสรรค์/สร้างนวัตกรรมในการปรับปรุงคุณภาพงานและการบริการ
SQ17	บริษัทมีบริการทำข้อตกลงในการให้บริการขนส่งแก่ลูกค้าเฉพาะราย
SQ18	บริษัทให้บริการขนส่งสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าเกษตร สินค้าแฟชั่น และอื่น ๆ
SQ19	บริษัทให้บริการความเร็วพิเศษ Same Day
SQ20	บริษัทให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนคุณภาพการบริการ จำนวน 41 ประเด็น (ต่อ)

ลำดับ	ประเด็น/ข้อคำถาม
SQ21	บริษัทเปิดบริการทุกวัน (จันทร์ - อาทิตย์) ไม่มีวันหยุด
SQ22	บริษัทจัดตั้งศูนย์คัดแยกและศูนย์กระจายพัสดุครอบคลุมการให้บริการทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
SQ23	บริษัทสามารถส่งมอบพัสดุแบบ Next Day ได้ทุกตำบลทั่วประเทศ
SQ24	บริษัทมีพันธมิตรในการให้บริการส่งมอบพัสดุในพื้นที่ทุรกันดาร หรือทางไกลทุกจุดทั่วประเทศ
SQ25	บริษัทมีระบบส่งมอบพัสดุอัตโนมัติ ณ สาขา ตลอด 24 ชั่วโมง
SQ26	บริษัทรักษามาตรฐานการส่งมอบพัสดุแบบ Next Day อย่างต่อเนื่อง
SQ27	บริษัทพัฒนาคุณภาพการส่งมอบพัสดุแบบ Same Day อย่างต่อเนื่อง
SQ28	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับให้ลูกค้าเรียกใช้บริการรับพัสดุได้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
SQ29	บริษัทเปิดสำนักงานสาขารับพัสดุทุกอำเภอทั่วประเทศ
SQ30	บริษัทเปิดจุดรับพัสดุทุกตำบลทั่วประเทศ
SQ31	บริษัทเปิดจุดรับพัสดุในพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ
SQ32	บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการขนส่งพัสดุ
SQ33	บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบ QR Code/บัตรเครดิต เดบิต
SQ34	บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจให้บริการเปิดจุดรับพัสดุในชุมชน
SQ35	บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจในการขนส่งพัสดุในท้องที่ทุรกันดาร ทางไกล
SQ36	บริษัททำข้อตกลงร่วมเป็นพันธมิตรในการขนส่งพัสดุกับแพลตฟอร์มออนไลน์
SQ37	บริษัทใช้กลยุทธ์ “ราคาเหมาะสม” ในการให้บริการ
SQ38	บริษัทมีบริการจำหน่ายกล่อง ของ วัสดุหุ้มท่อ
SQ39	บริษัทให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในการออกแบบวัสดุหุ้มท่อให้เหมาะสมกับพัสดุ
SQ40	บริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการเปิดให้บริการในทุกสถานการณ์
SQ41	บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อม เช่น มีโครงการใช้รถยนต์พลังงานสะอาดในการขนส่ง เป็นต้น

1.1.2 การกำจัดความสูญเสีย (Waste Reduction: WR) จำนวน 34 ประเด็น ประกอบด้วย WR1-WR34 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนการกำจัดความสูญเสีย จำนวน 34 ประเด็น

ลำดับ	ประเด็น/ข้อคำถาม
WR1	บริษัทลดการสูญเสียเวลาให้ลูกค้าโดยให้บริการรับพัสดุฟรีถึงหน้าบ้าน
WR2	บริษัทลดการรอคอยข้อมูลพัสดุเข้าสู่ระบบติดตามพัสดุโดยใช้แอปพลิเคชันในการให้บริการรับพัสดุแบบเบ็ดเสร็จที่บ้านลูกค้า
WR3	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับพัสดุที่สาขา
WR4	บริษัทให้บริการติดตามพัสดุผ่านแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง
WR5	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง
WR6	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดการวัสดุคงคลัง
WR7	บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ
WR8	บริษัทมีการกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อวัสดุคงเหลือถึงระดับที่กำหนด
WR9	บริษัทกำหนดแนวทางในการจัดเรียงวัสดุคงคลังให้มองเห็นได้ชัดเจนและตรวจนับได้ง่าย
WR10	บริษัทใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการจัดการระบบขนส่ง
WR11	บริษัทควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน
WR12	บริษัทเป็นผู้วางแผนกำหนดเส้นทางขนส่งและควบคุมระยะเวลาในการเดินทางของรถขนส่ง
WR13	บริษัทมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณ ของสินค้า
WR14	บริษัทใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง
WR15	บริษัทจัดพัสดุให้เต็มปริมาณบรรทุกของรถขนส่งให้มากที่สุด
WR16	บริษัทจัดทำคู่มือกำหนดมาตรฐานในการคัดแยกพัสดุ
WR17	บริษัทกำหนดให้สาขารวบรวมพัสดุส่งไปยังศูนย์คัดแยกพัสดุ
WR18	ศูนย์คัดแยกพัสดุดำเนินการคัดแยกและจัดส่งพัสดุไปยังศูนย์คัดแยกปลายทาง/จังหวัดปลายทาง
WR19	ศูนย์คัดแยกปลายทางคัดแยกพัสดุส่งไปยังจังหวัดปลายทาง
WR20	พนักงานส่งมอบพัสดุจัดเรียงพัสดุดังลำดับ การถึง ก่อน-หลัง
WR21	บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนด้านแรงงานด้วยการควบคุมสัดส่วนของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแปรการกำจัดความสูญเสีย จำนวน 34 ประเด็น (ต่อ)

ลำดับ	ประเด็น/ข้อคำถาม
WR22	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานคัดแยกพัสดุด้วยการใช้พนักงานรายวัน
WR23	ศูนย์คัดแยกพัสดุของบริษัทสามารถปรับเปลี่ยน/ลดการจ้างแรงงานคัดแยกพัสดุได้ตามปริมาณงาน
WR24	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานส่งมอบพัสดุด้วยการใช้พันธมิตรในการดำเนินงาน
WR25	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานสำหรับดูแล/ทำความสะอาดอาคาร สถานที่ ด้วยการว่าจ้างบริษัท/ผู้รับเหมาดำเนินการ
WR26	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าเรียกใช้บริการ/ติดต่องานได้ตลอด 24 ชั่วโมง
WR27	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าจองนัดเวลาส่งพัสดุที่สาขา
WR28	บริษัทมีนโยบายให้พนักงานส่งมอบพัสดุโทรหาผู้รับพัสดุกรณีไม่สามารถส่งมอบพัสดุได้
WR29	กรณีส่งมอบพัสดุครั้งแรกไม่สำเร็จและโทรศัพท์ติดต่อผู้รับพัสดุไม่ได้ พนักงานส่งพัสดุจะติดต่อผู้รับผ่านใบแจ้ง/โทรศัพท์/แอปพลิเคชันเพื่อนำมาจ่ายพัสดุครั้งที่ 2
WR30	บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการห่มห่อเพื่อป้องกันความเสียหายของพัสดุ
WR31	บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการรับประกันมูลค่าพัสดุเบื้องต้น
WR32	บริษัทมีบริการรับประกันพัสดุตามมูลค่าของสินค้าสูงสุดไม่เกินชิ้นละ 50,000 บาท
WR33	บริษัทมีข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนในการรับมอบ-ส่งมอบพัสดุ
WR34	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับ ติดตามและส่งมอบพัสดุตลอดเส้นทาง

1.2 ตัวแปรแฝงความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (The Success of Logistic Express Provider: SLEP) จำนวน 10 ประเด็น ประกอบด้วย SLEP1 บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน SLEP2 ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ SLEP3 บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา SLEP4 บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า SLEP5 บริษัทมีความสามารถด้านการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง SLEP6 บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง SLEP7 พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน SLEP8 พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน SLEP9 บริษัทมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และ SLEP10 บริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและองค์ประกอบเชิงยืนยัน

2.1 งานวิจัยนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากข้อ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม 85 ข้อ พบว่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 และค่า α ของวิธีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน เท่ากับ 0.98 และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน เท่ากับ 0.92 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้กูเกิลฟอร์ม จัดส่งลิงค์ข้อคำถามผ่านกลุ่มไลน์ผู้บริหารของบริษัท ได้รับการตอบกลับจากผู้บริหารบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด บริษัทละ 200 คน รวมทั้งหมด 400 คน โดยอัตราการตอบกลับของ นิมเอ็กซ์เพรส คิดเป็นร้อยละ 86.58 (แจกแบบสอบถาม จังหวัดละ 3 ชุด 77 จังหวัด เท่ากับ 231 ชุด) อัตราการตอบกลับของไปรษณีย์ไทย คิดเป็นร้อยละ 33.11 (แจกแบบสอบถาม 302 ศูนย์/สาขา (เขตนครหลวงเหนือ 94 แห่ง เขต 3 นครราชสีมา 98 แห่ง เขต 8 นครศรีธรรมราช 110 แห่ง) แห่งละ 2 ชุด รวม 604 ชุด ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ดังนี้

2.1.1 คุณภาพการบริการ (SQ) จำนวน 41 ประเด็น คือ SQ1-SQ41 ได้องค์ประกอบ 7 ด้าน อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 69.71 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่า Communities และ Rotated component matrix ของคุณภาพการบริการ 7 ด้าน

ข้อ	ตัวแปร	ประเด็น	Communities	Rotated component matrix						
				1	2	3	4	5	6	7
1	SQ9	บริษัทมีแผนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงาน	.742	.798						
2	SQ6	บริษัทใช้เกณฑ์คุณภาพระดับสากลในการประเมิน/วัดผลการดำเนินงานขององค์กร	.744	.780						
3	SQ10	บริษัทมีแผนการฝึกอบรมและส่งเสริมความก้าวหน้าตามสายอาชีพของพนักงาน	.757	.776						
4	SQ8	บริษัทกำหนดให้มีการคัด-เลือกพนักงานด้วยการทดสอบความรู้ความสามารถก่อนรับเข้าปฏิบัติงาน	.655	.722						
5	SQ2	บริษัทมีการกำหนดมาตรการคัดกรองพนักงานและลูกค้าตามข้อกำหนดของทางราชการ	.719	.715						
6	SQ4	บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในศูนย์คัดแยกพัสดุ รถขนส่ง จักรับส่งพัสดุและพัสดุ	.764	.713						
7	SQ3	บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในสถานที่ปฏิบัติงาน	.763	.699						
8	SQ7	บริษัทมีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของพนักงาน	.672	.686						
9	SQ1	มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของบริษัทเริ่มต้นด้วยการสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตัวของพนักงานในสถานที่ทำงาน	.689	.679						
10	SQ13	บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล/เกณฑ์วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	.741	.675						
11	SQ5	บริษัทกำหนดวิสัยทัศน์เป็นมืออาชีพด้านคุณภาพในระดับสากล	.663	.658						
12	SQ12	บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกันเป็นทีม	.712	.609						
13	SQ15	บริษัทส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขด้วยการมีใจรักในองค์กรและงานบริการ	.695	.580						
14	SQ16	บริษัทมีเวที/กิจกรรม/ช่องทางที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์/สร้างนวัตกรรมในการปรับปรุงคุณภาพงานและการบริการ	.705	.550						
15	SQ14	บริษัทปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และองค์กรให้แก่พนักงาน	.706	.539						
16	SQ11	บริษัทส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี	.624	.510						
17	SQ34	บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจให้บริการเปิดจุดรับพัสดุในชุมชน	.756		.740					
18	SQ36	บริษัททำข้อตกลงร่วมเป็นพันธมิตรในการขนส่งพัสดุกับแพลตฟอร์มออนไลน์	.649		.714					
19	SQ35	บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจในการขนส่งพัสดุในท้องที่ทุรกันดาร ห่างไกล	.731		.698					
20	SQ37	บริษัทใช้กลยุทธ์ “ราคาเหมาะสม” ในการให้บริการ	.727		.665					

ตารางที่ 3 ค่า Communities และ Rotated component matrix ของคุณภาพการบริการ 7 ด้าน (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปร	ประเด็น	Communities	Rotated component matrix						
				1	2	3	4	5	6	7
21	SQ33	บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบ QR Code/บัตรเครดิต เดบิต	.667		.648					
22	SQ32	บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการขนส่งพัสดุ	.673		.642					
23	SQ39	บริษัทให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในการออกแบบวัสดุหุ้มห่อให้เหมาะสมกับพัสดุ	.682		.619					
24	SQ28	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับให้ลูกค้าเรียกใช้บริการรับพัสดุได้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	.719		.600					
25	SQ41	บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาส่งแวดล้อม เช่น มีโครงการใช้รถยนต์พลังงานสะอาดในการขนส่ง เป็นต้น	.529		.502					
26	SQ26	บริษัทรักษามาตรฐานการส่งมอบพัสดุแบบ Next Day อย่างต่อเนื่อง	.709		.476					
27	SQ38	บริษัทมีบริการจำหน่ายกล่อง ของ วัสดุหุ้มห่อ	.750			.623				
28	SQ22	บริษัทจัดตั้งศูนย์คัดแยกและศูนย์กระจายพัสดุครอบคลุมการให้บริการทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	.707			.519				
29	SQ21	บริษัทเปิดบริการทุกวัน (จันทร์-อาทิตย์) ไม่มีวันหยุด	.675			.579				
30	SQ40	บริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการเปิดให้บริการ ในทุกสถานการณ์	.653			.516				
31	SQ30	บริษัทเปิดจุดรับพัสดุทุกตำบลทั่วประเทศ	.810				.815			
32	SQ29	บริษัทเปิดสำนักงานสาขารับพัสดุทุกอำเภอทั่วประเทศ	.761				.764			
33	SQ31	บริษัทเปิดจุดรับพัสดุในพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ	.708				.561			
34	SQ24	บริษัทมีพันธมิตรในการให้บริการส่งมอบพัสดุในพื้นที่ทุรกันดาร หรือห่างไกลทุกจุดทั่วประเทศ	.618				.450			
35	SQ27	บริษัทพัฒนาคุณภาพการส่งมอบพัสดุแบบ Same Day อย่างต่อเนื่อง	.744					.738		
36	SQ19	บริษัทให้บริการความเร็วพิเศษ Same Day	.758					.669		
37	SQ23	บริษัทสามารถส่งมอบพัสดุแบบ Next Day ได้ทุกตำบลทั่วประเทศ	.605					.585		
38	SQ18	บริษัทให้บริการขนส่งสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าเกษตร สินค้าแช่เย็น และอื่น ๆ	.610						.647	
39	SQ17	บริษัทมีบริการทำข้อตกลงในการให้บริการขนส่งแก่ลูกค้าเฉพาะราย	.717						.636	
40	SQ25	บริษัทมีระบบส่งมอบพัสดุอัตโนมัติ สาขา ตลอด 24 ชั่วโมง	.704							.659
41	SQ20	บริษัทให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	.563							.443
Eigenvalue				18.60	3.21	1.96	1.51	1.23	1.04	1.00
% of variance				21.80	15.32	8.41	7.65	6.82	5.86	3.85
Cumulative %				21.80	37.12	45.53	53.18	60.0	65.86	69.71

1) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) หมายถึง เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริม พัฒนา รวมถึงการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมเพื่อให้พนักงานมีคุณลักษณะและทักษะที่สามารถก่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 16 ตัวแปร คือ SQ1-SQ16 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 21.80

2) พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (Allies and Stakeholder) หมายถึง กลยุทธ์ในการแสวงหาและการทำข้อตกลงความร่วมมือกับคู่ค้าที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ หรือมีทรัพยากรที่สามารถเพิ่มสมรรถภาพในการดำเนินงานขององค์กร รวมถึงการมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 10 ตัวแปร คือ SQ26, SQ28, SQ32-SQ37, SQ39 และ SQ41 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 15.32

3) พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (Mission of Logistics Express Providers) หมายถึง หน้าที่พื้นฐานในการเปิดให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในทุกสถานการณ์ ทุกวันที่กำหนดเป็นวันเปิดทำการ รวมถึงการจัดเตรียมวัสดุห่อพัสดุแบบสำเร็จรูปไว้บริการลูกค้า และความสามารถในการกระจายพัสดุ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 4 ตัวแปร คือ SQ21, SQ22, SQ38 และ SQ40 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 8.41

4) ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ (Service Areas Coverage) หมายถึง ความสามารถในการด้านขอบเขตพื้นที่ในการให้บริการส่งมอบและรับพัสดุของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 4 ตัวแปร คือ SQ24, SQ29-SQ31 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 7.65

5) ความรวดเร็วในการขนส่ง (Logistics Speediness) หมายถึง ตัวเลือกในการใช้บริการขนส่งพัสดุด่วนด้วยความเร็วปกติแบบ Next day ความเร็วพิเศษแบบ Same day และการพัฒนาคุณภาพบริการ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 3 ตัวแปร คือ SQ19, SQ23 และ SQ27 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 6.82

6) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง การให้บริการขนส่งพัสดุโดยมีข้อกำหนดพิเศษแตกต่างจากระบบงานพื้นฐานหรือมีการทำสัญญาให้บริการตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 2 ตัวแปร คือ SQ17 และ SQ18 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 5.86

7) บริการเสริมพิเศษ (Additional Services) หมายถึง ระบบรับฝากหรือส่งมอบพัสดุอัตโนมัติที่ให้บริการหลังเวลาเปิดทำการ และการรับชำระเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 2 ตัวแปร คือ SQ20 และ SQ25 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 3.85

2.12 การกำจัดความสูญเสีย (WR) จำนวน 34 ประเด็น คือ WR1-WR34 ได้องค์ประกอบ 4 ด้าน อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 68.33 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่า Communities และ Rotated component matrix ของคุณภาพการบริการ 4 ด้าน

ข้อ	ตัวแปร	ประเด็น	Communities	Rotated component matrix			
				1	2	3	4
1	WR33	บริษัทมีข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนในการรับมอบ-ส่งมอบพัสดุ	.804	.837			
2	WR31	บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการ-รับประกัน มูลค่าพัสดุเบื้องต้น	.752	.796			
3	WR32	บริษัทมีบริการรับประกันพัสดุตามมูลค่าของสินค้าสูงสุดไม่เกินชิ้นละ 50,000 บาท	.664	.741			

ตารางที่ 4 ค่า Communities และ Rotated component matrix ของคุณภาพการบริการ 4 ด้าน (ต่อ)

ข้อ	ตัวแปร	ประเด็น	Commu- nities	Rotated component matrix			
				1	2	3	4
4	WR30	บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการคุ้มครอง เพื่อป้องกันความเสียหายของพัสดุ	.696	.736			
5	WR19	ศูนย์คัดแยกปลายทางคัดแยกพัสดุส่งไปยังจังหวัดปลายทาง	.804	.736			
6	WR29	กรณีส่งมอบพัสดุครั้งแรกไม่สำเร็จและโทรศัพท์ติดต่อผู้รับพัสดุไม่ได้ พนักงานส่งพัสดุจะติดต่อผู้รับผ่านใบแจ้ง/โทรศัพท์/แอปพลิเคชัน เพื่อนัดนำจ่ายพัสดุครั้งที่ 2	.740	.717			
7	WR18	ศูนย์คัดแยกพัสดุดำเนินการคัดแยกและจัดส่งพัสดุไปยังศูนย์คัดแยกปลายทาง/จังหวัดปลายทาง	.811	.711			
8	WR28	บริษัทมีนโยบายให้พนักงานส่งมอบพัสดุโทรหาผู้รับพัสดุกรณี่ไม่สามารถส่งมอบพัสดุได้	.667	.698			
9	WR17	บริษัทกำหนดให้สาขารวบรวมพัสดุส่งไปยังศูนย์คัดแยกพัสดุ	.784	.694			
10	WR20	พนักงานส่งมอบพัสดุดำเนินการพัสดุตามลำดับการถึง ก่อน-หลัง	.705	.657			
11	WR21	บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนด้านแรงงานด้วยการควบคุมสัดส่วนของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว	.525	.594			
12	WR34	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับ ติดตามและส่งมอบพัสดุตลอดเส้นทาง	.659	.592			
13	WR12	บริษัทเป็นผู้วางแผนกำหนดเส้นทางการขนส่งและควบคุมระยะเวลาในการเดินทางของรถขนส่ง	.720	.580			
14	WR15	บริษัทจัดพัสดุให้เต็มปริมาณบรรจุภัณฑ์ของรถขนส่งให้มากที่สุด	.601	.530			
15	WR13	บริษัทมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณ ของสินค้า	.699		.706		
16	WR9	บริษัทกำหนดแนวทางในการจัด เรียงวัสดุคงคลังให้มองเห็นได้ชัดเจนและตรวจนับได้ง่าย	.776		.688		
17	WR8	บริษัทมีการกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อวัสดุคงเหลือถึงระดับที่กำหนด	.753		.661		
18	WR11	บริษัทควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน	.691		.638		
19	WR16	บริษัทจัดทำคู่มือกำหนดมาตรฐานในการคัดแยกพัสดุ	.700		.597		
20	WR14	บริษัทใช้เทคโนโลยีในการตรวจ สอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง	.680		.584		
21	WR6	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดการวัสดุคงคลัง	.692		.597		
22	WR7	บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ	.745		.554		
23	WR3	บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับพัสดุที่สาขา	.584		.488		
24	WR5	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง	.699			.692	
25	WR4	บริษัทให้บริการติดตามพัสดุผ่านแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง	.685			.661	
26	WR1	บริษัทลดการสูญเสียเวลาให้ลูกค้าโดยให้บริการรับพัสดุฟรีถึงหน้าบ้าน	.599			.634	
27	WR2	บริษัทลดการรอคอยข้อมูลพัสดุเข้าสู่ระบบติดตามพัสดุโดยใช้แอปพลิเคชันในการให้บริการรับพัสดุแบบเบ็ดเสร็จที่บ้านลูกค้า	.678			.611	
28	WR10	บริษัทใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการจัดการระบบขนส่ง	.701			.554	
29	WR24	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานส่งมอบพัสดุด้วยการใช้พันธมิตรในการดำเนินงาน	.702				.791
30	WR25	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานสำหรับดูแล/ทำความสะอาดอาคาร สถานที่ด้วยการว่าจ้างบริษัท/ผู้รับเหมาดำเนินการ	.645				.789
31	WR22	บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานคัดแยกพัสดุด้วยการใช้พนักงานรายวัน	.561				.700
32	WR23	ศูนย์คัดแยกพัสดุของบริษัทสามารถปรับเปลี่ยน/ลดการจ้างแรงงานคัดแยกพัสดุได้ตามปริมาณงาน	.607				.647
33	WR27	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าจองนัดเวลาส่งพัสดุที่สาขา	.517				.604
34	WR26	บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าเรียกใช้บริการ/ติดต่องานได้ ตลอด 24 ชั่วโมง	.585				.531
Eigenvalue				17.75	2.62	1.59	1.27
% of variance				24.96	17.70	13.34	12.33
Cumulative %				24.96	42.66	56.00	68.33

1) การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (Reduction in Waste) หมายถึง มาตรการในการป้องกันและลดความเสี่ยงจากการชำรุดเสียหาย หรือสูญหายของพัสดุต้น รวมถึงลดการสูญเสียจากการส่งมอบพัสดุให้ผู้รับไม่สำเร็จ การลดความสูญเสียด้านการขนส่งและด้านการใช้แรงงาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 14 ตัวแปร คือ WR12, WR15, WR17-WR21, WR28-WR34 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 24.96

2) การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (Waste Reduction in Logistic) หมายถึง มาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อสนับสนุนให้การใช้ยานพาหนะใน การขนส่งเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และมีวัสดุอุปกรณ์พร้อมใช้งาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 9 ตัวแปร คือ WR3, WR6-WR9, WR11, WR13, WR14 และ WR16 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 17.70

3) การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (Waste Reduction in Waiting) หมายถึง มาตรการที่กำหนด หรือจัดทำขึ้นเพื่อลดการสูญเสียเวลาที่ลูกค้าใช้ในการใช้บริการ และการติดต่อกับบริษัท ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 5 ตัวแปร คือ WR1, WR2, WR4, WR5 และ WR10 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 13.34

4) การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (Waste Reduction in Production Cost) หมายถึง มาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อลดต้นทุนด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 6 ตัวแปร คือ WR22-WR27 อธิบายความแปรปรวนขององค์ประกอบได้ร้อยละ 12.33

2.1.3 ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุต้น (SLEP) จำนวน 10 ประเด็น คือ SLEP1-SLEP10 ประกอบด้วย 1 องค์ประกอบ ตัวแปรสังเกตที่มีความสำคัญ 10 ตัวแปร คือ SLEP1-SLEP10 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 63.52

2.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน นำเครื่องมือที่ปรับปรุงตามผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจไปจัดเก็บข้อมูล โดยจัดส่งแบบสอบถามด้วยกูเกิลฟอร์มเข้ารหัสระบบไลน์กลุ่มของผู้บริหารบริษัท ได้รับการตอบกลับ จำนวน 479 คน ประกอบด้วยผู้บริหารไปรษณีย์ไทย จำนวน 273 คน และนิมเอ็กซ์เพรส จำนวน 206 คน เพื่อนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

2.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งผู้จัดการ/หัวหน้าสาขา (ร้อยละ 40.50) อายุไม่เกิน 36 ปี (ร้อยละ 34.45) จบการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 41.34) และอายุงานมากกว่า 26 ปี (ร้อยละ 29.44)

2.2.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	M	SD	อันดับ
คุณภาพการบริการ	4.04	.85	
1. ความเป็นมืออาชีพ	4.16	.76	2
2. พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน	3.97	.90	6
3. พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุต้น	4.35	.78	1
4. ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ	4.02	.90	5
5. ความเร็วในการขนส่ง	4.03	.85	4
6. การสร้างความแตกต่าง	4.09	.78	3
7. บริการเสริมพิเศษ	3.69	1.00	7

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ตัวแปร	M	SD	อันดับ
การกำจัดความสูญเสีย	4.05	.82	
1. การกำจัดความสูญเสียในของเสีย	4.28	.75	1
2. การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง	3.99	.82	3
3. การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย	4.16	.84	2
4. การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต	3.78	.88	4
ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน	4.06	.76	
1. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ	3.82	.79	9
2. พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน	4.09	.70	6
3. บริษัทมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง	4.17	.73	3
4. บริษัทมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.11	.73	5
5. พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน	4.06	.77	7
6. บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา	3.73	.85	10
7. บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า	4.13	.76	4
8. บริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	3.98	.87	8
9. บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	4.19	.71	2
10. บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน	4.34	.70	1
เฉลี่ย	4.06	0.76	

2.2.3 ผลการวัดการกระจายของข้อมูล ก่อนทำการวิเคราะห์ CFA ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการวัดการกระจาย

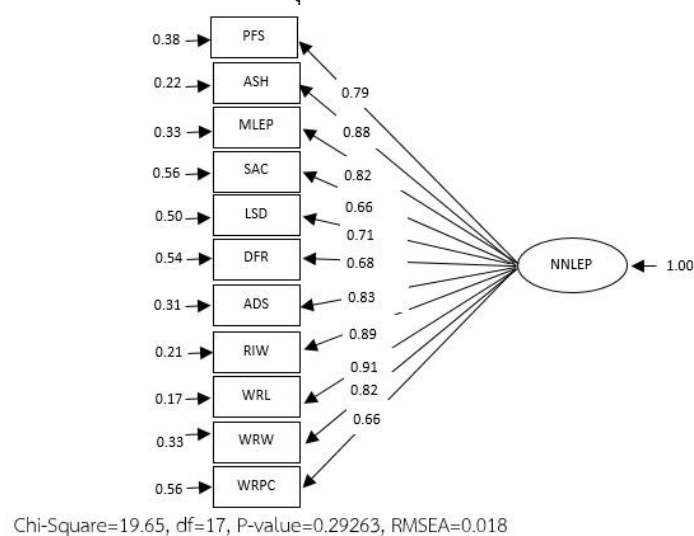
ตัวแปร	Skewness (SK)			Kurtosis (KU)		
	Statistic	Std. Error	เกณฑ์ ไม่เกิน ± 3	Statistic	Std. Error	เกณฑ์ ไม่เกิน ± 10
ความเป็นมืออาชีพ (PFS)	-.679	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.474	.223	โด่งเล็กน้อย
พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH)	-.794	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.521	.223	โด่งเล็กน้อย
พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (MLEP)	-1.329	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	2.130	.223	โด่งเล็กน้อย
ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ (SAC)	-.818	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.041	.223	โด่งเล็กน้อย
ความเร็วในการขนส่ง (LSD)	-1.297	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	3.011	.223	โด่งเล็กน้อย
การสร้างความแตกต่าง (DFR)	-.662	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.187	.223	โด่งเล็กน้อย
บริการเสริมพิเศษ (ADS)	-.645	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.563	.223	โด่งเล็กน้อย
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW)	-.890	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.687	.223	โด่งเล็กน้อย
การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WRL)	-.946	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	2.165	.223	โด่งเล็กน้อย
การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (WRW)	-1.465	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	3.911	.223	โด่งเล็กน้อย
การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (WRPC)	-.229	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.207	.223	โด่งเล็กน้อย
ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ (SLEP1)	-.512	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.311	.223	โด่งเล็กน้อย
พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน (SLEP2)	-.387	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	-.040	.223	แบน
บริษัทมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง (SLEP3)	-.803	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.250	.223	โด่งเล็กน้อย
บริษัทมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (SLEP4)	-.819	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.632	.223	โด่งเล็กน้อย

ตารางที่ 6 แสดงผลการวัดการกระจาย (ต่อ)

ตัวแปร	Skewness (SK)			Kurtosis (KU)		
	Statistic	Std. Error	เกณฑ์ ไม่เกิน ± 3	Statistic	Std. Error	เกณฑ์ ไม่เกิน ± 10
พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (SLEP5)	-.633	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.724	.223	โด่งเล็กน้อย
บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา (SLEP6)	-.328	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.153	.223	โด่งเล็กน้อย
บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า (SLEP7)	-.558	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.200	.223	โด่งเล็กน้อย
บริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ (SLEP8)	-.765	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	.532	.223	โด่งเล็กน้อย
บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง (SLEP9)	-.460	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	-.301	.223	แบน
บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน (SLEP10)	-1.022	.112	เบี่ยงเล็กน้อย	1.660	.223	โด่งเล็กน้อย

จากตารางที่ 6 พบว่า การกระจายของข้อมูลไม่เบ้ และไม่โด่งจนผิดปกติ คือ SK ไม่เกิน ± 3 และ KU ไม่เกิน ± 10 (Kline, 2011, p. 63) การกระจายมีลักษณะเบี่ยงเล็กน้อย โด่งเล็กน้อย และแบน

2.2.3 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรวิธีใหม่ของผู้ใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) โดยใช้ Factor scores ขององค์ประกอบคุณภาพการบริการ (SQ) และการกำจัดความสูญเสีย (WR)

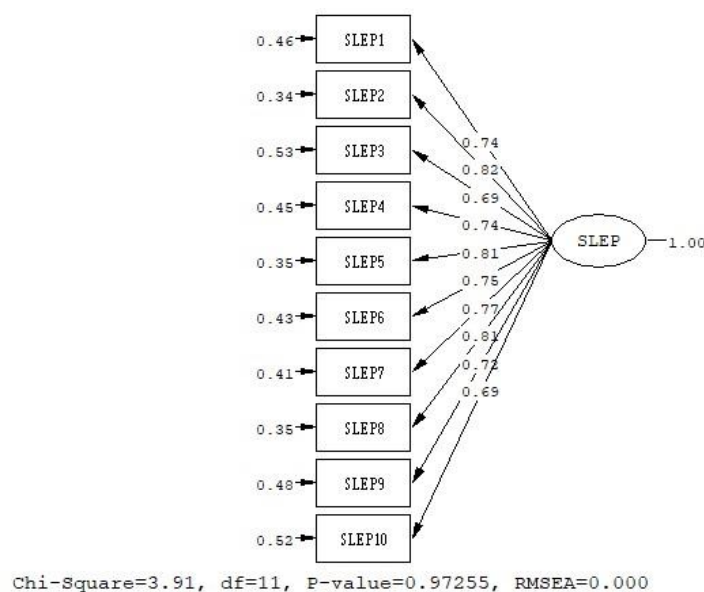


ภาพที่ 4 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดวิธีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 4 โมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์โดยมีค่า $P = 0.29$, $\chi^2/df = 1.15$ และ $RMSEA = 0.01$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตมีค่าน้ำหนักมากกว่า 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่า ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.63 และค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.95 (Hair et al., 2014) โดยการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WRL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด รองลงมา การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW) และพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH)

2.2.4 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP)

โดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1

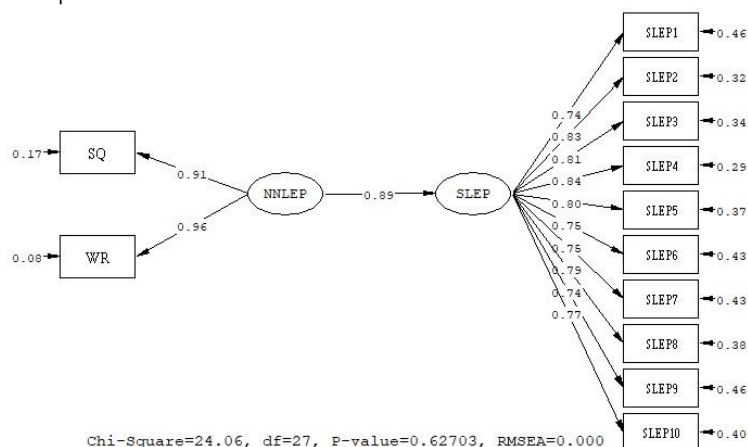


ภาพที่ 5 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 5 โมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $P = 0.97$, $\chi^2/df = 0.35$ และ $RMSEA = 0.00$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าเกิน 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่า AVE เท่ากับ 0.57 และ CR เท่ากับ 0.93 (Hair et al., 2014) โดยพนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน (SLEP2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูงที่สุด รองลงมาพนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน (SLEP5) และบริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ (SLEP8)

3. ผลการศึกษาคุนภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียภายใต้วิถีใหม่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย

โมเดลความสัมพันธ์ของงานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 2 ตัวแปร แบ่งออกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก 1 ตัวแปร คือ วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (New Normal of Logistic Express Provider: NNLEP) และตัวแปรแฝงภายใน 1 ตัวแปร คือ ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (The Success of Logistic Express Provider: SLEP)



ภาพที่ 6 ผลการตรวจสอบโมเดลความสัมพันธ์ของงานวิจัย หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 7 ตารางค่าสถิติ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร					
ตัวแปรแฝง	SLEP	NNLEP			
SLEP	1.00				
NNLEP	0.89	1.00			
ตัวแปร	SQ	WR			
ความเชื่อมั่น	0.83	0.92			
ตัวแปร	SLEP1	SLEP2	SLEP3	SLEP4	SLEP5
ความเชื่อมั่น	0.54	0.68	0.66	0.71	0.63
ตัวแปร	SLEP6	SLEP7	SLEP8	SLEP9	SLEP10
ความเชื่อมั่น	0.57	0.57	0.62	0.54	0.60
Effects	SLEP				
Causes	Direct Effect (DE)	Indirect Effect (IE)	Total Effect (TE)		
NNLEP	.89**	-	.89**		
สมการโครงสร้างของตัวแปร (R^2)	SLEP = 0.78				
$\chi^2 = 24.06$ $df = 27$ $P = 0.62703$ RMSEA = 0.000 SRMR = 0.0095 CFI = 1.00 AGFI = 0.98					

$$\chi^2 = 24.06 \text{ df} = 27 \text{ } P = 0.62703 \text{ RMSEA} = 0.000 \text{ SRMR} = 0.0095 \text{ CFI} = 1.00 \text{ AGFI} = 0.98$$

* $P < .05$ ** $P < .01$

จากภาพที่ 6 และตารางที่ 7 ค่าความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $P = 0.62$, χ^2/df 0.89 และ RMSEA = 0.00 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าเป็นบวกเท่ากับ 0.89 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่าระหว่าง 0.54-0.92 โดยตัวแปรที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ การกำจัดความสูญเสีย (WR) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 รองลงมา คุณภาพการบริการ (SQ) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 และโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ได้ร้อยละ 78

ผลการศึกษาคูณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยในครั้งนี้ พบว่า (1) ผลการวิจัยเชิงปริมาณมีความสอดคล้องและสนับสนุนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยยังคงองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตเดิม และ (2) วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (NNLEP) ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการบริการ (SQ) และการกำจัดความสูญเสีย (WR) เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP)

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานการวิจัยที่ 1 คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ความเป็นมืออาชีพ การสร้างความแตกต่าง ความครอบคลุมพื้นที่ส่งมอบพัสดุ ความครอบคลุมพื้นที่รับพัสดุ และพันธมิตรในการดำเนินงานไม่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ในการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน กล่าวคือ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้องค์ประกอบแตกต่างกัน

2. สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การกำจัดความสูญเสีย ประกอบด้วย การกำจัดความสูญเสียในกระบวนการรับพัสดุ การกำจัดความสูญเสียในการเก็บพัสดุดังกล่าว การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง การกำจัดความสูญเสียในการเคลื่อนไหวก่อน-หลัง การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต การกำจัดความสูญเสีย

ในการรอคอย และการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ไม่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ในการให้บริการขนส่งพัสดุด่วน กล่าวคือ ผลการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงสำรวจได้องค์ประกอบที่แตกต่าง

3. สมมติฐานการวิจัยที่ 3 วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนซึ่งประกอบด้วย คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน พบว่า “สนับสนุน” กล่าวคือ วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน โดยมีขนาดของอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานเท่ากับ 0.89 เป็นขนาดอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงสำรวจตัวแปรคุณภาพการบริการ ได้องค์ประกอบ 7 ด้าน เรียงลำดับตามความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเป็นมืออาชีพ ด้านพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน ด้านพันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ด้านความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ ด้านความรวดเร็วในการขนส่ง ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านบริการเสริมพิเศษ สอดคล้องกับบทวิเคราะห์ของกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่างประเทศ (2561) ที่ให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วนนำแนวทางการพัฒนาไปพิจารณา ได้แก่ 1) การส่งมอบบริการที่มากกว่าการจัดส่ง 2) การให้บริการที่เป็นจุดแข็งของตนเอง 3) การขยายพื้นที่การให้บริการส่งมอบพัสดุ 4) การมีจุดรับพัสดุด่วนครอบคลุมทุกพื้นที่ และ 5) พันธมิตรในการดำเนินงาน โดยผลจากการวิจัย พบว่า มีบางองค์ประกอบแตกต่างจากบทวิเคราะห์ของกระทรวงพาณิชย์ เช่น ด้านความเป็นมืออาชีพ ซึ่งงานวิจัยพบประเด็นทางด้านคุณสมบัติและทักษะของบุคลากรที่สามารถปฏิบัติงานได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และการปฏิบัติงานรองรับการแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นต้น

2. ผลการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงสำรวจตัวแปรการกำจัดความสูญเสีย ได้องค์ประกอบ 4 ด้าน เรียงลำดับตามความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย ด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง ด้านการกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และด้านการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต สอดคล้องกับบทวิเคราะห์ของ เอสซีบี เอสเอ็มอี (2561) พบว่า หลักการของลีนโลจิสติกส์ทำให้ห้อยประกอบด้านโลจิสติกส์มีการจัดการด้านทรัพยากรในการดำเนินงานด้านลูกค้าและด้านโอกาสทางการตลาดให้เกิดประสิทธิภาพในเรื่องของความรวดเร็วในการเคลื่อนย้ายสมรรถภาพ และบทวิเคราะห์ของ กระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่างประเทศ (2561) นำเสนอกลยุทธ์ในการกำจัดความสูญเสีย 7 ประการ ได้แก่ 1) การลดการสูญเสียในกระบวนการรับสินค้า 2) การลดการสูญเสียจากการเก็บวัสดุคงคลัง 3) การลดการสูญเสียด้านการขนส่ง 4) การลดการสูญเสียจากการเคลื่อนไหว 5) ลดการสูญเสียจากการผลิต 6) การลดการสูญเสียจากการรอคอย และ 7) การลดการสูญเสียจากการผลิตของเสีย โดยองค์ประกอบที่ได้จากงานวิจัยและข้อเสนอแนะของกระทรวงพาณิชย์จะมีความแตกต่างกันในบางประเด็น อาจเนื่องมาจากงานวิจัยได้ทำการสกัดประเด็นต่าง ๆ ออกมาจากผู้ปฏิบัติ ในขณะที่กระทรวงพาณิชย์ประยุกต์ใช้แนวคิดการกำจัดความสูญเสีย (7 Waste) ของระบบการผลิตแบบโตโยต้า (Toyota production system)

3. โมเดลวัดตัวแปรวิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนที่พัฒนาขึ้นโดยมีองค์ประกอบ จำนวน 2 ด้าน คือ คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสีย กับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนดี โดยยังคงองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตได้ตามผลการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงสำรวจ จึงกล่าวได้ว่า

3.1 ผลการวิเคราะห์ห้อยประกอบเชิงสำรวจและองค์ประกอบเชิงยืนยันของงานวิจัยมีความสอดคล้องและสนับสนุนกัน

3.2 ผลการวิจัยสนับสนุนบทวิเคราะห์ของกระทรวงพาณิชย์ กรมการค้าระหว่างประเทศ (2561) และ เอสซีพี เอสเอ็มอี (2561) บางประเด็นตามการอภิปรายผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจตัวแปรคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียในข้อ 1 และ 2

4. วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย สอดคล้องกับบทวิเคราะห์ของกระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าระหว่างประเทศ (2561) เนื่องมาจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยและการแพร่ระบาดของโรคระบาดโควิด 19 ทำให้ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนทุกรายต้องพัฒนากลยุทธ์ทางการแข่งขันเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจขนส่งพัสดุด่วน

จากผลการวิจัยที่พบว่า วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนก่อให้เกิดความสำเร็จแก่ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซ และพบว่าวิถีใหม่ดังกล่าวมีองค์ประกอบ 2 ด้าน คือ การกำจัดความสูญเสีย และคุณภาพการบริการ โดยการกำจัดความสูญเสียมีค่าน้ำหนักสูงกว่าคุณภาพการบริการเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาการกำจัดความสูญเสีย พบว่า การกำจัดความสูญเสียในการขนส่งมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา การกำจัดความสูญเสียในของเสีย และด้านคุณภาพบริการ พบว่า พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน มีความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง บริษัทควรมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณของพัสดุที่ทำการขนส่ง เพื่อเพิ่มจุดแข็งในการให้บริการขนส่งสินค้าเฉพาะอย่างตามความต้องการของลูกค้า เช่น สินค้าแช่เย็น สินค้าแช่แข็ง นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าขนส่งโดยการเลือกรถขนส่งให้เหมาะสมกับปริมาณพัสดุ หรือขนาดของพัสดุเพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้บริษัทควรมีการควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมต้นทุนและใช้เป็นมาตรการในการควบคุมพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขนส่งพัสดุให้เป็นไปตามแนวทางที่บริษัทกำหนด และบริษัทควรใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง เพื่อควบคุมต้นทุนในการขนส่งรวมถึงพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของพนักงานขนส่ง นอกจากนี้ควรพัฒนาให้ลูกค้าสามารถติดตามการเดินทางของรถขนส่งได้ตลอดเส้นทางในกรณีที่ให้บริการขนส่งสินค้าพิเศษ

2. ด้านการกำจัดความสูญเสียในของเสีย บริษัทควรมีข้อกำหนดในการจัดพัสดุให้เหมาะสมกับปริมาตรบรรจุของรถขนส่ง เพื่อความปลอดภัยของพัสดุและลดต้นทุนในการขนส่ง นอกจากนี้ บริษัทควรมีนโยบายให้พนักงานส่งมอบพัสดุโทรหาผู้รับพัสดุกรณไม่สามารถส่งมอบพัสดุได้ เพื่อเพิ่มความสำเร็จในการส่งมอบพัสดุ เพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และลดต้นทุนในการเก็บรักษาพัสดุที่ส่งมอบไม่ได้ และบริษัทควรมีระบบงานให้บริการติดตามพัสดุที่ส่งมอบไม่ได้ ได้แก่ การใช้แอปพลิเคชันติดตามการส่งมอบพัสดุ การใช้แอปพลิเคชันนัดหมายส่งมอบพัสดุ และการใช้ใบแจ้งให้ผู้รับพัสดุโทรศัพท์ติดต่อกับพนักงานเพื่อนัดรับพัสดุ เป็นต้น

3. ด้านพันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน บริษัทควรส่งเสริมให้มีการทำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจในการขนส่งพัสดุในท้องที่ทุรกันดารและห่างไกลเพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ท้องที่บนภูเขา พื้นที่เป็นเกาะ โดยอาจมีการคิดค่าบริการส่งมอบเพิ่มเติมจากค่าบริการปกติ

นอกจากนี้บริษัทควรเพิ่มการให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซแต่ละรายในการออกแบบวัสดุหุ้มห่อให้เหมาะสมกับสินค้าเพื่อเพิ่มความปลอดภัยของสินค้าในการขนส่ง อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานบรรจุหีบห่อพัสดุ และลดต้นทุนในการใช้บริการให้แก่ลูกค้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีประเด็นที่ควรศึกษาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระที่ศึกษาในครั้งนี้ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย มี 1 ตัวแปรแฝง คือ วิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ซึ่งมีตัวแปรแฝงลำดับที่ 1 หรือองค์ประกอบ จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านคุณภาพการบริการและด้านการกำจัดความสูญเสีย ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเพิ่มตัวแปรอิสระวิถีใหม่ด้านอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ การจัดการความเสี่ยง เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาและทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลวัดตัวแปรคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียระหว่างกลุ่มบริษัทขนส่งพัสดุด่วนของภาครัฐกับภาคเอกชน บริษัทขนส่งพัสดุด่วนของคนไทยและของคนต่างชาติ และบริษัทขนส่งพัสดุด่วนที่มีขนาดของกิจการแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าระหว่างประเทศ. (2561). **บทความเจาะลึก ธุรกิจ E-Commerce พุ่ง!**

ผลักดัน Logistics Express รุ่ง!. สืบค้นจาก <http://www.tradelogistics.go.th/> บทความ/บทความเจาะลึก/ธุรกิจ-e-commerce-พุ่ง-ผลักดัน-logistics-express-รุ่ง

กระทรวงพาณิชย์, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). **คู่มือ การพัฒนาระบบบริหารคุณภาพตามมาตรฐาน ISO9001 สำหรับธุรกิจให้บริการโลจิสติกส์**. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). **Covid-19 จุดเริ่มต้นที่รอจุดจบจากคุณ**. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/spotlight/covid19>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **รายงานแนวโน้มธุรกิจ ไตรมาสที่ 2/2563**. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

มาร์เก็ตตี้. (2564). **ตลาดขนส่งพัสดุเติบโต แต่ละแบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์สปีดหนีคู่แข่งทั้ง ‘ราคา-ความเร็ว’**. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/222852>

ราชบัณฑิตยสภา. (2563). **New normal**. สืบค้นจาก <https://royalsociety.go.th/tag/new-normal/>

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2559). **การสร้างจิตสำนึกการเพิ่มผลผลิตภาพ**. สืบค้นจาก <https://www.ftpi.or.th/download/seminar-file/PF-Leader2.pdf>

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **ETDA เผยมูลค่า e-Commerce ไทย ปี 62 คาดพุ่ง 4.02 ล้านล้านบาท**. สืบค้นจาก <https://gnews.apps.go.th/news?news=67525>

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สามลดา.

เอสซีบี เอสเอ็มอี. (2561). **สร้างหุ่นสวยให้ธุรกิจกับเทคนิค “สโลโลจิสติกส์”**. สืบค้นจาก <https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/leanlogistics>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Essex, UK: Pearson Education.

Hinkle, D. E., William, W., & Stephen, G. J. (1998). **Applied statistics for the behavior sciences** (4th ed.). NY: Houghton Mifflin.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, 64, 12-40.
- Pholsuwanachai, K. (2011). A courier company's service performance & customer satisfaction. **Journal of Supply Chain Management: Research and Practice**, 5, 75-93.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2, 49-60.

สภาวะของพนักงานหลังการปรับโครงสร้างขององค์กร ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน

วรัญพงศ์ บุญศิริธรรมชัย¹

พลอย สุดอ่อน²

Received 19 October 2021

Revised 3 March 2022

Accepted 23 March 2022

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่แพร่ระบาด ทำให้หลายองค์กรต้องทำการปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ หนึ่งในการจัดการคือการปรับโครงสร้างขององค์กรซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อสภาวะของพนักงาน และสภาวะของพนักงานนี้เองมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาปัจจัยสภาวะที่เกี่ยวข้องกับงานและทางจิตใจของพนักงาน หลังจากที่ต้องได้ทำการปรับโครงสร้างที่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ด้วยโปรแกรมทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิจัยสภาวะที่เกี่ยวข้องกับงานและจิตใจของพนักงานหลังการปรับโครงสร้างขององค์กรพบว่า ด้านความพึงพอใจในงาน ด้านการมีส่วนร่วมในงาน และด้านความสุขอยู่ในระดับมาก รองลงมาเป็นด้านความเครียดอยู่ในระดับปานกลาง และสุดท้ายด้านความไม่มั่นคงในงานอยู่ในระดับน้อย ในส่วนของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณพบว่าปัจจัยสภาวะของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของพนักงานเชิงบวกที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในงาน และด้านความสุข ส่วนด้านอื่น ๆ ได้แก่ ความพึงพอใจในงาน ความไม่มั่นคงในงาน และความเครียด กลับไม่พบความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน

คำสำคัญ: การปรับโครงสร้างขององค์กร ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน สภาวะของพนักงาน

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

อีเมล: waranpong@gmail.com

² วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล 999 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล นครปฐม 73170

อีเมล: ploy.sud@mahidol.ac.th

EMPLOYEE WELLNESS AFTER ORGANIZATIONAL RESTRUCTURING IMPACTS ON EMPLOYEE PERFORMANCE

Waranpong Boonsiritomachai¹

Ploy Sud-On²

Abstract

Due to the COVID-19 epidemic, many organizations have to adapt in order to cope with changes in their business environment. Organizational restructuring is one of the corporate management techniques that affects the well-being of employees. Also, the health of the employees affects their work in both positive and negative ways. Therefore, this research aimed to investigate the work-related and psychological well-being factors of employees after organizational restructuring that affects employee performance. In this study, the questionnaire was used to collect data of 400 employees who are working at the Electricity Generating Authority of Thailand. Data were analyzed by using frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, correlation coefficient analysis, and multiple regression analysis. Statistical significance was determined through a 95% confidence level.

Regarding the level of employees' opinions towards the work-related and psychological well-being factors of employees after organizational restructuring, the results indicated that job satisfaction, job participation, and work happiness highly impact employees' feelings. The stress in the workplace moderately impacts employees' feelings, whereas insecurity in the job has a low impact on them. From the multiple regression analysis, it was found that the effect of the employee well-being that had a positive effect on employees' performance at a statistically significant level of 0.05 was job participation and work happiness. Other aspects include job satisfaction, job insecurity, and stress did not find a significant in employees' performance.

Keywords: Organizational Restructuring, Employee Performance, Employee Health

¹ Faculty of Business Administration, Kasetsart University, 50 Ngamwongwan Rd, Chatuchak, Bangkok 10900 Thailand
Email: waranpong@gmail.com

² Mahidol University International College, 999 Phutthamonthon Sai 4 Rd, Tambon Salaya, Amphoe Phutthamonthon, Nakhon Pathom 73170 Thailand Email: ploy.sud@mahidol.ac.th

บทนำ

จากการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมือง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อแนวทางขององค์กรในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัว และเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขัน การปรับโครงสร้างองค์กร (Organizational Restructuring) และการลดขนาด (Downsizing) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันมากขึ้นในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organizational Change) (Trevor & Nyberg, 2008) โดยการปรับโครงสร้างและการลดขนาดองค์กรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่องค์กรสามารถนำไปใช้เพื่อลดต้นทุนหรือเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพและผลกำไรมากขึ้น แต่ผลลัพธ์เหล่านี้อาจไม่สามารถทำได้ในทุกองค์กร ผลเสียที่เห็นได้ชัดคือบางองค์กรอาจล้มเหลวในการบรรลุเป้าหมาย (Ur Rehman & Naeem, 2012) เมื่อพิจารณาถึงระดับบุคคลจะพบว่าพนักงานที่ยังคงอยู่กับองค์กรจะต้องเผชิญกับความยากลำบากในการปฏิบัติงานในองค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง และอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Brockner et al, 2004) ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ประเด็นเหล่านี้ส่งผลกระทบในทางเศรษฐกิจมากในกรณีที่มีตัวเลือกทรัพยากรบุคคลที่จำกัดและจำเป็นต้องพึ่งพาพนักงานที่ยังคงอยู่กับองค์กร (Roche & Teague, 2014)

นอกจากนี้การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบทางลบต่อองค์กรต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการชะลอการตัดสินใจซื้อของลูกค้าทุกกลุ่ม จำนวนลูกค้าที่น้อยลง รายได้ขององค์กรที่ลดลง (Ding & Li, 2021) ทำให้องค์กรต่าง ๆ จำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัว ประกอบกับก่อนหน้านี้ที่มีการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมือง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากต่อแนวทางขององค์กรในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดศักยภาพในการแข่งขัน การปรับโครงสร้างองค์กร (Organizational Restructuring) และการลดขนาด (Downsizing) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้กันมากในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนของการเปลี่ยนแปลงองค์กร (Organizational Change) (Trevor & Nyberg, 2008) สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่องค์กรสามารถนำไปใช้เพื่อลดต้นทุนหรือเพื่อให้องค์กรมีประสิทธิภาพและผลกำไรมากขึ้น แต่ไม่ใช่ว่าทุกองค์กรจะได้ผลลัพธ์ที่ดี บางองค์กรอาจล้มเหลวในการบรรลุเป้าหมาย (Ur Rehman & Naeem, 2012) ประโยชน์ในการปรับโครงสร้างจึงยังคงถูกโต้แย้งในหมู่นักวิจัยจำนวนมาก (Datta, Guthrie, Basuil, & Pandey, 2010; de Jong et al., 2016) มีงานวิจัยที่ศึกษาในหมู่พนักงาน และพบว่า พนักงานมีสภาวะที่ไม่ดีและรู้สึกยากลำบากในการทำงานในองค์กรที่มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง (Brockner et al., 2004; de Jong et al., 2016)

การวิจัยเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างองค์กรเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา มีงานวิจัยจำนวนมากครอบคลุมหลากหลายแง่มุมในหลากหลายประเทศ และจากการศึกษาของ Gandolfi and Hansson (2011) ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสาเหตุและผลของการปรับโครงสร้างองค์กรแบบลดขนาดในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา พบว่าองค์กรส่วนใหญ่มีผลกระทบเชิงลบจากการปรับโครงสร้างทั้งต่อองค์กรและพนักงาน แต่อย่างไรก็ตามก็มีงานวิจัยบางส่วนพบผลลัพธ์เชิงบวกต่อองค์กร เช่น ต้นทุนที่ลดลง (Cost) ระบบลำดับขั้นที่ลดลง (Hierarchy) การตัดสินใจที่รวดเร็วขึ้น (Decision Making) การสื่อสารที่ราบรื่นมากขึ้น (Communication) และผลผลิตของพนักงานที่มากขึ้น (Productivity) (Burke & Cooper, 2000)

สำหรับประเทศไทยนั้นการศึกษาเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างองค์กรยังมีจำนวนน้อย และยังไม่ครอบคลุมในหลากหลายแง่มุม มีเพียงในบางแง่มุมเท่านั้น เช่น ทศคติและความคิดเห็นของพนักงาน (Attitude and Opinion) ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน (Job Satisfaction) นอกจากนี้งานที่ทำการศึกษาก็ยังไม่ครอบคลุมลักษณะองค์กร โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรรัฐวิสาหกิจที่มีบริบทแตกต่างออกไปจากองค์กรลักษณะอื่น ๆ ถึงแม้ว่าองค์กรรัฐวิสาหกิจจะถือครองโดยรัฐแต่ก็จำเป็นต้องปรับตัว

25

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การปรับโครงสร้างองค์กร

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันทำให้หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่องค์กรต่าง ๆ จะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงองค์กรเพื่อปรับตัวให้เกิดศักยภาพในการแข่งขัน รวมถึงการเรียนรู้ในการจัดการการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งมีนักวิจัยหลายท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ เช่น Robbins and Coulter (2008) ให้ความเห็นว่าเมื่อสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มีความไม่แน่นอนและเป็นพลวัต องค์กรจะต้องมีความพร้อมปรับตัวให้สามารถรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้ทันเป็นโอกาส เพื่อให้องค์กรเติบโตได้ในทุกสถานการณ์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงองค์กรนั้นหมายถึงการเปลี่ยนแปลงคน (People) โครงสร้าง (Structure) และเทคโนโลยี (Technology) ส่วน Daft (2008) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร องค์กรมักจะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีหรือระบบการผลิต รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงผลผลิต การเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมหรือคน และเมื่อองค์กรเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง มักส่งผลกระทบต่อทั้งเชิงลบและเชิงบวกต่อพนักงาน และมักมีการต่อต้านเสมอ Robbins and Coulter (2008) กล่าวถึงสาเหตุของการต่อต้าน 3 ประการ ได้แก่ เมื่อการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้เกิดความคลุมเครือไม่ชัดเจน และมีความไม่แน่นอน เมื่อการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้ผู้ปฏิบัติงานเสียผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือสูญเสียสถานภาพเดิม เมื่อมีความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่สอดคล้องกับเป้าหมายและผลประโยชน์ขององค์กร

การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นหนึ่งใน การเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์กรนั้นอยู่รอด Ting (2011) ได้ให้คำจำกัดความของการปรับโครงสร้างองค์กรว่าคือการจัดโครงสร้างทรัพยากรบุคคลหรือทรัพยากรเชิงกายภาพใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร การปรับโครงสร้างองค์กรเป็นการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่สำคัญมากกว่าการปรับเปลี่ยนทั่วไป การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กร ตัวอย่างเช่น การปิดบางธุรกิจ การจ้างบุคคลภายนอก การจ้างเหมา การควบรวมธุรกิจ การถ่ายโอนกิจกรรมการผลิต การโยกย้ายงานภายใน การขยายธุรกิจ และการตัดงาน เป็นต้น (de Jong et al., 2016) Bowman and Singh (1993) ได้อธิบายรายละเอียดของการปรับโครงสร้างองค์กรไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงบทบาทและกระบวนการทำงานขององค์กร การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรอาจรวมถึงการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนขอบเขตของหน่วยใหม่ การทำให้ลำดับชั้นแบนราบมากขึ้น การเปลี่ยนคำอธิบายลักษณะงาน (Job Description) การจ้างงานบุคคลภายนอก (Outsourcing) การปฏิรูปอำนาจหน้าที่ (Authority) และการกำกับดูแล (Governance) และการเพิ่มรูปแบบการทำงานแบบทีม (Team-based work) เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงกระบวนการขององค์กรเกี่ยวข้องกับการออกแบบบทบาทในการทำงานใหม่ (Work Roles) การรื้อปรับระบบ (Re-engineering) และมักจะมาพร้อมกับการเพิ่มขึ้นของอรรถประโยชน์และการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ มีข้อสังเกตว่าการปรับโครงสร้างองค์กรส่วนใหญ่มักทำควบคู่ไปกับการลดจำนวนพนักงาน แต่ไม่ได้เป็นจริงทั้งหมดว่าการลดกำลังคน (หรือการเพิ่มกำลังคน) จะเกิดขึ้นอัตโนมัติจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและกระบวนการ

ผลกระทบจากการปรับโครงสร้างองค์กร

การปรับโครงสร้างองค์กรนั้นก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ในงานวิจัยของ Erkama (2010) พบว่าการปรับโครงสร้างองค์กรก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจำนวนมากซึ่งส่งผลเชิงบวกที่นำไปสู่ประสิทธิภาพ มูลค่าของผู้ถือหุ้น ความได้เปรียบในการแข่งขัน และลดต้นทุน แต่ในอีกมุมก็ก่อให้เกิดการต่อต้าน เกิดการเปลี่ยนแปลงซึ่งทำให้สิ่งแวดล้อมระหว่างองค์กรในอุตสาหกรรมเดียวกันปั่นป่วน ผลที่ตามมาอาจจะรุนแรง หลากหลาย และมักจะคาดไม่ถึง อีกทั้งในมุมความคาดหวังที่มีต่อตัวผู้บริหารระดับสูง อาจนำไปสู่การขาดความไว้วางใจ และความไม่พอใจในงาน ในส่วนของ De Cuyper, De Witte, Vander

Elst, and Handaja (2010) พบว่าผลกระทบเชิงลบของการปรับโครงสร้างองค์กรรวมถึงภัยคุกคามจากการว่างงานนั้นเกี่ยวข้องกับความเครียด (Stress) และยังมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุน (Cost) ที่ต้องใช้กับพนักงานในความพยายามในการปรับโครงสร้าง นอกจากนี้งานวิจัยอื่น ๆ ยังพบว่าการปรับโครงสร้างโดยการลดขนาดจะทำให้เกิดการสูญเสียนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งมาจากการที่ความอดทนต่อความเสี่ยงและล้มเหลว (Risk or Failure) ลดน้อยลง มีผลต่อการทำกิจกรรมสร้างสรรค์ (Creative activity) (Richtner & Ahlström, 2006)

เมื่อวิเคราะห์ผลกระทบโดยตรงต่อพนักงานนั้น จะพบว่าการปรับโครงสร้างขององค์กรจะส่งผลกระทบต่อสุขภาวะของพนักงาน (Employee Well-being) Diener (2000) ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยหรือองค์ประกอบของสุขภาวะว่า สุขภาพเป็นสิ่งสำคัญหรือเป็นรากฐานของการดำรงชีวิต เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่ดีที่ใช้ประเมินความเป็นอยู่/สุขภาวะ (Well-being) (Boonsiritomachai & Trongpraweem, 2020) และองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตอบสนองของบุคคลที่ก่อให้เกิดสุขภาวะที่ดีในการทำงาน ได้แก่ ความพึงพอใจในชีวิต ความพึงพอใจในงาน อารมณ์ทางบวกที่หมายถึงการมีอารมณ์ความรู้สึกเป็นสุขกับสิ่งที่ดี สนุกสนานกับการทำงาน สบายใจในขณะทำงาน และอารมณ์ทางลบ ที่หมายถึงอารมณ์ความรู้สึกที่เป็นทุกข์กับสิ่งไม่ดีที่เกิดขึ้นในการทำงาน เช่น คับข้องใจ เบื่อหน่าย เศร้าหมอง (Achor, 2011; Field & Buitendach, 2011; Fisher, 2010) เมื่อทำการพิจารณาจะพบว่าสุขภาวะของพนักงานสามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนด้วยกัน โดยส่วนแรกคือ สุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับงาน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของบุคคลที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในการทำงาน หรือประสบการณ์ของบุคคลในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน และความไม่มั่นคงในงาน ในส่วนที่สอง สุขภาวะทางจิตใจ ทั้งเชิงบวกและลบของบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วยความเครียดของพนักงาน และความสุขของพนักงาน

สุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับงานของพนักงาน

Wiezer et al. (2011) ได้อธิบายว่าสุขภาวะในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจในงาน การอุทิศตน การมีส่วนร่วมในงาน ความสามารถในการทำงาน และความไม่มั่นคงในงาน ล้วนแต่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะในการทำงานของพนักงาน จากผลการศึกษาจะพบว่า การปรับโครงสร้างมีผลกระทบต่อสุขภาวะของพนักงานในองค์กรทั้งก่อน ระหว่าง และหลังจากการปรับโครงสร้าง มีผลกระทบต่อตัวแปรสุขภาวะในการทำงานตามที่กล่าวข้างต้น และส่งผลกระทบต่อผลการลาป่วยของพนักงาน นอกจากนี้ยังไม่พบข้อพิสูจน์ว่าพนักงานเคยชินกับการปรับโครงสร้าง โดยสรุปผลกระทบของการปรับโครงสร้างที่มีต่อสุขภาวะของพนักงานที่ยังอยู่ในองค์กรส่วนใหญ่เป็นเชิงลบแต่ก็ไม่ใช่ทั้งหมด เพราะการปรับโครงสร้างอาจนำไปสู่การปรับปรุงตำแหน่งงานซึ่งอาจทำให้สุขภาวะของพนักงานดีขึ้น นอกจากนี้ Alvi, Butt and Khurshid (2013) ยังพบว่า การปรับโครงสร้างองค์กรให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและความเต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงของพนักงาน กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับหลายสิ่ง เช่น การมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งถ้าพนักงานมีส่วนร่วมในการปรับโครงสร้าง โอกาสที่พนักงานจะยังให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมของงานหลังจากการปรับโครงสร้างก็ย่อมมากขึ้นไปด้วยซึ่งจะส่งผลทำให้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับทางจิตใจ

ในส่วนการพิจารณาสุขภาวะทางจิตใจจะพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่สถานะด้านลบมากกว่าด้านบวก โดยเฉพาะในด้านความเครียดที่เกิดขึ้นกับพนักงานในการถูกปรับโครงสร้างขององค์กร (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014) อาจจะเป็นเพราะเหตุด้วยสถานะด้านลบไม่ได้ดึงดูดความสนใจของนักจิตวิทยา (Bakker, Schaufeli, Leiter, & Taris, 2008) แต่อย่างไรก็ตามมีการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของสุขภาวะได้อ้างถึงวิธีในการประเมินว่าผู้คนมีความสุขมากแค่ไหนหรือคุณภาพชีวิตของพวกเขาดีเพียงใด โดยองค์ประกอบของสุขภาวะซึ่งคือความสุข (Ryan & Deci, 2001; Susniene & Jurkauskas, 2009)

ในปัจจุบันบริบทของการทำงานและองค์กรได้รองรับแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาด้านบวกกับการศึกษาสุขภาวะ (Money, Hillenbrand, & Da Camara, 2009) ความสุขในที่ทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ขององค์กรในด้านบวกที่หลากหลาย (Fisher, 2010) โดย Gavin and Mason (2004) แสดงให้เห็นว่าความสุขและสถานะด้านบวกของพนักงานมีส่วนช่วยเพิ่มความสำเร็จขององค์กรและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งงานวิจัยของ Field and Buitendach (2011) และ Hills and Argyle (2002) ใช้ความสุข (Happiness) เป็นส่วนหนึ่งในการวัดสุขภาวะทางจิตใจ

งานวิจัยของ De Jong et al. (2016) ได้ศึกษาผลกระทบจากการปรับโครงสร้างที่มีต่อสุขภาวะของพนักงาน ด้วยการทบทวนอย่างเป็นระบบจากงานวิจัยระยะยาว (Systematic review of longitudinal studies) ศึกษาวิจัยทั้งหมด 39 งาน โดย 27 งาน มีการลดจำนวนพนักงาน และ 12 งาน ไม่มีการลดจำนวนพนักงาน งานวิจัยที่ศึกษาการปรับโครงสร้างแบบมีการลดจำนวนพนักงานส่วนใหญ่พบว่ามีส่วนต่อสุขภาพทั่วไป สุขภาพกาย สุขภาพจิต การลาป่วย และทัศนคติที่มีต่องาน ซึ่งสิ่งนี้เกี่ยวข้องกับการลดลงของสุขภาวะของพนักงาน แต่ก็มีบางงานวิจัยที่พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกของสุขภาวะ สุขภาพจิต และความพึงพอใจในงาน สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาการปรับโครงสร้างแบบไม่มีการลดจำนวนพนักงานพบว่าส่วนใหญ่มิได้ได้รับผลกระทบเชิงลบ มีเพียงแค่หนึ่งงานวิจัยที่พบการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกของความพึงพอใจในงาน โดยสรุปไม่มีความแตกต่างที่ชัดเจนของผลกระทบต่อสุขภาวะของพนักงานระหว่างการมีหรือไม่มีการลดจำนวนพนักงานจากการปรับโครงสร้างองค์กร ผลกระทบโดยรวมส่วนใหญ่เป็นลบ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำนวน 17,640 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณหาโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และที่ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (Yamane, 1973) ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ด้วยวิธีการกระจายแบบสอบถามและรวบรวมเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ให้ครบจำนวน 400 ชุด

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยเป็นลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Method) เกี่ยวกับสุขภาวะของพนักงานหลังจากที่องค์กรมีการปรับโครงสร้าง แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ความพึงพอใจในงาน (4 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Saeed and Farooqi (2014)) การมีส่วนร่วมในงาน (5 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Zopiatis, Constanti, and Theocharous (2014)) ความไม่มั่นคงในงาน (4 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Marques, Galende, Cruz, and Ferreira (2014)) ความเครียด (4 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Munro, Rodwell, and Harding (1998)) และความสุข (4 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Hills and Argyle (2002)) และ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (6 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Munro et al. (1998)) รวมทั้งสิ้นจำนวน 27 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) ของลิเคอร์ท (Likert) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับตั้งแต่ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไปจนถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนและความสอดคล้องของเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องการศึกษา จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC = Item of Objective Congruence) ได้ค่าอยู่ระหว่าง .72-1.00 นอกจากนี้แบบสอบถามยังถูกนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือโดยผ่านการทดสอบใช้กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 ชุด โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha

Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาอยู่ระหว่าง 0.703 จนถึง 0.900 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าทุกข้อคำถามของแต่ละตัวแปรนั้นมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์สูง (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2014)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม นำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนในลักษณะข้อคำถามที่วัด ความพึงพอใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน ความไม่มั่นคงในงาน ความเครียด ความสุข และ ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน นำมาแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอในรูปสถิติเชิงพรรณนา โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูลตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบบจำแนกแต่ละช่วงย่อยเป็น 5 ระดับ สามารถกำหนดช่วงคะแนนของการวัดที่ 0.8 โดยที่

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ น้อยที่สุด

นอกจากนี้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับงานและจิตใจของพนักงานหลังจากที่องค์กรได้ทำการปรับโครงสร้างที่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ในการอธิบายของตัวแปรอิสระ มากกว่า 1 ตัวแปร (สุขภาวะของพนักงาน) กับ ตัวแปรตาม (ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน)

ผลการวิจัย

ลักษณะทางด้านลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีช่วงอายุ 21-39 ปี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 254 คิดเป็นร้อยละ 63.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 มีระดับตำแหน่งเป็นผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 และลักษณะงานส่วนใหญ่เป็นงานภาคสนาม/ปฏิบัติการจำนวน 181 คิดเป็นร้อยละ 45.3 โดยแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ (จำนวนคน) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ			อายุงาน		
ชาย	196	49.0	น้อยกว่า 5 ปี	63	15.7
หญิง	204	51.0	5 ปีถึง 10 ปี	111	27.7
อายุ			มากกว่า 10 ปี	226	56.6
อายุน้อยกว่า 21 ปี	2	0.5	ระดับตำแหน่ง		
อายุ 21 ปีถึง 39 ปี	220	55.0	ผู้ปฏิบัติงาน	253	63.3
อายุ 40 ปีถึง 56 ปี	141	35.2	ผู้บริหารระดับต้น	73	18.2
อายุมากกว่า 56 ปี	37	9.3	ผู้บริหารระดับกลาง	73	18.3

ตารางที่ 1 แสดงความถี่ (จำนวนคน) และร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ	ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา			ผู้บริหารระดับสูง	1	0.2
ต่ำกว่าปริญญาตรี	32	8.0	ลักษณะงาน		
ปริญญาตรี	254	63.5	งานสำนักงาน	39	9.7
สูงกว่าปริญญาตรี	114	28.5	งานวิชาการ	180	45.0
			งานสนาม/ปฏิบัติการ	181	45.3
รวม	400	100	รวม	400	100

การวิเคราะห์สภาวะของพนักงานจากการปรับโครงสร้างองค์กร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสภาวะของพนักงานในด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ ด้านความพึงพอใจในงาน ด้านการมีส่วนร่วมในงาน ด้านความไม่มั่นคงในงาน ด้านความเครียด และด้านความสุข รวมไปถึงผลการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความพึงพอใจในงาน ด้านการมีส่วนร่วมในงาน ด้านความสุข ระดับผลการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความเครียดอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความไม่มั่นคงในงานอยู่ในระดับน้อย สรุปได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปร	Mean	S.D.	แปลผล
ด้านความพึงพอใจในงาน	3.93	0.89	มาก
ด้านการมีส่วนร่วมในงาน	3.67	0.95	มาก
ด้านความไม่มั่นคงในงาน	2.58	1.16	น้อย
ด้านความเครียด	2.99	1.05	ปานกลาง
ด้านความสุข	3.76	0.99	มาก
ระดับผลการปฏิบัติงาน	3.94	0.92	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทดสอบ ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่าไม่มีตัวแปรอิสระใดมีค่ามากกว่า .75 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันน้อยไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity ที่จะส่งผลต่อตัวแปรตาม (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2014)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตัวแปรอิสระ/ สมมติฐาน	ผลการปฏิบัติงาน					ผลการทดสอบ
	B	S.D.	β	T	P-Value	
ค่าคงที่	2.662	.215		12.374	.000	
สภาวะที่เกี่ยวข้องกับงาน						
สมมติฐานที่ 1 ความพึงพอใจในงาน	.013	.045	.017	.290	.772	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 การมีส่วนร่วมในงาน	.276	.035	.397	7.930	.000	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ความไม่มั่นคงในงาน	-.028	.031	-.042	-.903	.367	ปฏิเสธ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของผลการปฏิบัติงานของพนักงาน (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ/ สมมติฐาน	ผลการปฏิบัติงาน					ผลการทดสอบ
	B	S.D.	β	T	P-Value	
สุขภาวะทางจิต						
สมมติฐานที่ 4 ความเครียด	-.036	.031	-.056	-1.166	.245	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 5 ความสุข	.105	.044	.145	2.403	.017	ยอมรับ
R = .648, R ² = .420, AdjR ² = .412						

*ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากนั้นได้ทำการทดสอบตัวแปรตามด้วยวิธีถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) พบว่าสุขภาวะของพนักงานที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานอย่างมีนัยที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในงาน และด้านความสุข โดยด้านการมีส่วนร่วมในงานมีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุด มีค่า β เท่ากับ .397 และ P-value เท่ากับ .000 สำหรับด้านความสุขมีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานรองลงมา มีค่า β เท่ากับ .145 และ P-value เท่ากับ .017 ดังแสดงในตารางที่ 3

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาสุขภาวะของพนักงานหลังการปรับโครงสร้างขององค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าการปรับโครงสร้างองค์กรของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยการลดจำนวนหน่วยงานและขนาดหน่วยงานภายในองค์กรลงด้วยการควบรวมบางหน่วยงาน ยกเลิกบางหน่วยงาน แต่ไม่มีการปลดพนักงานออกนั้น สุขภาวะของพนักงานในด้านต่าง ๆ มีค่าที่แปลผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความพึงพอใจในงาน ด้านการมีส่วนร่วมในงาน และด้านความสุข ซึ่งสุขภาวะของพนักงานที่ผ่านการปรับโครงสร้างองค์กรนั้นไม่จำเป็นต้องมีแต่ผลเสีย ความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลดี (Allen, Freeman, Russell, Reizenstein, & Rentz, 2001) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hänenen, Hellgren, and Hansson (2011) พบสุขภาพจิตและความพึงพอใจในงานมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง รวมถึงงานวิจัยของ Sankar and Revathy (2018) ก็พบความพึงพอใจในงานมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้น

สำหรับด้านที่เหลือมีค่าที่แปลผลได้อยู่ในระดับปานกลางและน้อย โดยระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านความเครียด โดยด้านที่ได้อันดับน้อย ได้แก่ ความไม่มั่นคงในงาน เนื่องจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตเป็นองค์กรรัฐวิสาหกิจที่ไม่มีนโยบายไล่พนักงานออก พนักงานเพียงเปลี่ยนแปลงลักษณะงานและ/หรือเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมการทำงาน เช่น ย้ายฝ่าย ย้ายสายงาน พนักงานยังคงได้รับเงินเดือนเหมือนเดิม การเปลี่ยนแปลงจากการปรับโครงสร้างองค์กรนี้จึงไม่ได้ทำให้ระดับความไม่มั่นคงในงานและความเครียดสูง อีกทั้งพนักงานของหน่วยงานรัฐนั้นมีระดับความเครียดในการทำงาน และระดับความไม่มั่นคงในงานไม่สูงเท่าและแตกต่างจากพนักงานเอกชน ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nahar, Hossain, Rahman, and Bairagi (2013) ที่ทำการเปรียบเทียบระหว่างพนักงานในองค์กรของรัฐ และองค์กรเอกชนและก็เจอความแตกต่างในเรื่องของความเครียด ความพึงพอใจ สุขภาวะทางจิตที่แตกต่างระหว่างกลุ่มพนักงานเอกชนกับพนักงานของรัฐ

ในการทดสอบผลกระทบผลการปฏิบัติงานของพนักงาน จะพบว่าสุขภาวะที่เกี่ยวข้องกับงานมีเพียงด้านเดียว นั่นคือ ด้านการมีส่วนร่วมในงานที่มีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือพนักงานมักใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน มีความผูกพันกับงานในปัจจุบันมาก ความสนใจส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่เรื่องงาน และงานคือเป้าหมายที่สำคัญในชีวิต สิ่งเหล่านี้มีผลต่อผลการ

ปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งมีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในงานกับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งได้ผลสอดคล้องกันเป็นเชิงบวก (Sonnentag, 2003) และ (Boonsiritomachai & Sud-On, 2021) โดยการมีส่วนร่วมในงานของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มผลผลิตของพนักงานได้ (Kahn, 1990) การที่พนักงานมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูงจะสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้กับองค์กรมากขึ้น ซึ่งไม่เพียงเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเท่านั้นแต่ยังทำให้ความพึงพอใจของพนักงานเพิ่มขึ้น หากพนักงานมีส่วนร่วมในงานของตนเองมากขึ้นพวกเขาจะใช้ความพยายามเป็นพิเศษที่จะบรรลุตามจุดประสงค์ขององค์กร พนักงานที่มีส่วนร่วมในงานจะมีความกระตือรือร้นในงานและหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ไม่พึงประสงค์ต่อองค์กร (Rizwan, Khan, & Saboor, 2011) นอกจากนี้พนักงานที่มีส่วนร่วมในงานสูงมักจะมีความมุ่งมั่นมากขึ้นและทำให้มีแนวโน้มที่จะทุ่มเทให้กับงานมากขึ้น จึงทำงานได้ดีกว่าพนักงานที่มีส่วนร่วมในงานน้อยกว่า (Brown & Leigh, 1996)

สำหรับด้านความพึงพอใจในงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Crossman and Abou-Zaki (2003) ซึ่งพบว่าความพึงพอใจในงานนั้นไม่สามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้ และสำหรับด้านความไม่มั่นคงในงาน ไม่มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงาน กล่าวคืออนาคตที่ไม่แน่นอนในองค์กร การที่มีโอกาสไม่ได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้น การที่จะสูญเสียงานจากการถูกกดดันให้เกษียณก่อนกำหนด และมีความเป็นไปได้ที่จะไม่มีความก้าวหน้าในองค์กรนั้น ไม่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang, Lu, and Siu (2015) พบว่าความไม่มั่นคงในงานไม่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานในพนักงานที่มีระดับการรับรู้ถึงความยุติธรรมในองค์กรสูง นอกจากนี้ Ugboro (2016) พบว่าจากการปรับโครงสร้างองค์กรและลดขนาดพบความไม่มั่นคงในงานในระดับต่ำ และกล่าวว่าปฏิกริยาของผู้ที่รอดจากการโดนปลดไม่ได้มีแต่ผลเสียเสมอไป ความไม่มั่นคงในงานไม่ได้เป็นผลเสียทั้งหมดหรือเป็นผลบวกทั้งหมด แต่ความไม่มั่นคงในงานเป็นทั้งอุปสรรคและความท้าทาย ซึ่งอาจนำไปสู่ความพยายามในการทำงานที่น้อยลงและทำให้ผลการปฏิบัติงานลดลง ในขณะที่ความไม่มั่นคงในงานยังสามารถกระตุ้นให้พนักงานเพิ่มความพยายามในการทำงานเนื่องจากผลการปฏิบัติงานที่ดีอาจเป็นการป้องกันการถูกปลดออก

จากผลการวิเคราะห์จะพบว่าสุขภาวะทางจิตใจมีเพียงด้านความสุข ที่มีผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญที่ กล่าวคือพนักงานที่มีความสุขจะรู้สึกว่ามีชีวิตมีความหมายมาก รู้สึกพอใจอย่างยิ่งกับสิ่งที่ตนพอใจกับทุกสิ่งในชีวิต และรู้สึกว่าตนเองสามารถทำได้ทุกสิ่งที่ต้องการนั้นส่งผลเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jalali & Heidari, 2016) ซึ่งได้ผลเชิงบวกเหมือนกัน ซึ่งได้สรุปว่าความคิดและพฤติกรรมที่ถูกสร้างและแสดงออกมาโดยพนักงานที่มีความสุขนั้นมีประโยชน์และสามารถประยุกต์ใช้ได้ พนักงานเหล่านี้จะมีมุมมองที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับปัญหา พยายามแก้ปัญหาโดยตรงและขอความช่วยเหลือเมื่อจำเป็น พนักงานที่มีความสุขจะมีความคิดเชิงบวกในขณะที่ทำงานและจะค้นหาทางเลือกที่ดีกว่าในการแก้ปัญหา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า สุขภาวะของพนักงานจากการปรับโครงสร้างองค์กร ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในงาน และด้านความสุข มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานเชิงบวก ดังนั้นผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรให้ความสำคัญอย่างมากกับประเด็นเหล่านี้ โดยการมีส่วนร่วมในงานของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มผลผลิตของพนักงานได้ การที่พนักงานมีส่วนร่วมอยู่ในระดับสูงจะสร้างผลลัพธ์ที่ดีให้กับองค์กรมากขึ้น พนักงานจะมีความรับผิดชอบ ทุ่มเท เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งจะสามารถทำงานได้ดีกว่าพนักงานที่มีส่วนร่วมในงานน้อยกว่า รวมไปถึงมีความผูกพันต่อองค์กรที่สูงกว่า และมีแนวโน้มที่จะลาออกจาก

องค์กรน้อยลง สำหรับพนักงานที่มีความสุขมากนั้นความคิดและพฤติกรรมที่ถูกสร้างและแสดงออกมาจะมีประโยชน์และสามารถประยุกต์ใช้ได้ พนักงานเหล่านี้จะมีมุมมองที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับปัญหา พยายามแก้ปัญหา และมีแนวคิดเชิงบวกที่ว่าอุปสรรคคือสิ่งที่จะต้องข้ามและผ่านพ้นให้ได้ เมื่อพนักงานมีผลปฏิบัติการที่ดีก็ย่อมส่งผลต่อระดับความผูกพันองค์กรเพราะพนักงานจะถือว่าตัวเองเป็นส่วนที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาผลกระทบจากการปรับโครงสร้างองค์กรนั้นสามารถศึกษาได้ในหลากหลายบริบททั้งในระดับองค์กร ระดับบุคคลทั้งผู้ที่โดนปลด ผู้ที่รอดจากการโดนปลด และผู้ที่ดำเนินการลดขนาด ช่วงเวลาในการศึกษาซึ่งมีทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการปรับโครงสร้างองค์กร โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเพียงในระดับบุคคลของช่วงเวลาหลังการปรับโครงสร้างองค์กร เลือกตัวแปรเพียงในแง่ของสุขภาวะของพนักงาน และผลการปฏิบัติงาน มาศึกษาเท่านั้น ซึ่งเรื่องการปรับโครงสร้างสามารถศึกษาได้ในอีกหลากหลายแง่มุม การศึกษาวิจัยในอนาคตอาจจะทำการศึกษาในแง่มุมดังต่อไปนี้ ด้านขวัญกำลังใจ ด้านความจงรักภักดี ด้านการสร้างแรงจูงใจ ด้านความนับถือตนเอง รวมไปถึงอัตราการลาออกจากการปรับโครงสร้างขององค์กร เป็นต้น ซึ่งอาจช่วยอธิบายผลการปฏิบัติงานได้ถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น รวมถึงสามารถศึกษาในบริบทองค์กรอื่น ๆ ซึ่งจะให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างออกไป เช่น บริษัทเอกชนประเภทต่าง ๆ รัฐวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Achor, S. (2011). **The happiness advantage: The seven principles of positive psychology that fuel success and performance at work**: Random House.
- Alvi, S., A. N. Butt & A. Khurshid. (2013). Beaconhouse school system (bss) restructuring. **Asian Journal of Management Cases**, 10(2), 113-124.
- Allen, T. D., Freeman, D. M., Russell, J. E., Reizenstein, R. C., & Rentz, J. O. (2001). Survivor reactions to organizational downsizing: Does time ease the pain?. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**, 74(2), 145-164.
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. **Work & Stress**, 22(3), 187-200.
- Boonsiritomachai, W., & Sud-On, P. (2021). The moderation effect of work engagement on entrepreneurial attitude and organizational commitment: evidence from Thailand's entry-level employees during the COVID-19 pandemic. **Asia-Pacific Journal of Business Administration**, 14(1), 50-71.
- Boonsiritomachai, W., & Trongpraween, T. (2020). The Effect of Team Affective Tone on Team Efficiency. **Business Review Journal**, 12(2), 83-97.
- Bowman, E. H., & Singh, H. (1993). Corporate restructuring: Reconfiguring the firm. **Strategic Management Journal**, 14(S1), 5-14.
- Brockner, J., Spreitzer, G., Mishra, A., Hochwarter, W., Pepper, L., & Weinberg, J. (2004). Perceived control as an antidote to the negative effects of layoffs on survivors' organizational commitment and job performance. **Administrative Science Quarterly**, 49(1), 76-100.

- Brown, S. P., & Leigh, T. W. (1996). A new look at psychological climate and its relationship to job involvement, effort, and performance. **Journal of applied psychology**, **81**(4), 358.
- Burke, R. J., & Cooper, C. L. (2000). The new organizational reality: Transition and renewal. **The organization in crisis: Downsizing, restructuring, and privatization**. Oxford: Blackwell. 3-19.
- Crossman, A., & Abou-Zaki, B. (2003). Job satisfaction and employee performance of Lebanese banking staff. **Journal of Managerial Psychology**, **18**(4), 268-376.
- Daft, R. (2008). New Era of Management, 2nd International Edition. **Thompson South-Western, Mason**.
- Datta, D. K., Guthrie, J. P., Basuil, D., & Pandey, A. (2010). Causes and effects of employee downsizing: A review and synthesis. **Journal of Management**, **36**(1), 281-348.
- De Cuyper, N., De Witte, H., Vander Elst, T., & Handaja, Y. (2010). Objective threat of unemployment and situational uncertainty during a restructuring: Associations with perceived job insecurity and strain. **Journal of Business and Psychology**, **25**(1), 75-85.
- de Jong, T., Wiezer, N., de Weerd, M., Nielsen, K., Mattila-Holappa, P., & Mockatto, Z. (2016). The impact of restructuring on employee well-being: a systematic review of longitudinal studies. **Work & Stress**, **30**(1), 91-114.
- Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. **American Psychologist**, **55**(1), 34-43.
- Ding, A. W., & Li, S. (2021). National response strategies and marketing innovations during the COVID-19 pandemic. **Business horizons**, **64**(2), 295-306.
- Erkama, N. (2010). Power and resistance in a multinational organization: Discursive struggles over organizational restructuring. **Scandinavian Journal of Management**, **26**(2), 151-165.
- Field, L. K., & Buitendach, J. H. (2011). Happiness, work engagement and organisational commitment of support staff at a tertiary education institution in South Africa. **SA Journal of Industrial Psychology**, **37**(1), 01-10.
- Fisher, C. D. (2010). Happiness at work. **International Journal of Management Reviews**, **12**(4), 384-412.
- Gandolfi, F., & Hansson, M. (2011). Causes and consequences of downsizing: Towards an integrative framework. **Journal of Management & Organization**, **17**(4), 498-521.
- Gavin, J. H., & Mason, R. O. (2004). The Virtuous Organization:: The Value of Happiness in the Workplace. **Organizational Dynamics**, **33**(4), 379-392.
- Häsänen, L., Hellgren, J., & Hansson, M. (2011). Goal setting and plant closure: When bad things turn good. **Economic and Industrial Democracy**, **32**(1), 135-156.
- Hills, P., & Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: a compact scale for the measurement of psychological well-being. **Personality and individual differences**, **33**(7), 1073-1082.

- Jalali, Z., & Heidari, A. (2016). The Relationship between Happiness, Subjective Well-Being, Creativity and Job Performance of Primary School Teachers in Ramhormoz City. **International Education Studies**, 9(6), 45-52.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. **Academy of Management journal**, 33(4), 692-724.
- Marques, T., Galende, J., Cruz, P., & Ferreira, M. P. (2014). Surviving downsizing and innovative behaviors: A matter of organizational commitment. **International Journal of Manpower**, 35(7), 930-955.
- Money, K., Hillenbrand, C., & Da Camara, N. (2009). Putting positive psychology to work in organisations. **Journal of General Management**, 34(3), 31-36.
- Munro, L., Rodwell, J., & Harding, L. (1998). Assessing occupational stress in psychiatric nurses using the full job strain model: the value of social support to nurses. **International Journal of Nursing Studies**, 35(6), 339-345.
- Nahar, L., Hossain, A., Rahman, A., & Bairagi, A. (2013). The relationship of job satisfaction, job stress, mental health of government and non-government employees of Bangladesh. **Psychology**, 4(6), 520-525.
- Richtnér, A., & Ahlström, P. (2006). Organizational downsizing and innovation. **SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration**, 1, 1-22.
- Rizwan, M., Khan, D., & Saboor, F. (2011). Relationship of job involvement with employee performance: Moderating role of attitude. **European Journal of Business and Management**, 3(8), 77-85.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2008). Personnel. **Human Resources Management**.
- Roche, W. K., & Teague, P. (2014). Do recessions transform work and employment? Evidence from Ireland. **British Journal of Industrial Relations**, 52(2), 261-285.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2001). On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. **Annual review of psychology**, 52(1), 141-166.
- Saeed, K., & Farooqi, Y. A. (2014). Examining the relationship between work life balance, job stress and job satisfaction among university teachers (A case of University of Gujrat). **International Journal of multidisciplinary sciences and engineering**, 5(6), 9-15.
- Sankar, M., & Revathy, B. (2018). The Organizational Structure Influences on Employees Satisfaction. **Asian Journal of Management**, 9(1), 569-572.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. **Handbook of Market Research**, Springer International Publishing.
- Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2014). **Positive psychology: An introduction**. In **Flow and the foundations of positive psychology** (pp. 279-298): Springer.
- Sonnentag, S. (2003). Recovery, work engagement, and proactive behavior: a new look at the interface between nonwork and work. **Journal of applied psychology**, 88(3), 518-529.

- Susniene, D., & Jurkauskas, A. (2009). The concepts of quality of life and happiness– correlation and differences. **Engineering Economics**, 63(3), 1-15.
- Ting, K.-s. (2011). Research on the influence of organizational culture and organizational restructuring on organizational performance: Taking old folks nursing organization in Taiwan as an example. **The Journal of Human Resource and Adult Learning**, 7(2), 96-109.
- Trevor, C. O., & Nyberg, A. J. (2008). Keeping your headcount when all about you are losing theirs: Downsizing, voluntary turnover rates, and the moderating role of HR practices. **Academy of Management Journal**, 51(2), 259-276.
- Ugboro, I. O. (2016). Influence of managerial trust on survivors' perceptions of job insecurity and organizational commitment in a post restructuring and downsizing environment. **Journal of Behavioral and Applied Management**, 4(3), 1077-1096.
- Ur Rehman, W., & Naeem, H. (2012). The impact of downsizing on the performance of survived employees: A case study of Pakistan. **African Journal of Business Management**, 6(7), 2429-2434.
- Wang, H.-j., Lu, C.-q., & Siu, O.-l. (2015). Job insecurity and job performance: The moderating role of organizational justice and the mediating role of work engagement. **Journal of applied psychology**, 100(4), 1249-1258.
- Wiezer, N., Nielsen, K., Pahkin, K., Wierszal-Bazyl, M., de Jong, T., Mattila-Holappa, P., & Mockallo, Z. (2011). **Exploring the link between restructuring and employee well-being**: Työterveyslaitos.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: an introductory analysis** (3rd ed.). New York Harper and Row.
- Zopiatis, A., Constanti, P., & Theocharous, A. L. (2014). Job involvement, commitment, satisfaction and turnover: Evidence from hotel employees in Cyprus. **Tourism Management**, 41, 129-140.

ผลกระทบของภาวะผู้นำในฐานะตัวแปรคั่นกลางในความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ และประสิทธิภาพของทีมงาน: กรณีศึกษาของพนักงานซูเปอร์มาเก็ต

ชาลินี ปลุกผลงาม¹

ธัญญกร ชินวงศ์²

พัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล³

ชเนตติ พุ่มพฤษ⁴

Received 21 March 2022

Revised 2 April 2022

Accepted 11 April 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาวะผู้นำในบทบาทตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและประสิทธิภาพของทีมงาน ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 365 คน จากการสุ่มแบบเจาะจง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานโดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองโครงสร้างภาวะผู้นำและผู้ตามส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ต มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า Chi-square/df มีค่าเท่ากับ 2.491 GFI มีค่าเท่ากับ 0.973 AGFI มีค่าเท่ากับ 0.929 CFI มีค่าเท่ากับ 0.973 NFI มีค่าเท่ากับ 0.965 และ RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.064 และพบว่า ภาวะผู้นำและผู้ตามส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ต และผลการศึกษายืนยันว่าภาวะผู้นำมีบทบาทในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและประสิทธิภาพของทีมงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 92

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตาม ประสิทธิภาพของทีมงาน

¹ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ เลขที่ 55/56 หมู่ 7 ซอยสามมิตร ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
อีเมล: chalineepld@gmail.com

² ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ บริษัท โปรโนวา แลบบอราทอรีส์ จำกัด เลขที่ 88 หมู่ที่ 7 ตำบลบึงทองหลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12150
อีเมล: thanatyakorn.chi@gmail.com

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต เลขที่ 52/347 หมู่บ้านเมืองเอก ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000
อีเมล: pashatai.c@rsu.ac.th

⁴ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เลขที่ 96 ปรีดี พนมยงค์ ตำบลประตู่ชัย อำเภอพระนครศรีอยุธยา
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13000 อีเมล: chanattee.m@gmail.com

THE MEDIATION EFFECT OF FOLLOWERSHIP IN THE RELATIONSHIP BETWEEN LEADERSHIP AND TEAM PERFORMANCE: A CASE OF SUPERMARKET EMPLOYEES

Chalinee Plukphonngam¹
Thanatyakorn Chinnavong²
Phathatai Jaruthapolnukul³
Chanattee Poompurk⁴

Abstract

The objectives of this research were to study the mediation effect of followership in the relationship between leadership and team performance. Which studied with employees in the supermarket business. Questionnaire was used to collect data from a sample of 365 people with the purposive sampling technique. Data analysis employed descriptive analysis including frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypothesis testing employed structural equation modelling (SEM).

The result indicated that the structural equation modelling of leadership and followership affects the efficiency of the team central food retails' gained goodness of fit model with Chi-square/df (2.491), GFI (0.973), AGFI (0.929) CFI (0.973), NFI (0.965), RMSEA (0.064). In addition, the result also indicated that leadership and followership affect the efficiency of the team at the statistically significant level as of 0.05 with 92 percent of prediction power.

Keywords: Leadership, Followership, Team Performance

¹ Faculty of Business Administration, Suvarnabhumi Institute of Technology, 55/56 Moo7 Soi Samitr, namgdang-bangphli, Bangphliyai, Bangphli, Samut Prakan 10540 Thailand Email: chalineephed@gmail.com

² Human Resources Department, Pronova Laboratories Company Limited., 88 Moo 7 Bungthonglang, Lumlukka, Pathumthani 12150 Thailand Email: thanatyakorn.chi@gmail.com

³ Faculty of Business Administration, Rangsit University, 52/347 Muang-Ake Phaholyothin Road, Lak-Hok Muang, Pathumthani 12000 Thailand Email: pashatai.c@rsu.ac.th

⁴ Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, 96, Pridi Banomyong Rd., Pratu Chai, Phranakhon Sri Ayutthaya 13000 Thailand Email: chanattee.m@gmail.com

บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศเนื่องจากมีบทบาทในการกระจายสินค้าการจ้างงาน รวมทั้งส่งผลกระทบต่อภาคครัวเรือนจากการเป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าอาหารและของใช้ในชีวิตประจำวันให้กับผู้บริโภคชั้นสุดท้ายและสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (วชรวิช รามอินทรา, 2561) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีก จากมูลค่าของธุรกิจค้าปลีกประเภทสินค้าและบริการในปี พ.ศ.2561 มีมูลค่ากว่า 8 แสนล้านบาท (สุรางคณา วายุภาพ, 2561) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของประเทศได้เป็นอย่างดี

ร้านค้าปลีกที่พัฒนาเป็นห้างสรรพสินค้าเป็นแห่งแรก คือ ห้างเซ็นทรัลเทรดดิ้ง ในช่วงธุรกิจค้าปลีกในยุคเฟื่องฟู ผสมผสานกับเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วทำให้เซ็นทรัลประสบความสำเร็จอย่างสูง และได้พัฒนาเซ็นทรัลฟู้ด รีเทล จากการควบรวมกิจการของซูเปอร์มาร์เก็ตของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลและโรบินสันเข้าด้วยกัน เมื่อ พ.ศ. 2537 ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 เซ็นทรัลฟู้ด รีเทล ได้ทำการซื้อกิจการ ท็อปส์ ทั้งหมด 46 สาขา จากรอยัล เอโซลด์ เพื่อสร้างซูเปอร์มาร์เก็ตของคนไทย (Thai SMEs Center, 2562) รวมถึงแตกสาขาใหม่ที่เน้นจัดการรูปแบบการทำงานที่เน้นการทำงานเป็นทีมให้มีการประสานงานร่วมกัน ทำให้ต้องอาศัยผู้นำในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จทำให้ภาวะผู้นำถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพในการทำงานจากการกระตุ้นหรือจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติตามเป้าหมายที่กำหนด นอกจากนี้พนักงานระดับหัวหน้าและระดับปฏิบัติการถือเป็นบุคลากรจะต้องแสดงภาวะผู้ตามที่ดีพร้อมที่จะแสดงบทบาทเชิงรุก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญของระบบการทำงานร่วมกันเป็นทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นว่า ประสิทธิภาพของทีมงานที่นำพาองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จต้องอาศัยภาวะผู้นำและผู้ตามของบุคลากรทุกคนเพื่อให้เกิดการเกื้อหนุน ร่วมแรงร่วมใจ ซึ่งกันและกัน อีกทั้งยังต้องมีการติดต่อสื่อสารที่ดี มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน เหตุนี้ทำให้คณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาภาวะผู้นำและผู้ตามที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทีมงานพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการบุคลากรในการสร้างภาวะผู้นำและผู้ตามที่มีประสิทธิภาพและนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ

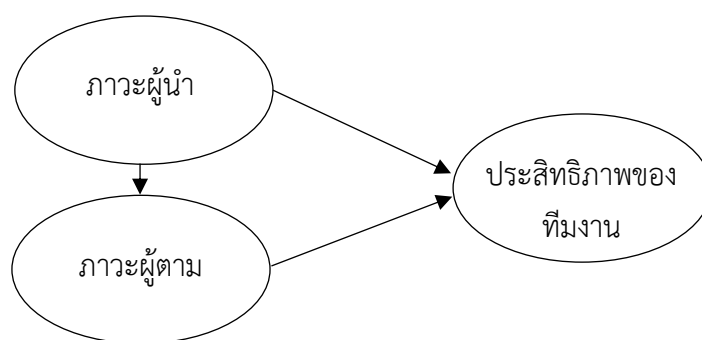
วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาภาวะผู้นำและผู้ตามที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานและศึกษาบทบาทของภาวะผู้ตามในฐานะตัวแปรคั่นกลางของความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและประสิทธิภาพทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต

สมมติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต
2. ภาวะผู้นำส่งผลต่อภาวะผู้ตามของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต
3. ภาวะผู้ตามส่งผลต่อประสิทธิภาพทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาร์เก็ต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการทำงานของทีมงานและรูปแบบของการแสดงออกพฤติกรรมของผู้นำและผู้ตามให้มีความเหมาะสมเพื่อใช้เป็นบรรทัดฐานในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของทีมงานจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ
2. เพื่อเป็นข้อมูลให้กับองค์การในการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานของผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและมีจุดมุ่งหมายในการทำงานในทิศทางเดียวกันจึงส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการทำงานของทีม
3. ผลการวิจัยนี้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปประกอบการวิจัยหรือใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมแนวคิดทฤษฎีในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบภาวะผู้นำรูปแบบภาวะผู้ตามและประสิทธิภาพของทีมงาน

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการของบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลหรือกลุ่มคนคล้อยตาม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งคุณสมบัติพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการสร้างภาวะผู้นำ คือ ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ที่ช่วยสร้างบารมีให้ผู้ตามรักใคร่ ชื่นชม ยอมรับ นับถือ และยินดีที่ปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ (ซูชาติ อาริจิตรา นุสรณ์, 2551) นอกจากนี้ยังสามารถจูงใจผู้ตาม โดยการสร้างแรงบันดาลใจ และคอยสนับสนุน ส่งเสริมการทำงานของผู้ตามให้มีมุมมองการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ ที่ท้าทาย จากวิสัยทัศน์และคุณธรรม (Welch, 2008) ซึ่งในทัศนะของ Blake and Mouton (1981) ที่ได้จำแนกรูปแบบภาวะผู้นำ ด้วยตาข่ายการบริหาร (Managerial Grid) ประดับด้วย 2 มิติ ได้แก่ มุ่งคน และมุ่งงาน นำมาแบ่งออกเป็น 9 ช่อง ผลที่ได้สามารถจำแนกออกได้ 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งต่ำ มุ่งคนต่ำ (Impoverished) หมายถึง ผู้นำที่ไม่สนใจทั้งคนและงาน และมีการบริหารงานแบบเฉื่อยชา เป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพน้อยที่สุด
2. รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งคน (Country Club) หมายถึง ผู้นำที่มุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์กับบุคคล โดยการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ตามด้วยความเป็นมิตร แต่ไม่ได้มุ่งไปที่ผลผลิตของงาน
3. รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน (Task-Oriented) หมายถึง ผู้นำที่มุ่งเน้นความสำเร็จของงาน โดยไม่คำนึงถึงความต้องการของผู้ตาม

4. รูปแบบภาวะผู้นำแบบทำงานเป็นทีม (Team) หมายถึง ผู้นำที่มุ่งเน้นทั้งคนและงาน มักจะทำงานร่วมกันเป็นทีม ให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน และทำให้ผู้ตามผูกพันกับงานที่ทำและองค์การเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

5. รูปแบบภาวะผู้นำแบบทางสายกลาง (Middle of The Road) หมายถึง ผู้นำที่ให้ความสนใจกับคนและงานอย่างสมดุลในระดับปานกลาง ซึ่งจะแสดงสถานภาพคงเดิม ไม่ปรารถนาการเปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ John C. Maxwell ผู้เชี่ยวชาญด้านความเป็นผู้นำ ได้อธิบายการพัฒนาภาวะผู้นำไว้ 5 ระดับ (ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร, 2564) ได้แก่ 1) การพัฒนาภาวะผู้นำระดับที่หนึ่ง: ผู้นำโดยตำแหน่ง (Position) 2) การพัฒนาภาวะผู้นำระดับที่สอง: ผู้นำโดยอาศัยความสัมพันธ์ (Permission) 3) การพัฒนาภาวะผู้นำระดับที่สาม: ผู้นำที่มีผลงาน (Production) 4) การพัฒนาภาวะผู้นำระดับที่สี่: พัฒนาบุคคลให้ขึ้นเป็นผู้นำ (People Development) และ 5) การพัฒนาภาวะผู้นำระดับที่ห้า: ผู้นำที่ได้รับความเคารพอย่างสูงสุด (Pinnacle)

ภาวะผู้ตาม

ผู้ตาม หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ปฏิบัติงานในองค์การที่มีศักยภาพ โดยปฏิบัติการกิจร่วมกับบุคคลอื่นในองค์การ และให้การสนับสนุน ช่วยเหลือแก่ผู้นำให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ (สามารถ อัยกร, ประภัสสร ดาเวสเรษฐ, สายป่าน จักขุจินดา และชาญชัย ศุภวิจิตรพันธุ์, 2560) โดย Kelley (1992) ได้แบ่งคุณลักษณะของผู้ตามที่ตรงข้ามกันสองด้าน ได้แก่ ความอิสระ-ความคิดสร้างสรรค์ (Independent-critical Thinking) คือ ผู้ตามที่จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จจะทำงานด้วยความรอบครอบ เสนอแนะความคิดสร้างสรรค์ ขอบริเริ่มวิธีการหรือสิ่งใหม่ ๆ และความผูกพันอย่างกระตือรือร้น (Dependent-uncritical Thinking) คือ ผู้ตามที่ต้องการพึ่งพาอาศัยผู้อื่น ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ ปฏิบัติงานตามคำสั่งหรือทำตามเท่านั้น นอกจากนี้ องค์การจำเป็นต้องสร้างทักษะทรงพลังแก่บุคคลที่เป็นผู้ปฏิบัติงาน หรือเรียกว่า Power skills ซึ่งนับทักษะพื้นฐานความอยู่รอดและความสุขของมนุษย์ (มัญญา สิงห์สุขสวัสดิ์, 2564) ที่ทำให้สามารถเผชิญกับเรื่องที่ยากลำบากได้ดีกว่า ณ เวลาแห่งการทำงานบุคคลต้องพัฒนาทักษะที่เรียกว่า Soft Skills หรือ Power Skills ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะทางเทคนิคต่าง ๆ หรือ Hard Skills ให้กับบุคลากรในองค์กรไปในเวลาเดียวกัน (อภิวรรณ ปุณญฤทธิ์, 2564)

ประสิทธิภาพของทีมงาน

ประสิทธิภาพของทีมงาน หมายถึง ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตจากการทำงานเป็นทีม และความสามารถของกลุ่มในการทำงานร่วมกัน ที่จะต้องอาศัยความสามัคคีรวมพลังในการทำงาน โดยเริ่มตั้งแต่ผู้บริหาร หัวหน้างาน จนถึงพนักงานในทุกระดับ อีกทั้งยังต้องสนับสนุนให้การทำงานเป็นทีมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Wageman, Hackman & Lehman, 2005; กิตติทัช เขียวฉะอ้อน และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) โดยมีองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงาน การมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ การสื่อสารกันอย่างเปิดเผย การกระจายความเป็นผู้นำ และการตัดสินใจร่วมกัน (Paker, 1990) อีกประการสำคัญหนึ่งของประสิทธิภาพของทีมงาน (ปารวี สยัดพานิช, 2562) ยังเกี่ยวข้องกับการทำงานที่ได้ผลผลิตหรือผลลัพธ์ตามที่ต้องการ โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ประหยัด เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม ทั้งนี้ต้องมีการลดขั้นตอนและเวลาในการปฏิบัติงานเพื่ออำนวยความสะดวกและลดภาระค่าใช้จ่ายด้วย อย่างไรก็ตามหัวใจสำคัญของประสิทธิภาพของทีมงานนั้นเกิดขึ้นได้จากการการทำงานด้วยระบบทีม (สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สระแก้ว, 2564) ได้แก่ 1) มีเป้าหมายเดียวกัน มุ่งมั่น ร่วมแรงร่วมใจบรรลุเป้าหมายให้ได้ 2) มีระบบการทำงานที่ชัดเจน ทุกคนรู้หน้าที่ที่ปฏิบัติภารกิจให้ดีที่สุด 3) สามัคคีให้ความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลผลักดันกันและกัน 4) ชื่นชมความสำเร็จร่วมกันร่วมภาคภูมิใจด้วยกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่เป็นพนักงานประจำของบริษัทในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตแห่งหนึ่งและทำงานอยู่ในสาขาที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนพนักงานโดยรวมประมาณ 2,800 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่ได้รับการตอบกลับจำนวน 365 คน จึงนำมาพิจารณาความเหมาะสมในการใช้สถิติสมการโครงสร้าง โดยพิจารณาจากขนาดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่าต่อตัวแปรสังเกตได้จำนวน 10 ตัวแปรได้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 คน (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) จึงถือว่าจำนวนตัวอย่างทั้ง 365 คนเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำ 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้ตาม 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพของทีมงาน ซึ่งใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ โดยแปลผลช่วงคะแนนความคิดเห็นตามแบบความกว้างอันตรภาคชั้น (Class Interval)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยใช้การวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่า IOC มากกว่า .7 ขึ้นไปทุกข้อคำถาม และการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง .782 – .901 ซึ่งมีค่ามากกว่า .7 ถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตตา วานิชย์บัญชา, 2558)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) ซึ่งนำมาวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผู้วิจัยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 โดยใช้เกณฑ์การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองตามเกณฑ์ของ Hair, et al. (2010) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์ที่ยอมรับได้
p-value of Chi-square	> 0.05
Chi-square/df	≤ 3.000
GFI	≥ 0.90
AGFI	≥ 0.80
CFI	≥ 0.90
NFI	≥ 0.90
RMSEA	≤ 0.08

ที่มา: Hair, et al. (2010)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน (ร้อยละ 58.63) อายุ 26 - 30 ปี จำนวน 98 คน (ร้อยละ 26.85) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 176 คน (ร้อยละ 48.22) และมีอายุงาน 6 - 10 ปี จำนวน 117 คน (ร้อยละ 32.05)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะผู้นำ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อรูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งคนมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 รองลงมา รูปแบบภาวะผู้นำแบบทำงานเป็นทีม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และน้อยที่สุด รูปแบบภาวะผู้นำแบบมุ่งงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ตามลำดับ

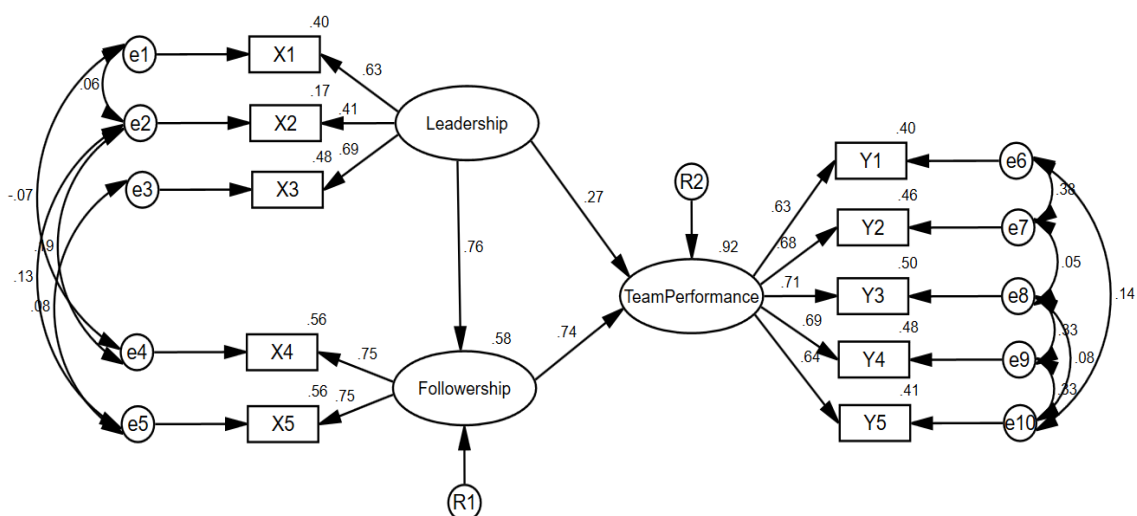
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลภาวะผู้ตาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้ตามในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อด้านความอิสระและความคิดสร้างสรรค์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.59 และด้านความผูกพันอย่างกระตือรือร้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพของทีมงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของทีมงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อด้านการกำหนดภารกิจและเป้าหมายของทีมงานมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 รองลงมา ด้านการมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 ด้านการสื่อสารกันอย่างเปิดเผย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ด้านการตัดสินใจร่วมกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และน้อยที่สุด ด้านการกระจายความเป็นผู้นำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน



ภาพที่ 2 แสดงการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ตารางที่ 2 แสดงผลการปรับความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองตามคำแนะนำของดัชนีการปรับโมเดล (Modification Index)

ดัชนีความสอดคล้อง	เกณฑ์ที่ยอมรับได้	ก่อนปรับ	หลังปรับ
Chi-square	-	158.993	52.307
df	-	32	21
p-value of Chi-square	> .05	.00	.00
Chi-square/df	≤ 3.000	4.969	2.491
GFI	≥ .90	.913	.973
AGFI	≥ .80	.851	.929
CFI	≥ .90	.911	.978
NFI	≥ .90	.892	.965
RMSEA	≤ .08	.104	.064

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แบบจำลองโครงสร้างภาวะผู้นำและผู้ตามที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ต มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่า Chi-square/df มีค่าเท่ากับ 2.491 ซึ่งมากกว่า 3.000 GFI มีค่าเท่ากับ .973 ซึ่งมากกว่า .90 AGFI มีค่าเท่ากับ .929 ซึ่งมากกว่า .80 CFI มีค่าเท่ากับ .973 ซึ่งมากกว่า 0.90 NFI มีค่าเท่ากับ .965 ซึ่งมากกว่า .90 และ RMSEA มีค่าเท่ากับ .064 ซึ่งน้อยกว่า .08

โดยภาวะผู้นำ (DE = 0.27) และผู้ตาม (DE = 0.74) ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 92 และภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ของ พนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตผ่านภาวะผู้ตาม (IE = 0.56) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แบบจำลองโครงสร้างภาวะผู้นำและผู้ตามที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยภาวะผู้นำและผู้ตามส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงาน ของ พนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นผลกระทบที่สำคัญของภาวะผู้นำและผู้ตาม ที่เป็นเสมือนแกนหลักขององค์การในการขับเคลื่อนองค์การสู่ความสำเร็จ จากการบริหารการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการประสานงานร่วมมือร่วมใจ รู้จักสามัคคีซึ่งกันและกัน ซึ่งภาวะผู้นำในรูปแบบที่มุ่งเน้นการทำงานแบบทีมมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากผู้นำให้ความเป็นกันเองแก่ผู้ตามด้วยความเป็นมิตร มีทักษะในการบริหารงาน เน้นการเปิดโอกาส รับฟังความคิดเห็นของผู้ตาม นอกจากนี้ยังสามารถจูงใจผู้ตามด้วยการมุ่งเน้นที่คน ทำให้ผู้ตามเกิดความพึงพอใจ พร้อมทั้งจะเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคร่วมกับผู้ตาม อีกทั้งมุ่งเน้นไปที่เป้าหมายของงานที่มีการวางมาตรฐานไว้เป็นอย่างดีจากการชี้แจงและอธิบายวิธีการปฏิบัติงานและปฏิบัติตนให้อยู่ในกรอบและขอบเขตของกฎระเบียบและวัฒนธรรมองค์การสอดคล้องกับงานวิจัยของ Santos, Caetano and Tavares (2015) ที่พบว่า ผู้นำมีผลต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของทีมงานตามบทบาทหน้าที่ของผู้นำ ซึ่งผู้นำมีหน้าที่บูรณาการเอกลักษณ์ความแตกต่างของอัตลักษณ์ทางสังคมของที่บุคคลในทีมงานที่แตกต่างกัน

จะช่วยอำนวยความสะดวกในการผลิตและสร้างสรรค์เพื่อสร้างประสิทธิภาพอย่างสุดความสามารถ (Epitropaki, Kark, Mainemelis & Lord, 2017)

นอกจากนี้ภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิภาพของทีมงานของพนักงานในธุรกิจซูเปอร์มาเก็ตผ่านภาวะผู้ตาม เนื่องจากผู้ตามเป็นบุคคลซึ่งมีบทบาทอำนาจหน้าที่โดยชอบด้วยตำแหน่งงาน ทำให้ผู้ตามจะต้องยินยอมและรับฟังคำสั่งของผู้นำอย่างเคร่งครัด ดังนั้นผู้นำจะบริหารผู้ตามในทีมงานที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันสูงด้วยความเข้าใจ และอยู่ในขอบข่ายที่ตนพึงจะปฏิบัติ โดยการให้อิสระแก่ผู้ที่มีความสามารถพิเศษ (Talent) ในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถคิดวิเคราะห์ หรือทดลอง เพื่อแก้ไขปัญหา เสริมจุดแข็งให้แก่ทีมงาน ซึ่งเป็นกลยุทธ์การบริหารแบบวางเฉย ส่วนบุคคลที่มีลักษณะผูกพันจะต้องให้ความดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดเหมือนฝ่ายสนับสนุนที่มีความกระตือรือร้นช่วยเหลือผู้อื่น เพื่อให้เกิดการซึมซับในสิ่งใหม่ ๆ และรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของทีมมากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thomas, Martin and Riggio (2013) ที่พบว่าผู้นำมีอิทธิพลต่อกระบวนการปฏิบัติงานของผู้ตามและทีม เนื่องจากผู้ตามนั้นมีความคิดอย่างมีวิจารณญาณและความกระตือรือร้น ซึ่งมีสมรรถนะการทำงานด้วยทักษะ ความรู้ และอุปนิสัยที่สอดคล้องกับตำแหน่ง ซึ่งภาวะผู้นำที่มุ่งงานสูงและมุ่งสัมพันธ์ปานกลางจะสามารถดึงดูดศักยภาพการปฏิบัติงานของผู้ตามได้มากที่สุด (มณฑิรา อินจาย และเฉลิมชัย ปัญญาดี, 2013)

อย่างไรก็ตามความสอดคล้องอีกประการหนึ่งจากการศึกษาเรื่องภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตาม และอิทธิพลกำกับของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ (กุลตรียา ไชยพร และ กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2564) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ศึกษา 1) ภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตาม และความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร 2) ภาวะผู้นำ และภาวะผู้ตาม ที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร 3) อิทธิพลกำกับของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตามและความผูกพันต่อองค์การ ประชากร คือ บุคลากรที่เป็นพนักงานประจำในระดับปฏิบัติการของบริษัทผู้ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนบุคลากรกลุ่มตัวอย่าง 219 คน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงبارมี ภาวะผู้นำการกระตุ้นทางปัญญา และภาวะผู้ตามแบบเอาตัวรอดส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร และพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีอิทธิพลกำกับระหว่างภาวะผู้นำและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร ผลการวิจัยยังพบอีกว่าการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมีอิทธิพลกำกับระหว่างภาวะผู้ตามและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร ซึ่งเหล่านี้นำไปสู่ผลต่อพนักงานในด้านสำคัญ (ผูกพัน ภาวะผู้นำ และภาวะผู้ตาม) (กุลตรียา ไชยพร และ กฤษดา เขียววัฒนสุข, 2564) ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ด้านผลตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งด้านเวลา และด้านคุณภาพ สำหรับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในด้านความต้องการที่จะบรรลุผลสำเร็จต่อเป้าหมายที่ท้าทาย และด้านความต้องการที่จะบรรลุผลสำเร็จเพื่อเป็นที่ยอมรับหรือชื่นชม ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งด้านเวลา ด้านคุณภาพ และด้านปริมาณ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. ผู้บริหารองค์การควรนำผลการวิจัยนี้ไปพัฒนาทีมงานขององค์การให้มีองค์ประกอบที่สำคัญทั้งผู้นำและผู้ตามโดยเน้นไปที่รูปแบบที่พึงประสงค์จากการนำของผู้นำที่มุ่งเน้นรูปแบบการทำงานเป็นทีมจะต้องเข้าใจวิธีการติดต่อประสานงาน สร้างความสามัคคี เป็นหนึ่งเดียวกันของทีมงาน นอกจากนี้ยังต้องอาศัยการมุ่งเน้นที่คนและงานอย่างสมดุลเพื่อสร้างให้เกิดความพึงพอใจและประสิทธิภาพของทีม

2. ผู้บริหารองค์การควรนำผลการวิจัยนี้ไปต่อยอดพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ตามในทีมงานที่มีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้เสนอแนะแนวทางการทำงานร่วมกัน เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร

ด้วยการบูรณาการจากภายในสู่ภายนอกที่มุ่งเน้นดึงศักยภาพที่ซ่อนเร้นในบุคคลของมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผู้บริหารองค์การควรจัดให้มีกิจกรรมหรือการเฉลิมฉลองร่วมกันเพื่อสร้างความกลมเกลียวเป็นกันเองระหว่างผู้นำและผู้ตามในทีมงาน ที่จะทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันเหมือนวัฒนธรรมองค์การแบบเครือญาติที่มุ่งเน้นการรับผิดชอบต่อส่วนร่วม และใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น

4. ผู้บริหารองค์การควรนำผลการวิจัยนี้สร้างผู้นำและผู้ตามที่เข้มแข็ง ให้พร้อมทั้งการและใจในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการให้มีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ขององค์การ เพื่อสร้างองค์การที่มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเจาะลึกลงไปในรูปแบบภาวะผู้นำรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งเพื่อจะสร้างและพัฒนาทีมงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหรือช่วงวิกฤติ

2. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรต่อยอดด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาผู้บริหาร หัวหน้างาน และพนักงาน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและสามารถสรุปผลที่เข้าถึงระดับอารมณ์ความรู้สึกของผู้นำและผู้ตามในการสร้างประสิทธิภาพของทีมงาน

3. ควรมีการศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบจากการติดตามการประเมินผลในความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำและประสิทธิภาพทีม: กรณีศึกษาของพนักงานซูเปอร์มาร์เก็ต

4. ควรมีการศึกษาทบทวนของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการซูเปอร์มาร์เก็ตสอดคล้องตามบริบทความต้องการของภาคประชาสังคมและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.

กิตติทัช เขียวฉะอ้อน และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การทำงานเป็นทีมสู่การเพิ่มประสิทธิผลในการทำงาน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 355-370.

กุลตรียา ไชยพร และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). ภาวะผู้นำ ภาวะผู้ตาม และอิทธิพลกำกับของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ. วารสารการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 8(1), 50-64.

ชูชาติ อาริจิตราอนุสรณ์. (2551). ภาวะผู้นำ (Leadership). วารสารเทคนิคการแพทย์และกายภาพบำบัด, 20(3), 162-164.

ปารวี สยัตพานิช. (2562). การสร้างทีมให้มีประสิทธิภาพงานจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล.

ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2564). รูปแบบการพัฒนาคุณธรรมในองค์กร. สืบค้นจาก <http://thachang-nyk.go.th/UserFiles/File/041158/Kunatum.pdf>

ผกาทิพย์ บัวพงษ์ และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของนักวิจัยในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. วารสารสมาคมนักวิจัย, 26(1), 179-194.

- มณฑิรา อินจ่าย และเฉลิมชัย ปัญญาดี. (2013). ภาวะผู้ตามในผู้นำ: พหุกรณีศึกษาจากผู้บริหารสมรรถนะสูงขององค์การธุรกิจไทย. *วารสารวิทยาลัยนเรศวร*, (Special Issue), 47-58.
- มัณฑุภา สิงห์สุขสวัสดิ์. (2564). *Future skills ทักษะแห่งอนาคตหลังยุคโควิด*. กรุงเทพฯ : บริษัท เดอะสแตนดาร์ด จำกัด
- วชรวิช งามอินทรา. (2561). *ธุรกิจค้าส่งค้าปลีกถูกรุก “ปรับตัว เพื่ออยู่รอด” : กรณีศึกษาธุรกิจค้าส่งค้าปลีกในภาคใต้*. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย
- สามารถ อัยกร, ประภัสสร ดาวะเศรษฐ์, สายป่าน จักขุจินดา และชาญชัย ศุภวิจิตรพันธุ์. (2560). บทบาทของผู้ตามในคุณลักษณะภาวะผู้ตามแบบมีประสิทธิภาพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 9(1), 195-203.
- สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สระแก้ว. (2564). *สร้างทีมงาน (Team Work) ให้มีศักยภาพเพื่อการทํางานระบบทีม (Teamwork) ที่มีประสิทธิภาพ* (เอกสารการบรรยาย). สระแก้ว : สำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สระแก้ว.
- สุรางคณา วายุภาพ. (2561). *E-Commerce Trend 2562*. สืบค้นจาก https://www.etda.or.th/app/webroot/content_files/13/files/20190131_Day3_CEO_V09.02.pdf
- อภิวัฒน์ ปุญญฤทธิ์. (2564). *Power Skills ทักษะทรงพลังแห่งศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ : นิตยสาร FORBES THAILAND.
- Blake, R. R., & Mouton, J. S. (1981). Management by grid principles or situationism: Which?. *Group & Organization Studies*, 6(4), 439-455.
- Epitropaki, O., Kark, R., Mainemelis, C., & Lord, R. G. (2017). Leadership and followership identity processes: A multilevel review. *The Leadership Quarterly*, 28(1), 104-129.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7thed.), Prentice Hall.
- Kelley, R. E. (1992). *The power of followership*. New York: Doubleday.
- Parker, G. M. (1990). *Team players and team work: The new competitive business strategy*. San Francisco, Calif: Jossey-Bass.
- Santos, J. P., Caetano, A., & Tavares, S. M. (2015). Is training leaders in functional leadership a useful tool for improving the performance of leadership functions and team effectiveness?. *The Leadership Quarterly*, 26(3), 470-484.
- Thai SMEs Center. (2562). *ส่องรายได้ Tops Supermarket*. สืบค้นจาก <http://www.thaismescenter.com/ส่องรายได้-tops-supermarket/>
- Thomas, G., Martin, R., & Riggio, R. E. (2013). Leading groups: Leadership as a group process. *Group Processes and Intergroup Relation*, 16(1), 3-16.
- Wageman, R., Hackman, J.R., & Lehman, E. (2005), Team diagnostic survey: development of an instrument. *Journal of Applied Behavioral Science*, 41(4), 373-398.
- Welch, J. (2008). The best teams are emotional literate. *Industrial and Commercial Training*, 35(4), 168-171.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rded.). New York: Harperand Row.

การเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรม และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

อัฐพงษ์ ชีระคานนท์¹

กิงกาญจน์ มูลเมือง²

เสียง บัวไหล³

Received 7 February 2022

Revised 24 April 2022

Accepted 26 April 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ วัตถุประสงค์เพื่อที่จะเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยทำการศึกษาเก็บข้อมูลจากข้อมูลที่มีปรากฏในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการดำเนินกิจกรรมในกลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เทคโนโลยี ทรัพยากร บริการ สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม และ อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง จำนวน 100 บริษัท โดยเก็บข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2559

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยประกอบไปด้วยกลุ่มบริษัทจดทะเบียน ระดับบรรษัทภิบาล และสัดส่วนผู้ถือหุ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ สัดส่วนผู้ถือหุ้นรายย่อย และสัดส่วนผู้ถือหุ้นรายใหญ่ และตัวแปรการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม (Fair Value) ประกอบไปด้วย การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน และจำนวนค่าในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม มีความสัมพันธ์และให้ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ประกอบไปด้วย ขนาดของมูลค่ากิจการ (ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด) และความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผู้ที่จะนำเอาผลการศึกษาไปใช้จำเป็นศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม

คำสำคัญ : การเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตลาดการลงทุนทางเลือกแห่งประเทศไทย

^{1 2 3} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

อีเมล: ¹ attapong_t@rmutt.ac.th ² kingkan.m@rmutt.ac.th ³ hiang.b@rmutt.ac.th

COMPARISON BETWEEN THE DISCLOSURE OF POLICIES FOR FAIR VALUE MEASUREMENTS AND FIRMS PERFORMANCE OF LISTED COMPANIES IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND (SET) AND THE MARKET FOR ALTERNATIVE INVESTMENT OF THAILAND (MAI)

Attapong Teerakanon¹

Kingkan Moonmuang²

Hiang Bualai³

Abstract

The objective of this research is to compare the Disclosure of policies for fair value measurements between companies listed on the Stock Exchange of Thailand and MAI stock exchange of Thailand. By studying and collecting data from data available on the SET Stock Exchange and in the MAI market that have activities in agriculture and food industry, technology, resources, services, consumer products Industrial products, and real estate and construction of 100 companies. By collecting data recorded in 2015 - 2016.

The study found that factors include group of listed companies Corporate Governance Level And the proportion of shareholders Which is divided into 2 parts which are the proportion of minority shareholders and the proportion of major shareholders And the variables of the fair value disclosure include the selection of accounting policies for land Building and equipment Selecting accounting policies for investment properties And the number of words in revealing the fair value There is a relationship and the performance of a listed company consists of the size of the business value (closing price at the end of the period) and the ability to make a profit. (Return on Equity (ROE), Return on Assets (ROA)), vary significantly. The person who will use the results of this study will need to study other variables.

Keywords: Disclosure of Policies for Fair Value Measurements, Stock Exchange of Thailand (SET), Market for Alternative Investment of Thailand (MAI)

^{1 2 3} Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani 12110 Thailand

Email: ¹ attapong_t@rmutt.ac.th ² kingkan.m@rmutt.ac.th ³ hiang.b@rmutt.ac.th

บทนำ

การรายงานข้อมูลทางการเงินของกิจการถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ลงทุน ผู้ให้กู้ยืมเงิน และเจ้าหนี้อื่นทั้งในปัจจุบันและอนาคต เพื่อใช้ข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจที่เกี่ยวกับกิจการ เช่น ผู้ลงทุนจะนำข้อมูลทางการเงินมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อคำนวณผลตอบแทนที่ได้รับและพึงจะได้รับในอนาคตจากการลงทุน หรือผู้ให้กู้ยืมเงินเช่นสถาบันการเงินจะนำข้อมูลทางการเงินมาเพื่อวิเคราะห์ความสามารถของกิจการในการจ่ายชำระหนี้และดอกเบี้ยในอนาคต นอกจากนี้ยังมีผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินของกิจการกลุ่มอื่นในการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เป็นประโยชน์ ดังนั้นมาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 1 เรื่อง การนำเสนองบการเงิน จึงได้มีการกำหนดให้กิจการต้องนำเสนองบการเงินฉบับสมบูรณ์ ที่มีข้อมูลดังต่อไปนี้ งบแสดงฐานะการเงิน ณ วันสิ้นงวด งบกำไรขาดทุนและงบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับงวด งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของเจ้าของสำหรับงวด งบกระแสเงินสดสำหรับงวด และหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการบัญชีที่สำคัญ และข้อมูลหรือคำอธิบายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข้อมูลนั้น

สำหรับการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงินที่นำเสนอ นั้นพบว่ากิจการส่วนใหญ่ใช้การวัดมูลค่าและนำเสนอข้อมูลด้วยราคาทุนเดิม (Historical Cost) ซึ่งเป็นราคาที่วัดมูลค่าสินทรัพย์และหนี้สินของกิจการ ณ วันแรกที่เกิดรายงานนั้น แม้ว่าจะมีนโยบายบัญชีหรือแนวปฏิบัติในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงินภายหลังให้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงราคาของสินทรัพย์ เช่น การคิดค่าเสื่อมราคา การประมาณหนี้สงสัยจะสูญ หรือการแสดงมูลค่าสินค้าคงเหลือด้วยราคาทุนหรือมูลค่าสุทธิที่จะได้รับแล้ว แต่จำนวนใดจะต่ำกว่า เป็นต้น แต่โดยภาพรวมพบว่ากิจการนำเสนอข้อมูลในองค์ประกอบของงบการเงินยังคงมีการใช้วิธีการวัดมูลค่าที่หลากหลายตามที่มาตรฐานการบัญชีได้ตั้งสมมติฐานขึ้นมา

หากพิจารณาถึงวิกฤตการเงินระดับประเทศหรือระดับโลกที่ผ่านมา พบว่าผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินเรียกร้องให้การรายงานข้อมูลทางการเงินนั้นควรวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงินที่สามารถสะท้อนให้เห็นฐานะการเงินที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด จนทำให้คณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Accounting Standard Board: IASB) และคณะกรรมการมาตรฐานการบัญชีของสหรัฐอเมริกา ประเทศ (Financial Accounting Standard Board: FASB) มีการพิจารณาทบทวนมาตรฐานการบัญชีที่เกี่ยวกับการวัดมูลค่ายุติธรรม (Fair Value Accounting) ดังนั้น IASB และ FASB จึงได้ร่วมกันเพื่อพิจารณากำหนดมาตรฐานและปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีในเรื่องการวัดมูลค่ายุติธรรมของสินทรัพย์ หนี้สิน และตราสารทุนที่กิจการเป็นผู้เสนอขาย นอกจากนี้ได้มีการกำหนดทางเลือกให้กิจการสามารถวัดมูลค่าสินทรัพย์ หนี้สิน และตราสารทุนด้วยมูลค่ายุติธรรม เช่น อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน สินทรัพย์ทางชีวภาพ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินได้รับข้อมูลทางการเงินที่สะท้อนสภาพการณ์ปัจจุบันของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าและทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

สำหรับประเทศไทย สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการจัดทำมาตรฐานการบัญชีของไทย (Thailand Financial Reporting Standards: TFRS) ที่ผ่านมาตรฐานการบัญชีของไทยได้ปรับปรุงและเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชีระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRS) โดยเฉพาะการจัดทำมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 เรื่อง การวัดมูลค่ายุติธรรม (Fair Value Measurement) (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความซับซ้อนและกำหนดวิธีการวัดมูลค่ายุติธรรมที่มีการกล่าวถึงในแต่ละมาตรฐานการบัญชีให้มีมาตรฐานการวัดแบบเดียวกันนอกจากนี้ยังปรับปรุงแนวทางการเปิดเผยข้อมูลการวัดมูลค่ายุติธรรมให้มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมขององค์ประกอบของงบการเงินและทำการเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อเป็นแนวทางให้กับกิจการที่สนใจใช้เป็นแนวทางในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมขององค์ประกอบของงบการเงินต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมในงบการเงินฉบับสมบูรณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ
2. เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจำแนกตามกลุ่มบริษัทจดทะเบียนการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม ระดับบรรษัทภิบาลและสัดส่วนผู้ถือหุ้นกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

สมมติฐานในการวิจัย

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัย มีสมมติฐานของการวิจัยดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ระดับบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

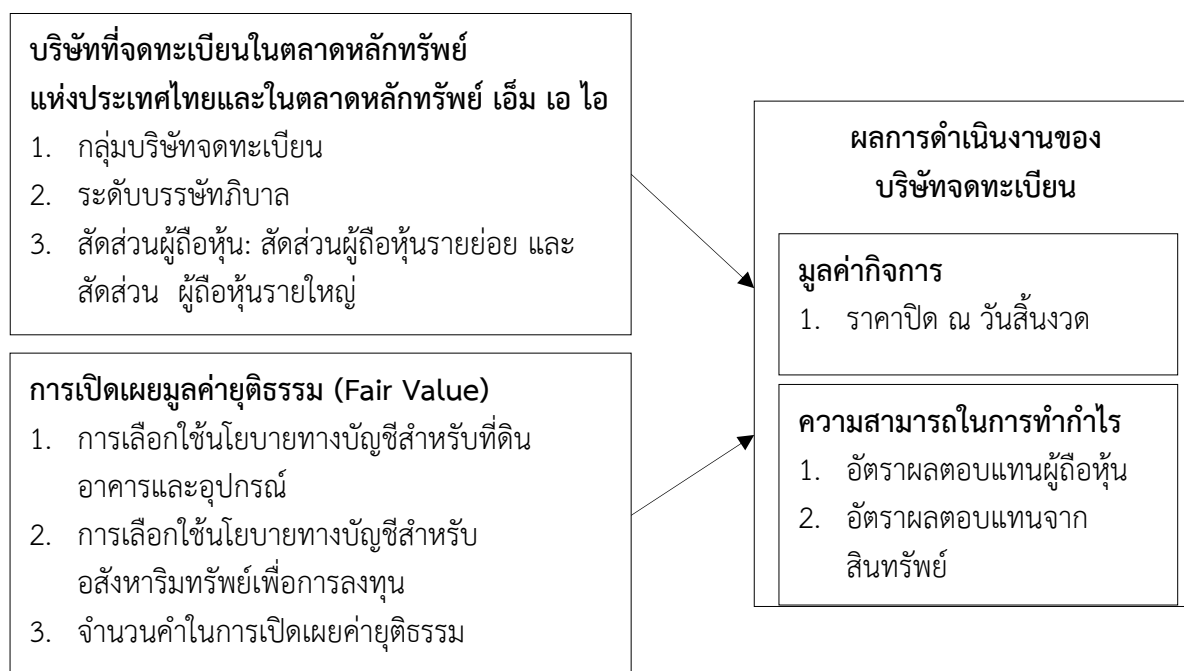
สมมติฐานที่ 3 สัดส่วนผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

สมมติฐานที่ 4 การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 จำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของกิจการ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวัดมูลค่ายุติธรรม (Fair Value Measurement)

มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 เรื่องการวัดมูลค่ายุติธรรมได้กำหนดให้มูลค่ายุติธรรมหมายถึง ราคาที่จะได้รับการขายสินทรัพย์ หรือจะจ่ายเพื่อโอนหนี้สินในรายการที่เกิดขึ้นในสภาพปกติระหว่างผู้ร่วมตลาด ณ วันที่วัดมูลค่ายุติธรรม (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) เทคนิคที่ใช้ในการวัดมูลค่ายุติธรรมให้เลือกใช้ตามความเหมาะสมของเหตุการณ์หรือสถานการณ์และความพอเพียงของข้อมูล โดยให้น้ำหนักอ้างอิงข้อมูลที่เกี่ยวข้องที่สามารถสังเกตได้จากตลาด (Relevant Observable Inputs) เป็นหลัก แล้วจึงทำการอ้างอิงข้อมูลที่ไม่สามารถสังเกตได้จากตลาด (Unobservable Inputs) โดยให้ใช้ข้อมูลนี้ให้น้อยที่สุด

การใช้มูลค่ายุติธรรมสำหรับกำหนดนโยบายการบัญชี ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำรายการที่กิจการต้องเปิดเผยโดยใช้เทคนิคการวัดมูลค่ายุติธรรมมาใช้ในการวัดมูลค่าและเปิดเผยข้อมูล 2 รายการ คือ

(1) ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) กำหนดให้กิจการต้องรับรู้ต้นทุนของรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์เป็นสินทรัพย์เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กิจการจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากรายการนั้นและกิจการ

สามารถวัดมูลค่าต้นทุนของรายการนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือและได้กำหนดให้กิจการรับรู้ต้นทุนเริ่มแรกของรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ด้วยการวัดมูลค่าสินทรัพย์โดยใช้ราคาทุน

สำหรับการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรก กิจการต้องเลือกใช้นโยบายการบัญชีโดยใช้วิธีราคาทุนหรือวิธีการตีราคาใหม่ และเมื่อกิจการเลือกใช้นโยบายการบัญชีใดแล้วต้องใช้นโยบายการบัญชีนั้นกับรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทุกรายการที่จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน การเลือกใช้นโยบายการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกด้วยวิธีราคาทุนนั้นกิจการต้องแสดงรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์นั้นด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสมของสินทรัพย์ สำหรับกรณีที่กิจการเลือกใช้นโยบายการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกด้วยวิธีการตีราคาใหม่ กิจการต้องสามารถวัดมูลค่ายุติธรรมได้อย่างน่าเชื่อถือ (ดูมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 เรื่องการวัดมูลค่ายุติธรรม) กิจการต้องแสดงรายการดังกล่าวด้วยราคาที่ตีใหม่ คือ มูลค่ายุติธรรม ณ วันที่มีการตีราคาใหม่หักด้วยค่าเสื่อมราคาสะสมและผลขาดทุนจากการด้อยค่าสะสมที่เกิดขึ้นในภายหลัง กิจการต้องตีราคาสินทรัพย์ใหม่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้แน่ใจว่ามูลค่าตามบัญชีจะไม่แตกต่างจากมูลค่ายุติธรรม ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงานอย่างมีสาระสำคัญ

(2) อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 40 เรื่อง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) กำหนดให้กิจการต้องรับรู้ต้นทุนของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่กิจการเป็นเจ้าของเป็นสินทรัพย์เมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ที่กิจการจะได้รับประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตจากอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนและกิจการสามารถวัดมูลค่าต้นทุนของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนนั้นได้อย่างน่าเชื่อถือและได้กำหนดให้กิจการรับรู้ต้นทุนเริ่มแรกของรายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนด้วยการวัดมูลค่าสินทรัพย์โดยใช้ราคาทุน

กิจการเลือกใช้นโยบายภายหลังการรับรู้รายการอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนได้ 2 วิธี คือ

(1) วิธีมูลค่ายุติธรรม หลังจากรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรกแล้วกิจการที่เลือกใช้วิธีมูลค่ายุติธรรมต้องวัดมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนทั้งหมดด้วยมูลค่ายุติธรรม การมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมแล้วปรากฏว่าเกิดผลกำไรหรือขาดทุนที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงมูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนในกำไรหรือขาดทุนในงวดที่เกิดขึ้น กรณีไม่สามารถวัดมูลค่ายุติธรรมได้อย่างน่าเชื่อถือ กรณีนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อรายการซื้อขายทางการตลาดที่เทียบเคียงได้ไม่เกิดขึ้นบ่อยและการวัดมูลค่ายุติธรรมด้วยวิธีอื่นไม่สามารถจัดทำได้ หากกิจการกำหนดว่ามูลค่ายุติธรรมของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่อยู่ในระหว่างการก่อสร้างนั้นไม่สามารถวัดมูลค่าได้อย่างน่าเชื่อถือ แต่กิจการคาดว่าจะสามารถประมาณมูลค่ายุติธรรมได้อย่างน่าเชื่อถือเมื่อการก่อสร้างนั้นเสร็จสิ้น กิจการต้องวัดมูลค่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่อยู่ในระหว่างการก่อสร้างนั้นด้วยวิธีราคาทุนจนกระทั่งสามารถวัดมูลค่ายุติธรรมได้อย่างน่าเชื่อถือ

(2) วิธีราคาทุน หลังจากการรับรู้รายการเมื่อเริ่มแรก กิจการที่เลือกใช้วิธีราคาทุนต้องวัดมูลค่าของอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 5 เรื่อง สินทรัพย์ไม่หมุนเวียนที่ถือไว้เพื่อขายและการดำเนินงานที่ยกเลิกหากเข้าเงื่อนไขการจัดประเภทเป็นสินทรัพย์ที่ถือไว้เพื่อขาย (หรือรวมอยู่ในกลุ่มสินทรัพย์ที่จำหน่ายซึ่งจัดประเภทเป็นถือไว้เพื่อขาย) หรือตามมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 16 เรื่อง สัญญาเช่า หากถือครองโดยผู้เช่าเป็นสินทรัพย์สิทธิการใช้ และตามแนวทางที่กำหนดไว้ในมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ในเรื่องวิธีราคาทุนสำหรับในกรณีอื่น ๆ ทั้งหมด

การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน : ความสามารถในการทำกำไร (Financial Ratios analysis : (Profitability) เป็นเครื่องมือที่ผู้ลงทุนใช้ในการวิเคราะห์และประเมินฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้จากงบการเงินที่ผ่านมาของบริษัท โดยผู้วิเคราะห์อาจนำอัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเทียบกับอัตราส่วนในอดีตที่ผ่านมา หรือเทียบกับบริษัทอื่นที่เป็นคู่แข่งหรืออาจเทียบกับค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมนั้น ๆ

อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio) เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งที่จะช่วยให้สามารถประเมินฐานะทางการเงินและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจได้ดีกว่าตัวเลขข้อมูลดิบที่แสดงไว้ในงบการเงิน โดยอัตราส่วนทางการเงินก็คือ การนำรายการในงบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุน ที่มีส่วนสัมพันธ์กันมาทำเป็นสัดส่วนเปรียบเทียบกันแล้วทำให้สามารถตีความหมายของงบการเงินนั้นได้มากขึ้น

ในการประเมินผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของธุรกิจ ผู้วิเคราะห์ทางการเงินจำเป็นต้องอาศัยเครื่องมืออย่างหนึ่ง เรียกว่า อัตราส่วน (Ratio) หรือ ดัชนี (Index) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของข้อมูลทางการเงินโดยนำข้อมูลทางการเงินมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์มีความชำนาญและประสบการณ์ในการวิเคราะห์ทางการเงิน เพื่อที่จะทำให้เข้าใจฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ดี

จากแนวความคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ratio) หมายถึง แนวคิดในการนำข้อมูลผลการดำเนินงานต่าง ๆ ในงบการเงินของธุรกิจ มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายการต่าง ๆ ในรูปแบบของอัตราส่วนทางการเงิน เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลสามารถนำไปวิเคราะห์ความสามารถในการดำเนินธุรกิจของกิจการ อัตราส่วนทางการเงินที่ใช้เป็นเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์และประเมินฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน ประสิทธิภาพ และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทได้จากงบการเงิน โดยอัตราส่วนทางการเงินที่ใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการวิเคราะห์และตัดสินใจลงทุน

อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไรเป็นอัตราส่วนที่วัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ การวิเคราะห์อาจใช้ทั้งกำไรขั้นต้น หรือกำไรสุทธิ เทียบกับสินทรัพย์หรือส่วนของเจ้าของ อัตราส่วนที่นักวิเคราะห์นิยมใช้ ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น (Gross Profit margin) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return on Assets) อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น (Return on Equity) กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earnings per Share of Common Stock)

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน โดยใช้ขนาดมูลค่ากิจการด้านราคาปิด ณ วันสิ้นงวด และอัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร ได้แก่ อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนส่วนของผู้ถือหุ้น

จากงานวิจัยของ สุมาลี เอกพล สมเกียรติ ฉายพระพักตร์ และกิตติมา ทางนะที (2562) ได้ศึกษาเปรียบเทียบวิธีการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์กับผลการดำเนินงานในอนาคตของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า มูลค่าของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ที่วัดมูลค่าด้วยวิธีการตีราคาใหม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญและค่าความสัมพันธ์ของตัวแบบทดสอบของกลุ่มบริษัทที่ใช้วิธีการตีราคาใหม่มีค่ามากกว่าค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มบริษัทที่ใช้วิธีราคาทุน

อัญชลี พิพัฒน์เจริญ และศิลปะพร ศรีจันเพชร (2560) การตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับธรรมาภิบาล คุณภาพกำไร และผู้สอบบัญชี พบว่า การกำกับดูแลกิจการและคุณภาพของกำไรเป็นปัจจัยที่มีผลต่ออัตราส่วนผลตอบแทนของหุ้นในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล สำหรับปัจจัยอื่นไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับอัตราส่วนผลตอบแทนของหุ้น

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อเปรียบเทียบการเปิดเผยนโยบายสำหรับการวัดมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่มีมูลค่าตามราคาตลาด (Market Capitalization) สูงสุด 50 บริษัทแรก ยกเว้นหลักทรัพย์กลุ่มธนาคาร เงินทุนหลักทรัพย์ เนื่องจากมีลักษณะโครงสร้างเงินทุนแตกต่างจากกลุ่มหลักทรัพย์อื่น ดังนั้นบริษัทจดทะเบียนตามเงื่อนไขที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 100 บริษัท จัดเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2558 - 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างบริษัทจดทะเบียนด้วยวิธีคัดเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และจัดทำแบบบันทึกข้อมูลเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานประจำปีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้จัดตั้งทีมงานเพื่อทำการเก็บข้อมูลตัวแปรที่ต้องการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่

1. จากระายงานประจำปีฉบับภาษาไทยจากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (<http://www.setsmart.com>) และเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (<https://market.sec.or.th>)
2. รายงานการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนจากเว็บไซต์ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (<https://thai-iod.com>)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ในการทดสอบสมมุติฐานนั้น ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลโดยใช้สถิติการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ แบบ Enter

สำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) แบบ Enter นั้น ข้อมูลที่นำมาใช้จะต้องผ่านเกณฑ์ข้อตกลงเบื้องต้นก่อน กล่าวคือ ตัวแปรตามต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นแบบเส้นตรง ตัวแปรไม่มีความคลาดเคลื่อนในการวัด (Non Autocorrelation) และตัวแปรทำนายทั้งหมดต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่ำหรือ ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) ซึ่งต้องมีค่าสหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.8 (Neter, Wasserman, & Kutner, 1989 อ้างใน O'brien, 2007)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม (Fair Value) และผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 100 บริษัท สามารถสรุปโดยมีรายละเอียดดังนี้

จำนวนของกลุ่มบริษัทจดทะเบียน พบว่า เป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 50 และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 50 ตามลำดับ

ระดับบรรษัทภิบาล พบว่า ในปี 2559 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.88 ขณะที่ระดับบรรษัทภิบาล ในปี 2558 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.89 ตามลำดับ

สัดส่วนผู้ถือหุ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อย ของปี 2558 - 2559 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 18.69 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 85.22 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 43.96 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 15.02 ขณะที่ค่าเฉลี่ยสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 5 อันดับแรก ของปี 2558 - 2559 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 15.87 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 89.132 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 57.56 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 15.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความถี่ และร้อยละการเลือกใช้นโยบายบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
วิธีราคาทุน	82	82.0
วิธีการตีราคาใหม่	18	18.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ มีบริษัทเลือกใช้วิธีราคาทุน 82 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 82 ขณะที่บริษัทเลือกใช้วิธีการตีราคาใหม่ 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความถี่ และร้อยละการเปิดเผยนโยบายบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ไม่เปิดเผยนโยบาย	51	51.0
วิธีราคาทุน	38	38.0
วิธีมูลค่ายุติธรรม	11	11.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน มีบริษัทที่ไม่เปิดเผยข้อมูลการเลือกใช้นโยบาย 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 51 บริษัทเลือกใช้วิธีราคาทุน 38 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38 และเลือกใช้วิธีมูลค่ายุติธรรม 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมจำแนกตามจำนวนค่าว่ามูลค่ายุติธรรมในหมายเหตุประกอบงบการเงิน

จำนวนนับค่า	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ปี 2559	3	159	42.46	30.87
ปี 2558	3	134	42.79	28.25
เฉลี่ยรวม	3	137	43.00	29.00

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวนค่าในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม ค่าเฉลี่ยรวม มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 3 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 137 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 43.00 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 29.00

ขนาดมูลค่ากิจการด้านราคาปิด ณ วันสิ้นงวด พบว่า ค่าเฉลี่ยราคาตลาด (ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด): บาท ของปี 2558 - 2559 มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.51 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 478.00 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 29.94 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 64.63

ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น พบว่า ค่าเฉลี่ยอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น (ROE) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -208.00 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 74.88 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.52 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 32.49

ความสามารถในการทำกำไรด้านอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ พบว่า ค่าเฉลี่ยอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (ROA) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -111.27 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 35.77 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.82 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 17.52

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจำแนกตามกลุ่มบริษัทจดทะเบียน

กลุ่ม	ผลการดำเนินงาน	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig.
MAI	ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด	4.72	5.30	0.75	-4.220	49.388	0.000
SET		55.16	84.35	11.93			
MAI	อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	-3.88	40.03	5.66	-3.366	98.000	0.001
SET		16.93	17.59	2.49			
MAI	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	1.23	22.47	3.18	-2.699	98.000	0.008
SET		10.40	8.50	1.20			

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างกัน จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แตกต่างกัน เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มากกว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างระดับบรรษัทภิบาลและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

ผลการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์
ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด	.310**	0.000	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	.193**	0.000	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	.156**	0.000	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 ระดับบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยมี ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.310 0.196 และ 0.156 ตามลำดับ ซึ่งมีทิศทางความสัมพันธ์เดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบอิทธิพลของสัดส่วนผู้ถือหุ้นที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

ผลการดำเนินงาน	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	SEE	Beta				Tolerance	VIF
ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด								
(Constant)	-138.086	23.633			-5.843	0.000		
Free float	1.568	0.249	0.392		6.288	0.000	0.344	2.908
TOP 5	1.693	0.239	0.441		7.080	0.000	0.344	2.908
R = 0.261; R Square = 0.068; Adjusted R Square = 0.066 ; S.E.E. = 57.39; Sig. = .000; F = 25.508								
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น								
(Constant)	-9.877	13.304			-0.742	0.458		
Free float	0.027	0.140	0.012		0.193	0.847	0.344	2.908
TOP 5	0.262	0.135	0.125		1.943	0.052	0.344	2.908
R = 0.115; R Square = 0.013; Adjusted R Square = 0.010 ; S.E.E. = 32.31; Sig. = .010; F = 4.659								
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์								
(Constant)	4.428	6.943			0.638	0.524		
Free float	-0.089	0.073	-0.078		-1.215	0.225	0.344	2.908
TOP 5	0.090	0.070	0.082		1.283	0.200	0.344	2.908
R = 0.152; R Square = 0.023; Adjusted R Square = 0.020 ; S.E.E. = 16.86; Sig. = .010; F = 8.210								

สมมติฐานที่ 3 สัดส่วนผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากตารางที่ 6 พบว่า สัดส่วนผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เนื่องจาก ค่า sig. น้อยกว่า 0.05

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่า สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยและสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 5 อันดับแรกมีผลต่อราคาปิด ณ วันสิ้นงวดโดยมีค่าอิทธิพลในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.392 และ 0.441 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยและสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 5 อันดับแรกไม่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจำแนกตามการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

นโยบายทางบัญชี	ผลการดำเนินงาน	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	t	df	Sig.
ราคาทุน	ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด	33.32	67.06	2.90	2.689	90.268	0.009
วิธีตีราคาใหม่		12.15	8.34	0.64			
ราคาทุน	อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	9.98	25.43	2.81	2.318	98.000	0.023
วิธีตีราคาใหม่		-9.20	52.39	12.35			
ราคาทุน	อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	7.46	14.01	1.55	2.026	98.000	0.045
วิธีตีราคาใหม่		-1.64	27.93	6.58			

สมมติฐานที่ 4 การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างจากตารางที่ 7 พบว่า การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แตกต่างกันเนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจำแนกตามการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

ผลการดำเนินงาน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด	Between Groups	43230.732	2	21615.366	6.362	0.002
	Within Groups	1005644.539	296	3397.448		
	Total	1048875.271	298			
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	Between Groups	22932.582	2	11466.291	6.503	0.002
	Within Groups	521916.580	296	1763.232		
	Total	544849.162	298			
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	Between Groups	6142.152	2	3071.076	5.871	0.003
	Within Groups	154828.567	296	523.069		
	Total	160970.719	298			

สมมติฐานที่ 5 การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ แตกต่างจาก ตารางที่ 8 พบว่า การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แตกต่างกันเนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05

ตารางที่ 9 ผลทดสอบความสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างจำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

ผลการดำเนินงาน	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ทิศทางความสัมพันธ์
ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด	.205**	0.004	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญ
อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น	0.070	0.325	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ
อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์	0.019	0.793	ทิศทางความสัมพันธ์เดียวกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 6 จำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากตารางที่ 9 พบว่า จำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนด้านขนาดของมูลค่ากิจการด้านราคาปิด ณ วันสิ้นงวด เนื่องจากมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 โดยมีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.205 ซึ่งมีทิศทางความสัมพันธ์เดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในขณะที่จำนวนคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ เนื่องจากมีค่า Sig. มากกว่ากว่า 0.05 ซึ่งมีทิศทางความสัมพันธ์เดียวกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบคุณภาพของการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมระหว่างบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ นั้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมในงบการเงินฉบับสมบูรณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

จากการศึกษาการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมในงบการเงินฉบับสมบูรณ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์วิธีราคาทุน จำนวน 82 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 82 ขณะที่บริษัทเลือกใช้วิธีการตีราคาใหม่ จำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน พบว่า มีบริษัทที่ไม่เปิดเผยข้อมูลการเลือกใช้นโยบาย จำนวน 51 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 51 บริษัทเลือกใช้วิธีราคาทุน จำนวน 38 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 38 และเลือกใช้วิธีมูลค่ายุติธรรม จำนวน 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ นอกจากนี้ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีการเปิดเผยคำในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรม พบว่า ค่าเฉลี่ยรวม มีค่าต่ำสุดเท่ากับ 3 มีค่าสูงสุดเท่ากับ 137 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 43.00 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 29.00 ตามลำดับ หากพิจารณาผลการศึกษพบว่าที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ส่วนใหญ่เลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนด้วยวิธีราคาทุน เนื่องจากการเลือกใช้นโยบายวิธีมูลค่ายุติธรรมทำให้บริษัท

มีต้นทุนการได้มาสูงกว่าวิธีราคาทุน การจัดทำรายงานทางการเงินจึงต้องพิจารณาข้อจำกัดด้านต้นทุนของข้อมูลการเงินที่มีประโยชน์ สอดคล้องกับแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2562) ที่กล่าวว่า ต้นทุนเป็นข้อจำกัดในวงกว้างของข้อมูลที่ได้จากการรายงานทางการเงิน การรายงานข้อมูลการเงินมีต้นทุน จึงมีความสำคัญที่ต้นทุนนั้นต้องคุ้มกับผลประโยชน์ของการรายงานข้อมูลนั้น ดังนั้นการเลือกใช้นโยบายใดจึงขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้บริหารว่าต้นทุนที่จ่ายไปคุ้มกับประโยชน์ที่ได้รับจากการรายงานข้อมูลหรือไม่

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนจำแนกตามกลุ่มบริษัทจดทะเบียน การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และการเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

จากการศึกษากลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แตกต่างกัน โดยกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์มากกว่าบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีขนาดของกิจการและโครงสร้างเงินทุนมากกว่ากลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เอ็ม เอ ไอ

การเลือกใช้นโยบายทางบัญชีสำหรับที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ และนโยบายทางบัญชีสำหรับอสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุนที่แตกต่างกันมีผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุมาลี เอกพล สมเกียรติ ฉายพระพักตร์ และกิตติมา ทางนะที (2562) ที่ศึกษาและพบว่า มูลค่าภายหลังการรับรู้รายการของที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ทั้งกลุ่มที่เลือกใช้นโยบายการวัดมูลค่าด้วยวิธีการตีราคาใหม่กับกลุ่มที่เลือกใช้วิธีราคาทุนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในอนาคตกล่าวคือ กลุ่มบริษัทที่เลือกใช้นโยบายการวัดมูลค่าด้วยวิธีการตีราคาใหม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานในอนาคตได้ถึง 21% แตกต่างกับกลุ่มบริษัทที่เลือกใช้นโยบายการวัดมูลค่าด้วยวิธีราคาทุนที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานในอนาคตได้เพียง 15.40%

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับบรรษัทภิบาล สัดส่วนผู้ถือหุ้น และจำนวนค่าในการเปิดเผยค่าธุรกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับบรรษัทภิบาล สัดส่วนผู้ถือหุ้น และจำนวนค่าในการเปิดเผยค่าธุรกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน พบว่าระดับบรรษัทภิบาลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ นั้นหมายถึงบริษัทที่มีระดับบรรษัทภิบาลที่ดีมักทำให้ผลการดำเนินการและผลตอบแทนดีเช่นกันสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี พิพัฒน์เจริญ และศิลาเพชร ศรีจันทะพร (2560) ที่ศึกษาและพบว่า บริษัทที่มีธรรมาภิบาลและมีการกำกับดูแลกิจการที่ดีย่อมส่งผลให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกับบริษัท

สัดส่วนผู้ถือหุ้นมีผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ ราคาปิด ณ วันสิ้นงวด อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และเมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรพบว่าสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยและสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 5 อันดับแรกมีผลต่อราคาปิด ณ วันสิ้นงวด ขณะที่สัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายย่อยและสัดส่วนการถือหุ้นของผู้ถือหุ้นรายใหญ่ 5 อันดับแรกไม่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

สำหรับจำนวนค่าในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนด้านขนาดของมูลค่ากิจการด้านราคาปิด ณ วันสิ้นงวด ในขณะที่จำนวนค่าในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ จากผลการศึกษาดังกล่าวพบว่า สัดส่วนของผู้ถือหุ้นและจำนวนค่าในการเปิดเผยมูลค่ายุติธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับอัตราผลตอบแทนผู้ถือหุ้นและอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การเลือกใช้นโยบายการบัญชีที่สำคัญมีผลต่อการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้เสีย กิจการจึงต้องให้ความสำคัญกับการเลือกใช้นโยบายการบัญชีที่สะท้อนการรายงานข้อมูลทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงและตรงกับวัตถุประสงค์ที่กิจการต้องการรายงานข้อมูลทางการเงิน การใช้นโยบายที่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงถือเป็นการรายงานข้อมูลที่ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ทราบข้อมูลที่แท้จริงของกิจการแต่ต้องคำนึงถึงต้นทุนการได้มาและความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียหลักของกิจการ

เอกสารอ้างอิง

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2550). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS**. กรุงเทพฯ ฯ: วี. อินเตอร์ พรินท์.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). **กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน**. สืบค้นจาก <http://www.tfac.or.th/Article/Detail/94713>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). **มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับที่ 13 เรื่อง การวัดมูลค่ายุติธรรม**. สืบค้นจาก <http://www.tfac.or.th/Article/Detail /94713>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). **มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 16 เรื่อง ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์**. สืบค้นจาก <http://www.tfac.or.th/Article/Detail/94713>
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). **มาตรฐานการบัญชี ฉบับที่ 40 เรื่อง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน**. สืบค้นจาก <http://www.tfac.or.th/Article/Detail/94713>
- สุมาลี เอกพล สมเกียรติ ฉายพระพักตร์ และกิตติมา ทางนะที. (2562). การศึกษาเปรียบเทียบวิธีการวัดมูลค่าภายหลังการรับรู้รายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์กับผลการดำเนินงานในขนาดของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 8(1), 29-42.
- อัญชลี พิพัฒน์เจริญ และศิลปะพร ศรีจันเพชร. (2560). การตอบสนองของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกับธรรมาภิบาล คุณภาพกำไร และผู้สอบบัญชี. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 13(40), 22-31.
- O'brien, R. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. **Quality & Quantity**, 41(5), 673-690.
- Perara M.H.B and Matthew MR (1996), **Accounting theory and Development Australia**, International Thomson Publishing Company.
- Unegbu, A. O. (2014). **Theories of Accounting: Evolution & Developments. Income-Determination and Diversities in Use**. arXiv preprint.
- Wolk, H. I., Dodd, J. L., & Rozycki, J. J. (2008). **Accounting theory: conceptual issues in a political and economic environment (Vol. 2)**. Sage.

ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมและความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงาน ของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว

อุมาวลี ศรีบุญถือ¹

Received 29 January 2022

Revised 24 April 2022

Accepted 27 April 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมและความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้คือ การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจ โดยแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรวิชาชีพด้านโรงแรมและที่พัก ตำแหน่งพนักงานบริการ ส่วนหน้า จำนวน 400 คน และบุคลากรวิชาชีพสาขาการเดินทางด้านตัวแทนท่องเที่ยวและบริษัททัวร์ จำนวน 400 คน สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ในรูปแบบของโมเดลสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า สมรรถนะโดยทั่วไป สมรรถนะที่เกี่ยวกับหน้าที่ การรับรู้วัตถุประสงค์ การรับรู้คุณสมบัติและปัจจัยผลักดันและดึงดูด มีผลกระทบทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ประชาคมอาเซียน นอกจากนี้สมรรถนะโดยทั่วไป สมรรถนะที่เกี่ยวกับหน้าที่ การรับรู้วัตถุประสงค์ และการรับรู้คุณสมบัติ มีผลกระทบทางอ้อมต่อความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ประชาคมอาเซียนผ่านความพร้อมของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: ความพร้อม ความตั้งใจในการเคลื่อนย้ายแรงงาน บุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว ประชาคมอาเซียน สมรรถนะ ข้อตกลงยอมรับร่วมกัน

¹ คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เลขที่ 39 หมู่ที่ 1 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110
อีเมล: umawasee_s@rmutt.ac.th

FACTORS AFFECTING READINESS AND INTENTION FOR LABOR MOBILITY OF TOURISM PROFESSIONALS

Umwasee Sriboonlue¹

Abstract

The purpose of this research was to study the factors affecting readiness and intention for labor mobility of tourism professionals toward the ASEAN Community. The research methodology was the quantitative research using survey as a research instrument. The questionnaires were distributed to 400 professional hotel staffs who work in front office positions and 400 professional travel agencies and tour operations. Descriptive statistics used in quantitative data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Due to hypothesis testing, inferential statistics used were Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The quantitative research results revealed that generic competencies, functional competencies, perceived objective, perceived qualification, and push and pull factors statistically had significant direct effects on intention for labor mobility toward the ASEAN Community. Besides, generic competencies, functional competencies, perceived objective, and perceived qualification had significant indirect effects on intention for labor mobility toward the ASEAN Community through readiness of tourism professionals at a significance level of 0.01.

Keywords: Readiness, Intention for Labor Mobility, Tourism Professionals, ASEAN Community, Competencies, Mutual Recognition Arrangements (MRAs)

¹ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani 12110 Thailand
Email: umwasee_s@rmutt.ac.th

Introduction

The Association of Southeast Asian Nations, or ASEAN, was established in 1967 with aims and purposes as to accelerate the economic growth, social progress, and cultural development, to promote regional peace and stability, active collaboration, and mutual assistance in various fields, to provide assistance of training and research facilities in the educational, professional, technical, and administrative spheres, to collaborate on utilization of agriculture and industries, the expansion of trade, the improvement of transportation and communications facilities, and the raising of the living standards, and lastly to maintain cooperation with existing organizations (Association of Southeast Asian Nations, 2021; ASEAN-Thailand Secretariat, Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs of Thailand, 2019). ASEAN Economic Community (AEC) establishment in 2015 set purposes to be a stable single market and production based, a competitive region, an equally developed region and is integrated into the global economy (Department of International Trade Negotiations, Ministry of Commerce, 2018).

Tourism industry plays an essential role in ASEAN economic growth by generating large national revenues and being a main sector for employment in service business. Tourism significantly generates economic development across the ASEAN regions. Statistical numbers of foreign visitor arrivals to all ASEAN countries showed that it has been rapidly increasing to approximately 143 million visitors in 2019 comparing to only 81 million visitors in 2011. In 2020 under the COVID-19 pandemic all over the world, there was still 29 million visitors visited ASEAN countries (Association of Southeast Asian Nations, 2021). ASEAN Economic Community (AEC) marked an important milestone in ASEAN economic integration agenda in several key achievements, but one highlight related to workforce was the adoption of common frameworks, standards, and mutual cooperation in various professional areas (ASEAN-Thailand Secretariat, Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs of Thailand, 2019). ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA-TP) proposed key objectives as to facilitate mobility of tourism professionals, to exchange information on best practices in competency-based education and training for tourism professionals, and to provide opportunities for cooperation and capacity building across ASEAN countries. (The Official Investment Promotion Website of the Association of Southeast Asian Nations, 2021)

To provide services under the same standard throughout the region, the service providers should have essential competencies related to work tasks to prepare and build readiness and competitiveness for tourism professionals. Therefore, the researcher would like to study the effects of core competencies, generic competencies, functional competencies, perceived objective, perceived benefit, and perceived qualification of Mutual Recognition Arrangements (MRAs) for ASEAN tourism professionals, push and pull factors on readiness of tourism professionals and intention for labor mobility toward the ASEAN Community.

Research Objective

To study the factors affecting readiness and intention for labor mobility of tourism professionals toward the ASEAN Community.

Conceptual Framework

The conceptual research framework was drawn as follows:

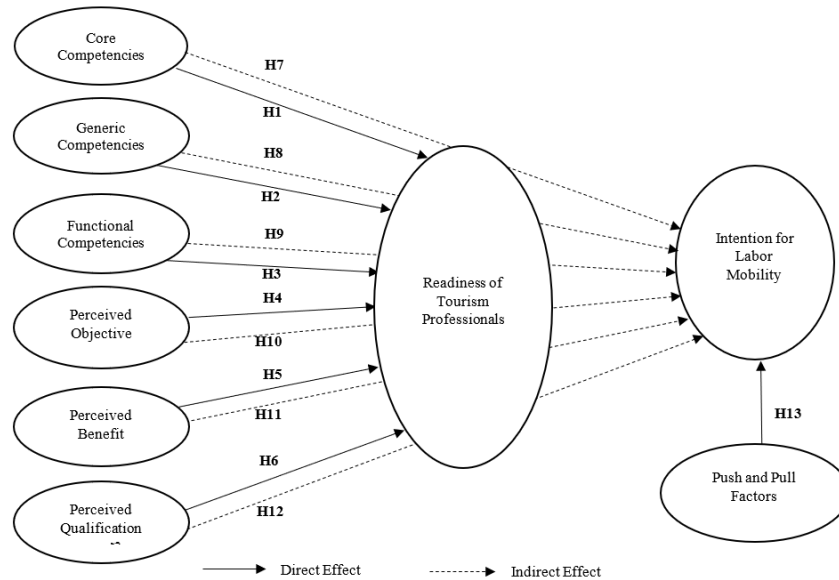


Figure 1 Conceptual Framework

Hypotheses

The research hypotheses could be written as follows:

- H1: Core competencies significantly affect intention for labor mobility.
- H2: Generic competencies significantly affect intention for labor mobility.
- H3: Functional competencies significantly affect intention for labor mobility.
- H4: Perceived objective significantly affect intention for labor mobility.
- H5: Perceived benefit significantly affect intention for labor mobility.
- H6: Perceived qualification significantly affect intention for labor mobility.
- H7: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between core competencies and intention for labor mobility.
- H8: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between generic competencies and intention for labor mobility.
- H9: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between functional competencies and intention for labor mobility.
- H10: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between perceived objective and intention for labor mobility.
- H11: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between perceived benefit and intention for labor mobility.

H12: Readiness of tourism professionals plays a mediating role in the relationship between perceived qualification and intention for labor mobility.

H13: Push and pull factors significantly affect intention for labor mobility.

Literature Reviews

ASEAN Mutual Recognition Arrangements

Mutual Recognition Arrangements (MRAs) are the framework arrangements established to support facilitating the mobility of skilled labors in ASEAN Economic Community. MRAs also coordinate among member states to adopt and establish best practices on standards and qualifications in each MRA. ASEAN Mutual Recognition Arrangements consist of 8 areas on Engineering Services (2005), Nursing Services (2006), Architectural Services (2007), Surveying Qualifications (2007), Dental Practitioners (2009), Medical Practitioners (2009), Tourism Professionals (2012), and Accountancy Services (2014) (The Official Investment Promotion Website of the Association of Southeast Asian Nations, 2021). MRAs are used for the recognition of inspections, testing, certification, and approvals issued by qualified conformity assessment of eligibility among member states (ASEAN Consultative Committee on Standards and Quality, 2021).

ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals: ASEAN MRA-TP

ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA-TP) was signed by ASEAN Tourism Ministers in November 2012. ASEAN MRA-TP is one of ASEAN's initiatives designed to enable the mobility of employment for skilled tourism labors across the ASEAN region and to exchange information on best practices in competency-based education and training for tourism professionals. Moreover, the MRA-TP is used to enhance competitiveness of the tourism sector in ASEAN. To be eligible to work in a host country, all certification procedures and qualifications will be subjected to prevailing domestic laws and regulations (Association of Southeast Asian Nations, 2018).

ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals (ACCSTP) was a framework drawn from the minimum common competency standards in terms of the knowledge, skills, and attitude (competence) that should be widely used among ASEAN countries to allow tourism professionals to work effectively as well as to be assessed, recognized, and equated to comparable qualifications in other ASEAN countries (Association of Southeast Asian Nations, 2018). In the ACCSTP framework, the minimal competencies required are arranged on a framework using common divisions of labor in 32 job titles classified into two fields as hotel services and travel services with 6 labor divisions (Association of Southeast Asian Nations, 2018). Hotel Services are divided into 4 divisions as front office, housekeeping, food production, and food and beverage service. *Front Office division* has 5 job titles including front office manager, front office supervisor, receptionist, telephone operator, and bell boy. *Housekeeping division* has 6 job titles including executive housekeeper, laundry

manager, floor supervisor, laundry attendant, room attendant, and public area cleaner. *Food Production division* has 7 job titles including executive chef, demi chef, commis chef, chef de partie, commis pastry, baker, and butcher. *Food and Beverage Service division* has 5 job titles including F&B director, F&B outlet manager, head waiter, bartender, and waiter (Association of Southeast Asian Nations, 2018). Travel Services are divided into two divisions as travel agencies and tour operation. *Travel Agencies division* has 4 job titles including general manager, assistant general manager, senior travel consultant, and travel consultant. *Tour Operation division* has 5 job titles including product manager, sales and marketing manager, credit manager, ticketing manager, and tour manager (Association of Southeast Asian Nations, 2018).

The competencies set based on the ACCSTP framework could be classified into three types as *core competencies*, *generic competencies*, and *functional competencies*. *Core competencies* refer to competencies that are essential to be achieved if a person is to be accepted as competent in a particular primary division of labor to be effective and achieve goals. They are directly linked to key occupational tasks and include units such as work effectively with colleagues and customers and implement occupational health and safety procedures. *Generic competencies* refer to competencies that are essential to be achieved if a person is to be accepted as competent in a particular secondary division of labor to perform the jobs effectively. It combined life skills and competencies, such as use common business tools and technology and manage and resolve conflict situations. Finally, *functional competencies* are specific to jobs within the labor division and include the specific skills as well as knowledge and expertise/know-how to perform the jobs effectively.

Competency and Competency for Tourism Professionals

Competency is widely attributed by McClelland (1973) for an analysis of qualities that were appropriate for a job. This research results indicated that individual characteristics and competencies as abilities to put skills and knowledge into practice were predictors of high performance. The competencies required to perform the job from this research consisted of communication skills by communicating properly with verbal and nonverbal communications, patience, moderate goal setting, and ego development. (McClelland, 1973; Goldman & Scott, 2016). There were various definitions of competency from previous studies as knowledge, skills, abilities, characteristics, motives, traits, attitudes, values, beliefs, interests, work habits, and aspects of self-image or social role (Goldman & Scott, 2016; Boyatzis, 1982; Fleishman et al., 1995; Green, 1999; Guion, 1991; Mirabile, 1997; Mumford et al., 2000; Spencer & Spencer, 1993; Weinert, 2001).

Gupta (2011) studied on competencies' importance and performance in tourism industry and stated that the importance and implementation of competency consisted of 14 variables. Those were knowledge regarding geography, language, safety assessment, variety of food, transportation, accommodation, facilities, tourism resources, sustainable tourism development, product and travel cost, media usage, tour package development, skills to

service and advice, information technology skills, and awareness of cultural differences. Generic competencies for managers' career success in the hospitality industry indicated various competencies as a positive work attitude, taking initiatives, willingness to accept challenges, enthusiasm and energy, working hard, resilience, integrity, maintaining a professional appearance, communication and interpersonal skills as relationships management, negotiation, effective communication, language usage, and participation in coworkers and customers' relationships (Wang, 2013; Akrivos et al., 2007; Chung-Herrera et al., 2003; De Vos & Soens, 2008; Kay & Russette, 2000; Lent et al., 1994; Ng & Pine, 2003; DeFillippi & Arthur, 1994; Ladkin & Juwaheer, 2000; Munar & Montan, 2009; Sewell & Pool, 2010). The other key success factors for hospitality career included capacity for innovation, flexible working methods, adaptability to environmental changes, capacity for learning or acquiring skills and knowledge, problem solving ability, career planning and self-development abilities, long-term goal-setting, fitting one's career to the business environment, teamwork, stress management, time management, and knowing competency (Wang, 2013; Bridgstock, 2009; Joo & Ready, 2012; Munar & Montan, 2009; Beheshtifar, 2011; Ren et al., 2013; Joo & Ready, 2012; Uhl-Bien & Graen, 1998; Williams et al., 2009; Kong et al., 2012; Colakoglu, 2011).

Cognitive and Comprehensive on perceived objective, perceived benefit, and perceived qualification for MRA-TP

Many scholars have given the meaning of the word cognition, concluding that cognition refers to the ability to remember and understand the details of information that a person has accumulated and passed on, as well as the ability to convey meaning, interpret, expand, or express your opinions about matters after receiving the information (Polpailin, 1997; Jutavijit, 1997; Wangpanich, 1983). Comprehension refers to the ability to capture the importance of stories in language, code, symbols, both concrete and abstract, divided into translations and Interpretation (Jaidee, 1999). If someone recognize and understand about perceived objective, perceived benefit, and perceived qualification as positive things, they may have positive intention to prepare and to integrate into their decision.

Readiness for Tourism Professionals in Thailand

Chalamwong (2015) stated that the demand for workers in tourism industry in 2014 was about 27,000 workers; however, it encountered 17,000 worker shortage to fulfill the needs from overall industry. This study also revealed advantages and disadvantages of Thai labors in hotel and tourism services and could be concluded that Thai workers did not have outstanding professional competence, especially in problem solving skills, computer skills, working together as a team, operational techniques, foreign language especially English, and management ability. Thai workers' performance did not meet the expectations of entrepreneurs, and a major problem in tourism industry was the shortage of skilled workers and expert. The Ministry of Tourism and Sports, which is responsible for tourism professional development, should coordinate with the Department of Skill Development, Ministry of

Labour to enhance the readiness of personnel in the hotel, restaurant, and tourism business as well as to upgrade skills or certify competency standards for the labors. The utmost urgency issue was empowering and performance Standards 32 jobs titles in tourism industry. Thailand Development Research Institute (TDRI) suggested that potential development of Thai labors from 32 job titles in tourism and hotels should be focused on working skills and foreign languages. With the working and communication skills together would enhance labors' capabilities and competencies to be qualified as per ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals (ACCSTP) (Paitionpong, Tulyawasinpong, Akarakul, Chaksirinon, & Tasee, 2010).

Labor Mobility and Push and Pull Factors

A labor mobility is usually an employment as short-term contract involving travelling or construction work whereas relocation mobility of labors to work in another country or another place as expatriate could be categorized as a long-term labor mobility (Otto & Dalbert, 2012). Grabowska (2005) stated that changes in international labor movements were related to political, economic, and sociocultural factors. Push and pull factors can be divided into macro and micro levels. The push factors at macro level were more unemployment rate, job shortage for new graduates, low wages, political corruption, and avoiding economic or social risks. The push factors at micro level were money needed to support family, lack of opportunities for advancement in the job, or want to start a new life. The pull factors from both macro and micro levels were higher wage rates, have a better life, have better career path, money needed, needs to develop potential, a better workplace, or migration with family. Ng, Sorensen, Eby and Feldman (2007) stated that there are several reasons for labors to relocate, and these consisted of both macro views, including economic factors, social characteristics, industrial differences, and corporate policies, and micro view or individual view which come from different factors such as values, personality, and so on.

There were many previous studies focusing on competencies' importance and performance in tourism industry, but the study in ASEAN countries after the MRA-TP was established was not found. Many studies on ASEAN MRA mentioned about how to use ASEAN MRA competencies as guidelines to develop professional standards in various careers, such as teacher and accountants and how MRA standard can provide guidelines to build readiness for ASEAN workforces toward ASEAN market integration and labor mobility (Jitpaisanwattana et al., 2015; Srisuruk & Silanoi, 2015; Vesamavibool et al., 2015; Wangpanich, 1983; Pholpairin, 1997; Juthawijit, 1997; Pholkaew et al., 2017).

There were many past research studies in ASEAN MRA, and their objectives were to study factors affecting readiness in various professional areas, such as Chawaphanth et al. (2016) focused on nurses' readiness through perceived knowledge about AEC and their effects on professional nurses and core competencies for nurses. Also, Pornnimit (2017) developed conceptual framework with 5 concepts as ASEAN citizenships' attributes, professional and

functional competency, 21st century skills, concepts and awareness toward ASEAN and concepts of ASEAN Mutual Recognition Arrangement. Furthermore, Sinthipsomboon et al. (2018) focused on professional standards for hotel staff in AEC by addressing about competencies standards for tourism professionals, objectives, qualifications, and benefits of MRA, readiness preparation to enhance professional skills, overview, strength, and weakness of hotel industry as well as ASEAN labor mobility. Nangklaphivat (2014) studied on preparation of Thai labor in tourism industry for the ASEAN Economic Community Integration focusing on various aspects of preparation of Thai labor, MRA-TP core, generic and functional competencies, overview of Thai tourism, and free flow of skilled labor.

Therefore, the proposed hypotheses of this research were to investigate the effects of core competencies, generic competencies, and functional competencies on labor mobility drawn in Hypothesis 1 - 3. Moreover, if tourism professionals recognize about objective, benefits, and standard qualification of MRA-TP, they may understand their situations in ASEAN labor market. The more positive knowledge on ASEAN Mutual Recognition Arrangement, the higher intention to prepare and integrate themselves into ASEAN market integration as proposed in Hypothesis 4 - 6. The push and pull factors are external factors from macro scales that affect labor mobility in many studies; therefore, push and pull factors significantly affect intention for labor mobility could be drawn as Hypothesis 13. Past research studies above also mentioned in their research findings that Thai professionals still need to improve in various aspects, such as English language, their knowledge about competencies, and ASEAN market integration. Many of them also mentioned that some professional careers were not ready, so they may not integrate into ASEAN labor market. Consequently, readiness of tourism professionals may mediate relationships among core competencies, generic competencies, functional competencies, perceived objectives, perceived benefits, perceived qualifications, and intention for labor mobility as proposed in Hypothesis 7 - 12, respectively.

Research Methodology

Sample and Data Collection

Population of this research can be divided into two groups representing two divisions in hotel and travel services for tourism professionals as follows: 1) Population of hotel services were 2,310,000 employees in Hotel and Accommodation sectors in Thailand and 2) Population of travel services were indefinite. After the determination of sample sizes, there were 400 employees being selected to be study samples for each group compounding as 800 employees in total (Yamane, 1970).

The sampling method used in this research was non-probability sampling with quota and purposive sampling techniques. First, quota sampling was divided into 5 regions covering Central, Southern, Eastern, Northeastern, and North regions of Thailand. The researcher then selected the highest tourist arrivals in each region, so the provinces

chosen were Bangkok, Chonburi, Phuket, Nakhon Ratchasima, and Chiang Mai covering all 5 regions as proposed. The next step was that 80 questionnaires were distributed to each division as hotel and travel services as a total of 160 in each province. The last step was that purposive sampling technique was used to select those 400 professional hotel staffs who work in front office positions and 400 professional staffs from travel agencies and tour operations with more than 1 year working experience in their position.

Measurement and Data Analysis Method

The research methodology was the quantitative research conducted using survey method. The questionnaires with 6 sections were utilized as data collection tool. Core competencies, generic competencies, functional competencies were developed to be consistent with MRA - TP qualification required for tourism professionals. The perceived objective, perceived benefit, and perceived qualification were developed by measuring their understanding about ASEAN MRA establishment. The readiness was adopted from Yararat (2011) who showed that occupations expected by the ASEAN Economic Community consist of 3 aspects as cognitive, affective, and psychomotor domains while push and pull factors were developed from international labor movements (Grabowska, 2005; Klanjit, 2004), and intention for job mobility was developed from intention toward ASEAN market integration. Section 1 to 4 were five-point Likert scale questions regarding core competencies, generic competencies, functional competencies, perceived objective, perceived benefit, perceived qualification, readiness of tourism professionals, push and pull factors, and intention for labor mobility ranging from 1 = strongly disagree to 5 = strongly agree. Section 5 consisted of closed-ended questions regarding their personal background and working experience, such as gender, age, type of service, and position at work. Descriptive statistics used in quantitative data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Due to hypothesis testing, inferential statistics used were Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Research Results

The results of the research showed that most of respondents were female (63.0%), had age range between 25 - 34 years old (55.9%), obtained the Bachelor's Degree (71.7%), had average income between 15,001 - 25,000 Bath per month (42.8%), and had working experience in this position around 3 - 6 years (36.6%).

The research results further revealed that most of the respondents had agreements toward core competencies, generic competencies, functional competencies at the agree level and had the mean as 3.91, 3.87, and 4.04, respectively. In the aspect of agreements toward Mutual Recognition Arrangements (MRAs) for ASEAN tourism professionals, the research results showed that most of the respondents had agreements toward perceived objective, perceived benefit, and perceived qualification at the agree level and had the mean as 3.58, 3.68, and

3.49, respectively. The research results also showed that most of the respondents had agreements toward readiness of tourism professionals at the agree level and had the mean as 3.50. In addition, the results showed that most of the respondents had agreements toward labor mobility and push and pull factors at the agree level and had the mean as 3.46 and 3.68, respectively.

Validity and Reliability

Cronbach's alpha and composite reliability were investigated to measure construct reliability. The measurement model in table 1 showed that Cronbach's alpha coefficient of each construct ranged from 0.8 to 0.95, meaning that all constructs are acceptable according to the recommended threshold value of 0.70 (Fornell & Larcker, 1981). In terms of composite reliability, all values ranged from 0.91 to 0.95, which is more than the recommended value of 0.70; hence, the constructs in the research model are acceptable (Hair, Sarstedt, Matthews, & Ringle, 2016).

Table 1 Factor Loading, Cronbach's Alpha Coefficient (CA), Composite Reliability (CR) and Average variance extracted (AVE) for Measurement Model

Latent Variable	CA	CR	AVE	Indicators	Loads
Core Competencies (C_Comp)	0.91	0.93	0.73	C_Comp1	0.84
				C_Comp2	0.86
				C_Comp3	0.84
				C_Comp4	0.87
				C_Comp5	0.87
Generic Competencies (G_Comp)	0.92	0.94	0.62	G_Comp1	0.78
				G_Comp2	0.82
				G_Comp3	0.83
				G_Comp4	0.81
				G_Comp5	0.76
				G_Comp6	0.79
				G_Comp7	0.81
				G_Comp8	0.76
				G_Comp9	0.71
Functional Competencies (F_Comp)	0.94	0.95	0.64	F_Comp1	0.79
				F_Comp2	0.83
				F_Comp3	0.82
				F_Comp4	0.77
				F_Comp5	0.81
				F_Comp6	0.81
				F_Comp7	0.73

Table 1 Factor Loading, Cronbach's Alpha Coefficient (CA), Composite Reliability (CR) and Average variance extracted (AVE) for Measurement Model (Cont.)

Latent Variable	CA	CR	AVE	Indicators	Loads
				F_Comp8	0.82
				F_Comp9	0.81
				F_Comp10	0.83
				F_Comp11	0.80
Perceived Objective (Obj)	0.93	0.95	0.83		
				Obj1	0.90
				Obj2	0.93
				Obj3	0.92
				Obj4	0.90
Perceived Benefit (Bene)	0.92	0.95	0.87		
				Bene1	0.92
				Bene2	0.94
				Bene3	0.93
Perceived Qualification (Qua)	0.95	0.97	0.88		
				Qua1	0.92
				Qua2	0.95
				Qua3	0.94
				Qua4	0.95
Readiness (Rea)	0.93	0.94	0.52		
				Rea1	0.69
				Rea2	0.66
				Rea3	0.71
				Rea4	0.69
				Rea5	0.75
				Rea6	0.75
				Rea7	0.77
				Rea8	0.72
				Rea9	0.77
				Rea10	0.77
				Rea11	0.75
				Rea12	0.64
				Rea13	0.71
				Rea14	0.73
Intention for Labor Mobility (Int)	0.87	0.91	0.72		
				Int1	0.72
				Int2	0.90
				Int3	0.90
				Int4	0.86
Push & Pull Factors (Fac)	0.90	0.93	0.72		
				Fac1	0.83

Table 1 Factor Loading, Cronbach's Alpha Coefficient (CA), Composite Reliability (CR) and Average variance extracted (AVE) for Measurement Model (Cont.)

Latent Variable	CA	CR	AVE	Indicators	Loads
				Fac2	0.86
				Fac3	0.86
				Fac4	0.84
				Fac5	0.85

In table 1, AVE was in the range of 0.52 to 0.88, which exceeded the minimum threshold value of 0.50, confirming convergent validity. The discriminant validity was tested and the square roots of AVEs were more than the 0.7 minimum threshold, and all values were more than the correlations among the latent constructs (0.72 – 0.94); thus, it is valid.

Analysis of Structural Model

From the structural model in this research, the direct effects indicated that R^2 of the dependent variable, or, intention for labor mobility (Int) was 0.42 indicating that 42% of Intent variance was explained by the independent variable. For the indirect effects, R^2 of the mediating variable or readiness (Rea) and the dependent variable or intention for labor mobility (Int) were 0.58 and 0.44, respectively.

Table 2 Structural Model

Part 1 Direct Effects			Part 2 Indirect Effects	
	Int	Rea		Int
R^2	0.42	0.58		0.44
H1: C_Comp $\rightarrow$ Int	-0.08		H7: C_Comp $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	-0.08
H2: G_Comp $\rightarrow$ Int	0.24***		H8: G_Comp $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	0.18***
H3: F_Comp $\rightarrow$ Int	-0.13**		H9: F_Comp $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	-0.15**
H4: Obj $\rightarrow$ Int	0.16**		H10: Obj $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	0.12*
H5: Bene $\rightarrow$ Int	-0.09		H11: Bene $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	-0.07
H6: Qua $\rightarrow$ Int	0.25***		H12: Qua $\rightarrow$ Rea $\rightarrow$ Int	0.19***
H13: Fac $\rightarrow$ Int	0.42***			
Mediating Effects				
Rea $\rightarrow$ Int	0.23***			
G_Comp $\rightarrow$ Rea		0.31***		
F_Comp $\rightarrow$ Rea		0.15***		
Obj $\rightarrow$ Rea		0.21***		
Qua $\rightarrow$ Rea		0.33***		

Note: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$ (two-tailed test)

The results of structural model showed that generic competencies ($\beta = 0.24$, $p < 0.001$), functional competencies ($\beta = -0.13$, $p < 0.01$), perceived objective ($\beta = 0.16$, $p < 0.01$), perceived qualification ($\beta = 0.25$, $p < 0.001$) and push and pull factors ($\beta = 0.42$, $p < 0.001$) had positive and significant effects on intention for labor mobility, so Hypothesis 2, 3, 4, 6, and 13 were then supported. On the other hand, the results of hypothesis testing showed that core competencies and perceived benefit did not have significant effects on intention for labor mobility, so hypothesis 1 and 5 were rejected (Described in Table 2: Part 1 Direct Effects). The mediating effects showed that generic competencies ($\beta = 0.31$, $p < 0.001$), functional competencies ($\beta = 0.15$, $p < 0.001$), perceived objective ($\beta = 0.21$, $p < 0.001$), and perceived qualification ($\beta = 0.33$, $p < 0.001$) had positive and significant effects on readiness. Finally, readiness of tourism professionals had an effect on intention for labor mobility ($\beta = 0.23$, $p < 0.001$).

The results from table 2 part 2 demonstrated that there was a significant indirect effect on the relationship. Since the direct effect of generic competencies and intention for labor mobility was significant, readiness of tourism professionals had a partial mediating effect on the relationship between generic competencies and intention for labor mobility; therefore, hypothesis 8 was supported ($\beta = 0.18$, $p < 0.001$). The research also explored the mediating effect of readiness of tourism professionals on the relationships among functional competency, perceived objective, perceived qualification, and intention for labor mobility. There were both significant direct and indirect effects among functional competency, perceived objective, perceived qualification, and intention for labor mobility. This means readiness of tourism professionals possessed a partial mediating effect on the relationship among functional competency, perceived objective, perceived qualification, and intention for labor mobility. Consequently, hypothesis 9 ($\beta = -0.15$, $p < .01$), hypothesis 10 ($\beta = 0.12$, $p < .05$), and hypothesis 12 ($\beta = 0.19$, $p < .001$) were supported.

Discussions

The results of this research showed that competencies in each profession is important career success and career development. The results further revealed that generic and functional competencies for tourism skilled labors had effects on readiness and intention for job mobility which were similar to those obtained in other studies. Wang (2013) stated that in order to have career success in the hospitality industry, generic competencies comprised effective working and communicating skills with multiple languages, positive attitudes toward service, maintaining interpersonal skills, and maintaining professional attitudes as enthusiasm, energy, working hard and willingness to accept challenges (Akrivos et al., 2007; Chung-Herrera et al., 2003; De Vos & Soens, 2008; Kay & Russette, 2000; Lent et al., 1994; Ng & Pine, 2003; DeFillippi & Arthur, 1994; Ladkin & Juwaheer, 2000; Munar & Montan, 2009; Sewell & Pool,

2010). In addition, the results were in accordance with Gupta (2011) who stated that the importance and implementation of competency consisted of 14 variables relating to generic and functional competencies in tourism professional qualifications.

This research results also revealed that most of respondents had agreement toward perceived objective, perceived qualification, readiness, labor mobility, and push and pull factors at agree level. However, the readiness and job mobility were lower than other variables. The results of these may be in line with Chalamwong (2015) which indicated that Thai workers did not have outstanding professional competence, especially in problem solving skills, computer skills, working together as a team, operational techniques, foreign language, especially English, and management ability. This attitude may lead to lower score on average of readiness and intention for job mobility among ASEAN countries. The results of this research were also similar to Grabowska (2005) and Ng, Sorensen, Eby and Feldman (2007) regarding push and pull factors for labor movements. The more agreement the respondents had with push and pull factors, the higher intention they considered participating in job mobility among ASEAN countries. Therefore, to prepare to avoid labor shortage in the future, macroeconomics and microeconomics must be considered at the national level.

Limitation of the Research

The researcher's focus in this research was on readiness and labor mobility toward the ASEAN Community of tourism professionals from hotel services and travel services in Thailand. Since the data were collected from 400 professional hotel staffs who work in front office positions and 400 professional travel agencies and tour operations, the generalization of the results could be limited. As this research was cross-sectional, data were collected at one specific time point. The influence of government policy as well as other host countries qualifications and standards were not determined. The research also proposed only one moderator (readiness of tourism professionals); thus, other applicable variables should also be considered to facilitate the relationships among the variables.

Recommendations

- **For Practitioners**

To be successful in tourism industry, knowledge and understanding toward customers preferences and destination awareness are essential. Tourism professionals should pay more attention to all knowledge regarding similarities and differences among ASEAN countries to perform best tasks in service. To enhance competitiveness for Thai tourism professionals, there would be needs in coordination from all stakeholders within the tourism industry by implementing the MRA - TP standards and qualifications as a guideline in a long-term strategic planning. Research results and recommendations could lead to the improvement of the policy of training for employees and help in producing and developing

graduates of higher education institutions quality for the private sector to support the AEC. For examples, entrepreneurs can take MRA-TP qualifications into human resource development programs or key performance indicators to motivate employees to realize the importance of their MRA-TP competencies. It may help increase capability of employees to perform tasks in tourism industry efficiently and effectively. Moreover, educational institutions majoring in tourism and hotel management also need to revise curriculum to be consistent with these qualifications to prepare new graduates to compete in this industry. There is not only a need for a revision of curriculum but also a need to concentrate on building professional experiences in fieldwork through cooperative education and internship during studies. More importantly, emphasis on creating graduates in accordance with industry requirements and labor standards shall be considered.

- Further Studies

As this research was carried out in Thailand, the researcher suggested testing the research model in other ASEAN member countries for future research. Longitudinal research is suggested over multiple time points to examine whether relationships exist among competencies, perceived MRAs, readiness and labor mobility in ASEAN. Other variables such as cultural distance, psychological distance among exporting countries and importing countries in professionals' perspectives could lead to better understanding of their motivation, decision, and intention toward this industry.

References

- Akrivos, C., Ladkin, A., & Reklitis, P. (2007). Hotel managers' career strategies for success. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 19(2), 107-119.
- ASEAN Consultative Committee on Standards & Quality. (2021). **Guidelines for the Development of Mutual Recognition Arrangements**. Retrieved from <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/08/Guidelines-for-The-Development-of-Mutual-Recognition-Arrangements-rev3-FA.pdf>
- ASEAN-Thailand Secretariat, Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs of Thailand. (2019). **Birth of ASEAN**. Retrieved from <https://asean2019.go.th/en/abouts/history-asean/>
- ASEAN-Thailand Secretariat, Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs of Thailand. (2019). **ASEAN COMMUNITY**. Retrieved from <https://asean2019.go.th/en/abouts/history-asean/>
- ASEAN-Thailand Secretariat, Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs of Thailand. (2019). **ASEAN Economic Community**. Retrieved from <https://asean2019.go.th/en/abouts/history-asean/>
- Association of Southeast Asian Nations. (2018). **Handbook of ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism (2nd edition): Rationale for MRA - TP and Purpose of**

- MRA – TP. Retrieved from <https://asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-MRA-TP-Handbook-2nd-Edition-2018.pdf>
- Association of Southeast Asian Nations. (2021). **About ASEAN**. Retrieved from <https://asean.org/about-us/>
- Association of Southeast Asian Nations. (2021). **ASEAN Statistical Yearbook 2021: Table 9.1. Visitor Arrivals to ASEAN by Country of Destination, 2011-2020**. Retrieved from https://asean.org/wp-content/uploads/2021/12/ASYB_2021_All_Final.pdf
- Beheshtifar, M. (2011). Role of career competencies in organizations. **European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences**, 42(6), 6-12.
- Boyatzis, R.E. (1982). **The Competent Manager: A Model for Effective Performance**. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Bridgstock, R. (2009). The graduate attributes we've overlooked: Enhancing graduate employability through career management skills. **Higher Education Research & Development**, 28(1), 31-44.
- Chalamwong, Y. (2015). Labor in Thai tourist sector not ready for ASEAN. **Thailand Development Research Institute**. Retrieved from <https://tdri.or.th/2015/03/labor-in-thai-tourist-sector-not-ready-for-asean/>
- Chalamwong, Y. (2015). Preparation of Thai tourism personnel. **Thailand Development Research Institute**. Retrieved from <https://tdri.or.th/2015/03/preparedness-labor-travel-in-thai-3/>
- Chawaphanth, S., LeSeure, P., Jantaramano, S., & Thana, K. (2017). Readiness of Thai Nurses towards the Asean Economic Community. **Journal of Boromarajonani College of Nursing, Bangkok**, 32(2), 29-42.
- Chung-Herrera, B.G., Enz, C.A., & Lankau, M.J. (2003). Grooming future hospitality leaders: A competencies model. **Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly**, 44(3), 17-25.
- Colakoglu, S.N. (2011). The impact of career boundarylessness on subjective career success: the role of career competencies, career autonomy, and career insecurity. **Journal of Vocational Behavior**, 79(1), 47-59.
- De Vos, A., & Soens, N. (2008). Protean attitude and career success: The mediating role of self-management. **Journal of Vocational Behavior**, 73(3), 449-456.
- DeFillippi, R.J., & Arthur, M.B. (1994). The boundaryless career: A competency-based perspective. **Journal of Organizational Behavior**, 15(4), 307-324.
- Department of International Trade Negotiations, Ministry of Commerce. (2018). ASEAN Economic Cooperation Phase 3. **International Trade Journal**, 5(21), 15. Retrieved from <https://api.dtn.go.th/files/v3/5d75db3cef4140114364e30e/download>
- Fleishman, E.A., Wetrogan, L.I., Uhlman, C.E., & Marshall-Mies, J.C. (1995). Abilities. In N.G. Peterson, M.D. Mumford, W.C. Borman, P.R. Jeanneret, & E.A. Fleishman (Eds.),

- Development of Prototype Occupational Information Network Content Model** (pp. 10.1–10.39). Salt Lake City: Utah Department of Employment Security (Contract Number 94-542).
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. **Journal of Marketing Research**, **18**(3), 382-388.
- Goldman, E., & Scott, A. R. (2016). Competency models for assessing strategic thinking. **Journal of Strategy and Management**, **9**(3), 258-280.
- Grabowski, I. (2005). Changes in the international mobility of labour: Job migration of Polish nationals to Ireland. **Irish Journal of Sociology**, **14**(1), 27-44.
- Green, P.C. (1999), **Building Robust Competencies**. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Guion, R.M. (1991). **Personnel Assessment, Selection and Placement**. Palo Alto, CA: Consulting Psychological Press.
- Gupta, B. (2011). Competencies' importance and performance in tourism industry: An application of the importance performance analysis model. **International Journal of Interdisciplinary Social Sciences**, **5**(10), 117-133.
- Hair, J.F., Sarstedt, M., Matthews, L.M., & Ringle, C.M. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: Part I–method. **European Business Review**, **28**(1), 63-76.
- Jaidee, C. (1999). **Understanding of Democracy of Kasetsart University**. (Master of Arts thesis Department of Political Science, Faculty of Political Science).
- Jitpaisanwattana, C., Pathumcharoenwattana, W., & Tantawutho, V. (2015). The analysis and synthesis on education management for readiness preparation of Thai workforce in accounting for the ASEAN Community. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, **186**, 944-949.
- Joo, B.K., & Ready, K.J. (2012). Career satisfaction: The influences of proactive personality, performance goal orientation, organizational learning culture, and leader-member exchange quality. **Career Development International**, **17**(3), 276-295.
- Juthawijit, G. (1997). **Education for Local Development**. Nakhon Pathom: Phetkasem Printing.
- Kay, C., & Russette, J. (2000). Hospitality-management competencies identifying managers' essential skills. **Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly**, **42**(2), 52-63.
- Klanjit, W. (2004). **Decisions of Thai workers. In the case of traveling to work abroad**. (Master's thesis, Thammasat University, Bangkok).
- Kong, H., Cheung, C., & Song, H. (2012). Determinants and outcome of career competencies: Perspectives of hotel managers in China. **International Journal of Hospitality Management**, **31**(3), 712-719.

- Ladkin, A., & Juwaheer, T.D. (2000). The career paths of hotel general managers in Mauritius. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 12(2), 119-125.
- Lent, R.W., Brown, S.D., & Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. **Journal of Vocational Behavior**, 45(1), 79-122.
- McClelland, D. (1973). Testing for competence rather than for intelligence. **American Psychologist**, 28(1), 1-14.
- Mirabile, R.J. (1997). Everything you wanted to know about competency modeling. **Training & Development**, 51(8), 73-77.
- Mumford, M.D., Marks, M.A., Connelly, M.S., Zaccaro, S.J., & Reiter-Palmon, A. (2000). Development of leadership skills: Experience and timing. **Leadership Quarterly**, 11(1), 87-114.
- Munar, A.M., & Montan˜ o, J.J. (2009). Generic competences and tourism graduates. **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, 8(1), 70-84.
- Nangklaphivat, Y. (2014). Preparation of Thai labour in tourism industry for the ASEAN Economic Community Integration. **APHEIT Journal**, 20(2), 158-169.
- Ng, T.W.H., Sorensen, K.L., Eby, L.T., & Feldman, D.C. (2007). Determinants of job mobility: A theoretical integration and extension. **Journal of Occupational & Organizational Psychology**, 80(3), 363-386.
- Ng, C.W., & Pine, R. (2003). Women and men in hotel management in Hong Kong: Perceptions of gender and career development issues. **International Journal of Hospitality Management**, 22(1), 85-102.
- Otto, K., & Dalbert, C. (2012). Individual differences in job-related relocation readiness: The impact of personality dispositions and social orientations. **The Career Development International**, 17(2), 168-186.
- Paitoonpong, S., Tulyawasinpong, S., Akarakul, N., Chaksiriron, M., & Tasee, P. (2010). **Project to study the cooperation framework for the development of Thai labor potential in 32 jobs under the ASEAN agreement, proposed to Department of Skill Development, Ministry of Labor**. Retrieved from <http://research.mol.go.th/2013/rsdat/Data/doc/LGXKVF1.pdf>
- Pholkaew, C., Dampitakse, K., Watcharasindhu, S., Moonmuang, K., & Treammeerit, N. (2017). The professional accounting education provision of higher education institutions in Thailand for free mobility of educated labour in accountancy services supporting to ASEAN Community. **RMUTT Global Business and Economics Review**, 12(1), 145-160.
- Pholpairin, S. (1997). **Processing Techniques**. Bangkok: Prapittaya Publishing House.
- Pornnimit, K. (2017). Thai workforce preparedness with regard to professional and technical skills under the ASEAN Framework Agreement on Services. **Journal of King Mongkut's University of Technology North Bangkok**, 27(3), 565-577.

- Ren, H., Bolino, M.C., Shaffer, M.A., & Kraimer, M.L. (2013). The influence of job demands and resources on repatriate career satisfaction: A relative deprivation perspective. **Journal of World Business**, 48(1), 149-159.
- Sewell, P., & Pool, L.D. (2010). Moving from conceptual ambiguity to operational clarity: Employability, enterprise and entrepreneurship in higher education. **Education and Training**, 52(1), 89-94.
- Sinthipsomboon, N., Sukapong, S., Salaimanee, D., Chumyen, O., & Phadungkan, R. (2018). Professional standards for hotel staff in the ASEAN Economic Community. **Journal of Humanities and Social Sciences Information**, 37(4), 24-36.
- Spencer, L.M. Jr., & Spencer, S.M. (1993), **Competencies at Work: Models for Superior Performance**. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Srisuruk, P., & Silanoj, L. (2015). The effect of training package development in preparing the readiness for secondary school students in the Northeastern of Thailand toward Asean Community. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 197, 413-419.
- The Official Investment Promotion Website of the Association of Southeast Asian Nations. (2021). **ASEAN Mutual Recognition Arrangements**. Retrieved from <http://investasean.asean.org/index.php/page/view/asean-free-trade-area-arrangements/view/757/newsid/868/asean-mutual-recognition-arrangements.html>
- The Official Investment Promotion Website of the Association of Southeast Asian Nations. (2021). **ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (2012)**. Retrieved from http://investasean.asean.org/files/upload/MRA_Tourism_Professionals_bw.pdf
- Uhl-Bien, M., & Graen, G.B. (1998). Individual self-management: Analysis of professionals' self-managing activities in functional and cross-functional work teams. **Academy of Management Journal**, 41(3), 340-350.
- Vesamavibool, S., Urwongse, S., Hanpanich, B., Thongnour, D., & Watcharin, K. (2015). The comparative study of professional standards for Thai teachers and for Asean teachers. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 191, 2280-2284.
- Wang, Y. F. (2013). Constructing career competency model of hospitality industry employees for career success. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 25(7), 994-1016.
- Weinert, F.E. (2001). Concept of competence: A conceptual clarification. In D.S. Rychen, & L.H. Salganik (Eds.), **Defining and Selecting Key Competencies** (pp. 45-65). Seattle, WA: Hogrefe & Huber Publishers.
- Williams, E.A., Scandura, T.A., & Gavin, M. (2009). Understanding team-level career mentoring by leaders and its effects on individual team-source learning: The effects of intra-group processes. **Human Relations**, 62(1), 1635-1666.

- Wangpanich, P. (1983). **Measurement of Grades**. Bangkok: Thai Wattana Panich Printing House.
- Yamane, T. (1970). **Statistics: An Introductory Analysis** (2nd ed.). New York, NY: Harper & Row.

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ และองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

พรรณภัทร ราชภรณ์¹

Received 14 November 2021

Revised 24 April 2022

Accepted 27 April 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) เสนอแนะแนวทางการร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 30 คน ได้แก่ 1) องค์กรภาครัฐ 5 คน 2) องค์การสาธารณกุศล 15 คน และ 3) ประชาชนผู้ประสบภัย 10 คน

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ ปัจจัยผู้นำ ปัจจัยวัตถุประสงค์และปัจจัยอำนาจตัดสินใจในการปฏิบัติงาน ส่วนปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือฯ คือ ปัจจัยการติดต่อสื่อสารและประสานงาน ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ปัจจัยทรัพยากรในการปฏิบัติงาน และปัจจัยการแสวงหาผลประโยชน์และการแทรกแซงการปฏิบัติงาน

ผู้วิจัยได้เสนอตัวแบบสานพลังจัดการสาธารณภัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนาความร่วมมือในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

คำสำคัญ: ความร่วมมือ องค์กรภาครัฐ องค์การสาธารณกุศล การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย อุทกภัย

¹ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถนนอังรีดูนังต์ แขวงวังใหม่ เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330
อีเมล: phannaphatra@gmail.com

THE SUCCESS FACTORS OF COOPERATION BETWEEN GOVERNMENT AGENCY AND NON-PROFIT CHARITABLE ORGANIZATIONS IN DISASTER PREVENTION AND MITIGATION: THE CASE STUDY OF THE FLOOD IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

Phannaphat Rachaporn¹

Abstract

The objectives of the research are 1) to study factors affecting successful cooperation between the government agency and non-profit charitable organizations in disaster prevention and mitigation: The case study of the flood in Nakhon Si Thammarat Province 2) to study the problems and obstacles of cooperation between the government agency and non-profit charitable organizations in disaster prevention and mitigation: The case study of the flood in Nakhon Si Thammarat Province and 3) to propose guidelines for cooperation between the government agency and non-profit charitable organizations in disaster prevention and mitigation: The case study of the flood in Nakhon Si Thammarat Province. In this qualitative research, data were collected from in-depth interview and participatory observation. The sample group of 30 participants were 5 participants from government agency, 15 participants from non-profit charitable organizations, and 10 participants from flood victims.

According to the research, it was found that the success factors of cooperation between the government agency and non-profit charitable organizations in disaster prevention and mitigation: The case study of the flood in Nakhon Si Thammarat Province included leader factor, objective factor, and decision-making authority factor. As for the problems and obstacles of cooperation included communication and coordination factor, employees relationship factor, the different relationships, resources factor, and exploitation and intervention factor

The researcher presented the cooperative disaster management model for further improvement and development of cooperation in disaster prevention and mitigation.

Keywords: Cooperation, Government Agency, Non-Profit Charitable Organization, Disaster Prevention and Mitigation, Flood

¹ Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, Henri-Dunant Road, Pathumwan, Bangkok 10330 Thailand
Email: phannaphatra@gmail.com

บทนำ

จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่ประสบสาธารณภัยจากอุทกภัยมาโดยตลอด เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศและฤดูกาล เช่น พ.ศ.2505 พายุโซนร้อนแฮเรียตพัดขึ้นฝั่งที่แหลมตะลุมพุก อำเภอปากพนัง มีผู้เสียชีวิตกว่า 900 คน ประเมินความเสียหาย 377 – 1,000 ล้านบาท (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) ในช่วงปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2562 เกิดพายุโซนร้อนปาบึก อุทกภัยและดินโคลนถล่ม ได้รับผลกระทบ 22 อำเภอ พื้นที่การเกษตรเสียหายราว 160,000 ไร่ และมีผู้เสียชีวิต 3 ราย (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2562) และ ปี พ.ศ. 2563 เกิดอุทกภัยหนักสุดในรอบ 30 ปี ทั้งจังหวัดประกาศเป็นพื้นที่ภัยพิบัติ พื้นที่การเกษตรเสียหายกว่า 1 ล้านไร่ ได้รับผลกระทบ 323,536 ครัวเรือน 919,003 คน และมียอดผู้เสียชีวิตมากที่สุดในภาคใต้ คือ 29 ราย (ไทยโพสต์, 2563) ในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดนครศรีธรรมราชได้มีการร่วมมือกับองค์การสาธารณกุศล ให้เป็นกำลังสำคัญในการช่วยเหลือกองอำนวยการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด สนับสนุนการจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ร่วมปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านสาธารณสุขทั้งในภาวะปกติและภาวะฉุกเฉิน ทั้งก่อนเกิดสาธารณภัย ขณะเกิดสาธารณภัย และหลังเกิดสาธารณภัย (สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2558)

จากการเกิดมหาอุทกภัย เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดนครศรีธรรมราชและองค์การสาธารณกุศลได้ร่วมมือกันในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ส่งผลถึงการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในจังหวัดนครศรีธรรมราชก็ทั่วถึงและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันเนื่องจากเป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรที่ต่างภาคส่วนกัน อาจประสบปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลให้ความร่วมมือไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงความร่วมมือขององค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เสนอแนะแนวทางการร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

นิยามศัพท์

องค์กรภาครัฐ หมายถึง สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

องค์การสาธารณกุศล หมายถึง มูลนิธิได้เติกเซียงตั้ง นครศรีธรรมราช, มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล และมูลนิธิธรรมรักษ์มีณรัตน์

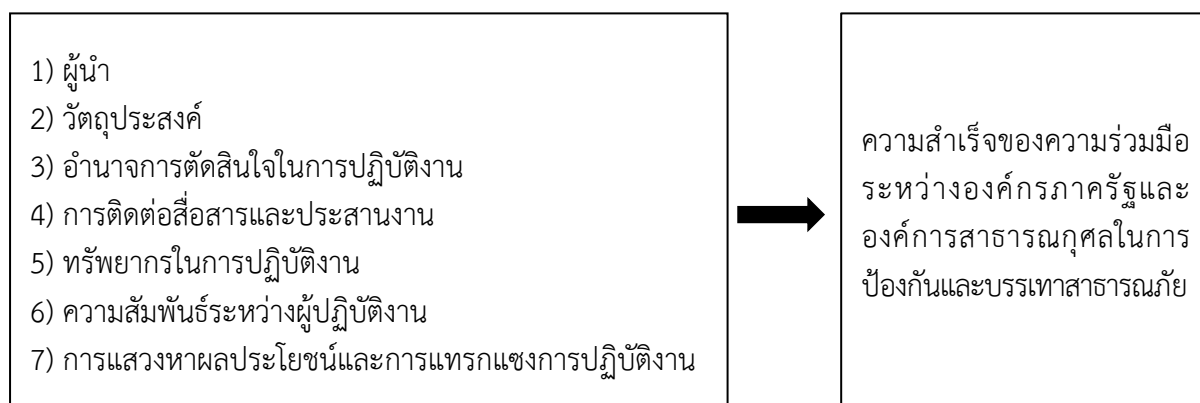
สาธารณภัย หมายถึง อุทกภัยที่เกิดขึ้นในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ความร่วมมือในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย หมายถึง การประสานงานร่วมกันในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยขององค์กรภาครัฐและองค์การสาธาณกุศลที่ผู้วิจัยศึกษา ตั้งแต่ก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และหลังเกิดภัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือ หมายถึง สาเหตุที่ทำให้ความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธาณกุศลที่ผู้วิจัยศึกษาประสบความสำเร็จ

ปัญหาและอุปสรรคความร่วมมือ หมายถึง สาเหตุที่ทำให้ความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธาณกุศลที่ผู้วิจัยศึกษาไม่สำเร็จเท่าที่ควร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายความร่วมมือ

Green and Matthias (1996) ความร่วมมือ หมายถึงองค์การตั้งแต่ 2 องค์การขึ้นไปทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด แบ่งปันทรัพยากรและความรับผิดชอบเพื่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน

Cramer (1998) ความร่วมมือเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้ทั้งในระดับบุคคล กลุ่ม และองค์การ โดยมีการร่วมวางแผนและจัดลำดับเป้าหมายในการปฏิบัติงานเพื่อจัดทำแผนการปฏิบัติงานที่สอดคล้องให้บรรลุเป้าหมาย อีกทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน

Agranoff and McGuire (2003) ให้ความหมายว่า ความร่วมมือเป็นกระบวนการที่ทำให้้องค์การต่าง ๆ เข้ามาร่วมมือกันโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยกันจัดการแก้ปัญหาที่้องค์การหนึ่งไม่สามารถจัดการได้ด้วยตนเองหรือทำให้สำเร็จได้ยาก รวมทั้งร่วมกันวางแผน ปรึกษาเพื่อหาทางเลือกในการแก้ไขปัญหาภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่้องค์การมี เช่น งบประมาณ เวลา

Lank (2005) ให้ความหมาย ความร่วมมือ ว่าหมายถึง ้องค์การมากกว่าหนึ่ง้องค์การเข้ามาดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง โดยร่วมกันเป็นผู้นำและมีมติเห็นชอบร่วมกัน

ปิยากร หวังมหาพร (2555) ความร่วมมือ หมายถึง การที่้องค์การมากกว่าหนึ่ง้องค์การเต็มใจร่วมกันทำงาน มีปฏิสัมพันธ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีการจัดทำข้อตกลงร่วมกัน กำหนดโครงสร้าง กฎเกณฑ์ การคิด การวางแผน การตัดสินใจ การกำหนดเป้าหมาย การเป็นผู้นำ การบริหารข้อตกลง

การแก้ปัญหา การใช้ทรัพยากร การใช้อำนาจ และการใช้ศักยภาพร่วมกัน รวมทั้งร่วมเป็นเจ้าของผลลัพธ์ร่วมกัน

สรุป ความร่วมมือ นิยามได้ว่าเป็นการร่วมกันดำเนินงานขององค์การมากกว่าหนึ่งองค์การอย่างใกล้ชิดด้วยความเต็มใจ โดยมีการวางแผนการบริหารจัดการในเรื่องโครงสร้าง การใช้อำนาจ การร่วมกันเป็นผู้นำ การแบ่งปันทรัพยากร การสนับสนุนและช่วยเหลือกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตกลงไว้ร่วมกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือ

ธีระพงษ์ แก้วหาญ (2541) ได้สรุปขั้นตอนการสร้างและพัฒนาความร่วมมือระหว่างองค์กร ดังนี้
 ขั้นที่ 1 การร่วมกันกำหนดจุดมุ่งหมายของความร่วมมือ ขั้นที่ 2 การตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ขั้นที่ 3 การสร้างและพัฒนาแนวปฏิบัติ ขั้นที่ 4 การส่งเสริมบทบาทและกระบวนการตัดสินใจของแต่ละกลุ่ม ขั้นที่ 5 การพัฒนากระบวนการติดต่อสื่อสาร ขั้นที่ 6 การพัฒนาโครงสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และขั้นที่ 7 การพัฒนาทรัพยากรและแหล่งทุนของเครือข่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์กรในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

สายฝน แสงหิรัญ ทองประเสริฐ (2558) ปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินงานร่วมกันของเครือข่ายเพื่อการจัดการภัยพิบัติในคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา มีดังนี้ 1) ลักษณะพื้นที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการภัยพิบัติ 2) ผู้นำชุมชนหรือองค์กรมีองค์ความรู้และศักยภาพในการปฏิบัติงานด้านสาธารณภัย 3) มีการประยุกต์กระบวนการทำงาน เช่น การรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ การประสานงานอย่างเป็นระบบ สร้างการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วน 4) กระบวนการทำงานตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว 5) เรียนรู้เหตุการณ์ภัยพิบัติในอดีตเพื่อสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ในการรับมือ และ 6) มีมูลนิธิต่าง ๆ เข้ามาสนับสนุนการทำงาน เช่น การจัดเวทีการบูรณาการแผนกับหน่วยงานในพื้นที่ การจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากชาวบ้านในการแก้ปัญหาภัยพิบัติ

กิตติศักดิ์ แสงทอง (2557) ได้สรุปปัจจัยที่จำเป็นและสัมพันธ์กับความร่วมมือในการจัดการน้ำท่วมระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งจะตอบสนองภายใต้ความร่วมมือระหว่างองค์กร บุคคล และกลุ่มบุคคลอื่นจะนำไปสู่ความร่วมมือที่มีประสิทธิผล ได้แก่ 1) ทุกคนเข้าใจวัตถุประสงค์และขอบเขตภารกิจ 2) ความร่วมมือในการปฏิบัติการภัยภายใต้บรรยากาศที่อบอุ่น สร้างสรรค์ ริเริ่มและจริงจังต่อกัน 3) ผู้นำกลุ่มหรือผู้นำองค์กรมีความรู้ความสามารถ ทักษะ และร่วมในการบริหารกลุ่มหรือทีม 4) กระบวนการจัดการมีประสิทธิภาพ 5) การจัดระบบการติดต่อสื่อสารและการประสานงาน 6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิก โดยเฉพาะการตัดสินใจร่วมกันและการให้อำนาจในการปฏิบัติงาน และ 7) ความพอเพียงของทรัพยากร

สุนทรชัย ขอบยศ (2558) สรุปปัจจัยที่ส่งผลถึงความสำเร็จในความร่วมมือการจัดการสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษาเทศบาลเมืองร้อยเอ็ดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นข้างเคียง ดังนี้ 1) วัตถุประสงค์ในความร่วมมือในท้องถิ่น มีแกนหลักสำคัญในการขับเคลื่อนงานในบรรลุเป้าหมาย 2) ผู้บริหารให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง มีนโยบายที่ชัดเจน และมีการสนับสนุนงบประมาณร่วมกันในทุกปี 3) ความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการในระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติการ 4) มีความต่อเนื่องในกิจกรรมของความร่วมมือ 5) ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม 6) มีการตัดสินใจทางการคลังและการปฏิบัติตามแนวทางในการใช้จ่ายงบประมาณร่วมกัน 7) การดำเนินการโปร่งใส มีการรายงานผลการปฏิบัติงานและรายงานการเงิน และ 8) การมีเครื่องมือในการระงับเหตุที่มีความพร้อมและสามารถใช้ร่วมกันได้อย่างทันการณ์

ปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์กร

Gold Smith and Acker (2009, อ้างถึงใน ปิยากร หวังมหาพร, 2555) ได้สรุปความท้าทายและสภาพปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องประสบในระหว่างความร่วมมือมีดังต่อไปนี้ 1) วัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน

หรือไม่สอดคล้องกัน 2) ความไม่เท่าเทียมกันของสมาชิก 3) การครอบงำในความร่วมมืออาจถูกครอบงำจากกลุ่มผู้ก่อตั้งหรือกลุ่มผลประโยชน์หรือจากบุคคลภายนอก 4) การรวมศูนย์และยึดติดกับระบบที่แข็งตัว 5) การแทรกแซงของแหล่งทุน 6) ความแตกต่างของหุ้นส่วนที่หลากหลาย เกิดความทับซ้อนในผลประโยชน์และหน้าที่ที่ไม่ชัดเจน 7) การขาดข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้องและแม่นยำ และ 8) การขาดแคลนสมรรถนะของสมาชิก

ปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์การในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และ อัญชนา ณ ระนอง (2563) ศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในจังหวัดชายแดนใต้ พบว่ามีปัญหาอุปสรรคในความร่วมมือ ได้แก่ 1) ปัญหาอุปสรรคด้านภาวะผู้นำ 2) ปัญหากลไกการทำงานประสานและการติดต่อสื่อสาร 3) ปัญหาด้านทรัพยากรและกระบวนการบริหารจัดการ 4) ปัญหาด้านวัฒนธรรมองค์การและความสัมพันธ์ระหว่างองค์การ 5) ปัญหาด้านสมรรถนะของบุคลากรในองค์การ 6) ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมขององค์การ 7) ปัญหาด้านความไม่ไว้วางใจระหว่างหน่วยงาน และ 8) ปัญหาด้านการแบ่งปันผลประโยชน์จากความร่วมมือ

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทั้งสิ้น 30 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) องค์การภาครัฐ คือ สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย 5 คน 2) องค์การสาธารณกุศล ได้แก่ มูลนิธิมหากุศลใต้เต็กเซียงตัง นครศรีธรรมราช, มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล และมูลนิธิธรรมรักษามณีรัตน์แห่งละ 5 คน และ 3) ประชาชนผู้ประสบภัย 10 คน ซึ่งจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าและมีการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา โดยนำมาวิเคราะห์หาคู่กับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยผู้นำ คือภาวะผู้นำของผู้นำจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธารณกุศลในการขับเคลื่อนองค์การและขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างความร่วมมือ เพื่อให้การปฏิบัติงานร่วมกันเป็นไปอย่างราบรื่น ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการสั่งการ ช่วยแก้ไขปัญหาค่ที่ผู้ปฏิบัติงานประสบ และใส่ใจในตัวผู้ปฏิบัติงานทำให้เกิดความรู้สึกเคารพและเชื่อมั่นในผู้นำ

มูลนิธิใต้เต็กเซียงตัง นครศรีธรรมราช ผู้นำชัดเจนในคำสั่งการ กล้าตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทันที และรับฟังความคิดเห็นอาสาสมัครผ่านการประชุมเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงาน **มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล** ผู้นำให้ความสำคัญกับการมีองค์ความรู้ในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครโดยจัดการฝึกอบรมเป็นประจำ จัดสรรหาอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานมิให้บกพร่อง และจัดประชุมองค์การสาธารณกุศลทุกเดือนเพื่อรับฟังปัญหาจากอาสาสมัคร และ**มูลนิธิธรรมรักษามณีรัตน์**ผู้นำให้ความสำคัญทั้งเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวของอาสาสมัคร ใส่ใจรายละเอียดทั้งเล็กและใหญ่ เปิดโอกาสให้เข้ามาพูดคุยปัญหาและความต้องการในการปฏิบัติงานกับผู้นำได้โดยตลอด

ประชาชนผู้ประสบภัย ประชาชนมองว่าผู้นำองค์การที่ช่วยเหลือนั้นทำให้เกิดความล่าช้าในการให้ความช่วยเหลือ เนื่องจากจะต้องคอยยึดคำสั่งผู้นำ และปฏิบัติตามระเบียบที่ เช่น การแจกสิ่งของบริจาคให้ผู้ประสบภัย

2. ปัจจัยวัตถุประสงค์ คือความชัดเจนและสอดคล้องกันของวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธาณกุศล ส่งผลต่อทิศทางความร่วมมือในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เพื่อจัดการภัยพิบัติอย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับเครือข่าย โดยอาจมีแนวทางปฏิบัติงานที่แตกต่างขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน และแม้เกิดความขัดแย้งในการร่วมมือกับองค์การสาธาณกุศลก็ยึดวัตถุประสงค์ร่วมกันจนผ่านปัญหาไปได้

มูลนิธิได้เติกเชียงตุง นครศรีธรรมราช เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยทุกรูปแบบและสนับสนุนองค์กรที่ทำประโยชน์เพื่อสังคม แม้การปฏิบัติงานอาจกระทบต่อทรัพยากรขององค์การสาธาณกุศลเองจากการร่วมมือกับสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแต่องค์การสาธาณกุศลเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือในทุกกรณี **มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธาณกุศล** เพื่อช่วยเหลือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อน ผู้ประสบภัยและสนับสนุนเงินทุนองค์กรต่าง ๆ อาสาสมัครจะมุ่งเน้นที่เป้าหมายที่ผู้ประสบภัยเป็นสำคัญ ดังนั้นในความร่วมมือแม้เกิดปัญหาความขัดแย้งจากความล่าช้าของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยก็สามารถแก้ไขและก้าวข้ามปัญหาได้ และ**มูลนิธิธรรมรักษิมณิรัตน์** เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยหรือประชาชนที่ได้รับความลำบาก และสนับสนุนองค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ต่อสังคม โดยในความร่วมมือกับสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเกิดปัญหารูปแบบการปฏิบัติการที่ไม่สอดคล้องกันและการใช้อุปกรณ์ภัย แต่คำนึงถึงผู้ประสบภัยเป็นสำคัญทำให้การปฏิบัติดำเนินต่อไปได้

ประชาชนผู้ประสบภัย ประชาชนได้รับการช่วยเหลือที่ดี รวดเร็วและทั่วถึงขึ้นจากความร่วมมือระหว่างสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธาณกุศล ทำให้ประชาชนสูญเสียชีวิตและทรัพย์สินน้อยลง รวมทั้งฟื้นกลับมาใช้ชีวิตได้เร็วขึ้น

3. ปัจจัยอำนาจตัดสินใจในการปฏิบัติงาน การที่ผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธาณกุศลมีอำนาจในการตัดสินใจจัดการกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้ความรับผิดชอบของตนได้อย่างเต็มที่ ทันที เพื่อให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย อำนาจการตัดสินใจในการปฏิบัติงานไม่สามารถใช้ได้จริงในทุกตำแหน่ง โดยเฉพาะตำแหน่งในสำนักงาน เว้นแต่ตำแหน่งที่ลงพื้นที่ปฏิบัติการกิจที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน จะได้ใช้อำนาจตัดสินใจในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่

มูลนิธิได้เติกเชียงตุง นครศรีธรรมราช มีการมอบจัดแบ่งหน้าที่พร้อมทั้งความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน โดยผู้น้องการสาธาณกุศลให้ความเชื่อมั่นและอำนาจการตัดสินใจในการปฏิบัติงานแก่อาสาสมัครอย่างเต็มที่เพราะอาสาสมัครผ่านการอบรมและมีประสบการณ์ อีกทั้งบางกรณีที่ช่วยเหลือมีความเร่งด่วนมาก **มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธาณกุศล** อาสาสมัครทุกคนรู้หน้าที่ และความรับผิดชอบของตนเอง ทำให้การปฏิบัติงานไม่ทับซ้อนกัน และสามารถตัดสินใจให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยขณะนั้นได้ตามดุลยพินิจที่ผ่านการฝึกอบรมและความเชี่ยวชาญจากประสบการณ์ได้ทันที โดยเป็นกรณีขั้นรุนแรงขั้นหมดสติหรือเสียชีวิต จะประสานไปยังผู้นำและเจ้าหน้าที่ของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเพื่อวางแผนการปฏิบัติงานเพิ่มเติม และ**มูลนิธิธรรมรักษิมณิรัตน์** อาสาสมัครได้รับอำนาจการตัดสินใจในการปฏิบัติทุกคน โดยให้ร่วมกันประเมินสถานการณ์ และตัดสินใจให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยได้ทันที และสามารถเบิกใช้อุปกรณ์ขององค์การสาธาณกุศลได้ตามเหมาะสม โดยมีการรายงานความคืบหน้าให้ผู้นำนมูลนิธิทราบตลอด

ประชาชนผู้ประสบภัย ในส่วนการกู้ชีพกู้ภัยอาสาสมัครและพนักงานปฏิบัติการด้านสาธาณกุศลตัดสินใจแนวทางการช่วยเหลือได้ทันที ทำให้ประชาชนได้รับการช่วยเหลือได้รวดเร็ว เหมาะสม แต่ในส่วน

การสงเคราะห์ผู้ประสบภัยเช่นการแจกของบริจาค เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องไม่ได้ใช้อำนาจตัดสินใจในการคัดกรองผู้รับบริจาคเท่าที่ควร ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนและตกหล่นกับผู้รับบริจาค

4. ปัจจัยการติดต่อสื่อสารและประสานงาน การติดต่อสื่อสารและประสานงานกันระหว่างสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับองค์การสาธารณกุศลในทุกช่วงของภัยพิบัติ ตั้งแต่ก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และหลังเกิดภัย ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย มีการติดต่อสื่อสารและประสานงานกับองค์การสาธารณกุศลตั้งแต่ก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และหลังเกิดภัยอย่างต่อเนื่องและรับหน้าที่หลักในการเป็นผู้ออกประกาศเขตพื้นที่ประสบภัยเพื่อให้องค์การสาธารณกุศลสามารถลงพื้นที่ได้

มูลนิธิได้เติบแข็งตั้ง นครศรีธรรมราช การติดต่อประสานงานไปยังสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในสถานการณ์ภัยพิบัติค่อนข้างยาก อีกทั้งการเบิกขอใช้อุปกรณ์ชิ้นสูงของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยยามเร่งด่วนมีความลำบาก และสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกระจายงานความรับผิดชอบให้กับองค์การสาธารณกุศลไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น **มูลนิธิประชา**
ร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล คำสั่งการกระจายงานจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยมีความซ้ำซ้อน หลายคำสั่งการทำให้อาสาสมัครไม่สามารถปฏิบัติงานได้ถูก อีกทั้งการติดต่อเพื่อขอข้อมูลสำคัญในการลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยยังยุ่งยาก ไม่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ และไม่คอยได้รับการติดต่อจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยเว้นแต่สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยร้องขอทรัพยากรจากองค์การสาธารณกุศล และ**มูลนิธิธรรมรักษามิณรัตน์** องค์การสาธารณกุศลจะไม่ได้รับการตอบรับใดใดจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย โดยเฉพาะเมื่อติดต่อไปหา โดยเฉพาะเมื่อเกิดภัยพิบัตินอกเวลาราชการ และการช่วยเหลือประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ ไม่สามารถทำได้ทั้งที่พื้นที่หลายแห่งอยู่ติดกันเนื่องจากยังไม่ได้รับประกาศเขตพื้นที่ประสบภัยจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

ประชาชนผู้ประสบภัย ประชาชนติดต่อร้องขอความช่วยเหลือไปยังสำนักงานป้องกันและบรรเทา สาธารณภัยจะมีความยุ่งยากในเรื่องของเอกสาร และติดต่อได้ยากในยามเกิดภัยพิบัติ นอกจากนี้พยายามให้ความคุ้นเคยกับอาสาสมัครในการร้องขอความช่วยเหลือไปเช่นกันแต่มีทั้งที่ได้รับและไม่ได้รับความช่วยเหลือ เนื่องจากการประสานงานที่ขาดช่วงระหว่างกัน

5. ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน เป็นความคุ้นเคย ระดับความสนิทสนม ในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการด้านสาธารณภัยของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับอาสาสมัครองค์การสาธารณกุศลแต่ละแห่ง ที่มีผลต่อการทำงานร่วมกันในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ให้ความจริงใจ เป็นกันเองและให้ความสนิทเป็นการส่วนตัวกับองค์การสาธารณกุศลที่เข้าร่วมปฏิบัติงานด้วย มีความสัมพันธ์ในลักษณะ “ครู-ศิษย์” ในส่วนของพนักงานปฏิบัติการด้านสาธารณภัยในการลงพื้นที่ช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมกับอาสาสมัครองค์การสาธารณกุศล

มูลนิธิได้เติบแข็งตั้ง นครศรีธรรมราช มีความสนิทเป็นการส่วนตัวและเคารพกันมากระหว่างพนักงานปฏิบัติการด้านสาธารณภัยและอาสาสมัคร ในลักษณะ “ครู-ศิษย์” “พี่-น้อง” ซึ่งคุ้นเคยจากการฝึกอบรมกันทำให้การปฏิบัติงานช่วยเหลือผู้ประสบภัยร่วมกันมีความราบรื่น ทำงานร่วมกันเป็นทีมได้ดี **มูลนิธิ**
ประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล อาสาสมัครองค์การสาธารณกุศลกับเจ้าหน้าที่ของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยไม่ค่อยมีความคุ้นเคยกัน เนื่องจากไม่ได้มีการประสานงานกันบ่อยนัก แต่สามารถปฏิบัติงานร่วมกันได้ โดยอาสาสมัครให้เกียรติและรับฟังพนักงานปฏิบัติการด้านสาธารณภัยเป็นหลัก

เพื่อศึกษาความรู้และปรับปรุงการปฏิบัติงานของตนต่อไป และมูลนิธิธรรมรักษ์มีมติว่า อาสาสมัครร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการด้านสาธารณสุขเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยเป็นครั้ง ๆ ไป แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์เพิ่มเติมใดใด โดยเป็นลักษณะการแบ่งงานคนละซึ่งไม่ค่อยพูดคุยและประสานงานกันเท่าใด เนื่องจากไม่สนิทคุ้นเคยกัน รวมทั้งอาสาสมัครมีมุมมองว่าเจ้าหน้าที่สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยไม่เข้าหาทำความเข้าใจกับตนและเอนเอียงสนิทสนมกับอาสาสมัครบางแห่งเป็นพิเศษ

ประชาชนผู้ประสบภัย จากความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับอาสาสมัครที่แตกต่างกัน ทำให้ประชาชนได้รับความช่วยเหลือทั้งแบบที่มีประสิทธิภาพคือ ปลอดภัย รวดเร็ว ในขณะที่ประชาชนบางส่วนต้องเสี่ยงกับอันตรายที่อาจได้รับการไม่ประสานงานกันของทั้งสองฝั่ง

6. ปัจจัยทรัพยากรในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วยบุคลากรในการปฏิบัติงาน งบประมาณ และอุปกรณ์ในการกู้ภัยของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธารณกุศล ที่มีผลต่อการช่วยเหลือผู้ประสบภัย ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ปัญหางบประมาณไม่เพียงพอต่อการส่งเคราะห์ผู้ประสบภัย โดยมีทั้งได้รับงบประมาณไม่ครบถ้วนและไม่ได้รับในบางส่วน อีกทั้งบุคลากร และอุปกรณ์ยังไม่เพียงพอในการปฏิบัติงานทั้งในส่วนสำนักงานและในส่วนการลงพื้นที่ ทำให้การช่วยเหลือผู้ประสบภัยล่าช้า

มูลนิธิได้เด็กเชียงใหม่ นครศรีธรรมราช มีรายรับที่สามารถให้ความช่วยเหลือผู้ประสบภัยเองได้ รวมทั้งสนับสนุนสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยทั้งเงินสนับสนุนและสิ่งของบริจาคบางส่วนด้วย รวมทั้งจัดอบรมการกู้ภัยให้กับประชาชนและอาสาสมัครอื่น ๆ ด้วย และมีเงินเดือนให้กับอาสาสมัครทุกคน แต่ในส่วนอุปกรณ์กู้ภัย ยังขาดอุปกรณ์ขั้นสูงที่เหมาะสมกับรับมือสถานการณ์ในระยะยาว **มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล** อุปกรณ์ยังไม่เพียงพอต่อการรับมือสถานการณ์ที่รุนแรง โดยเฉพาะอุปกรณ์ขั้นสูงที่มีราคาแพง รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์จำนวนมากซึ่งไม่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแต่อย่างใด แม้ว่าจะเป็นการใช้อุปกรณ์ส่วนนี้ร่วมกันในการปฏิบัติงาน และบางครั้งไม่พบบุคลากรของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยในพื้นที่เกิดเหตุทั้งที่มีการแจ้งว่าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจัดสรรกำลังพลไว้แล้ว และมูลนิธิธรรมรักษ์มีมติว่า ค่าใช้จ่ายที่แบกรับสูง จากการใช้อุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแต่อย่างใด และบุคลากรของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยมีจำนวนน้อยหรือไม่พบในที่เกิดเหตุเลยทั้งที่จำนวนอาสาสมัครก็ไม่เพียงพออยู่แล้ว อีกทั้งอุปกรณ์ขั้นสูงที่ต้องพึ่งพาสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยหลายครั้งไม่สามารถใช้งานได้

ประชาชนผู้ประสบภัย ประชาชนได้รับสิ่งของบริจาคที่ไม่มีคุณภาพและไม่สามารถใช้งานได้จริงในสถานการณ์ภัยพิบัติ ทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจต่อการจัดการของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธารณกุศล อีกทั้งอุปกรณ์ในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธารณกุศลไม่เพียงพอ ทำให้แบ่งใช้ทรัพยากรไม่ลงตัว การช่วยเหลือประชาชนเกิดความล่าช้า

7. ปัจจัยการแสวงหาผลประโยชน์และการแทรกแซงการปฏิบัติงาน คือการที่บุคคลที่สามหรือกลุ่มหรือองค์การภายนอกเข้ามาข้องเกี่ยวในกระบวนการปฏิบัติงานของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับองค์การสาธารณกุศล รวมทั้งองค์การในความร่วมมือมีการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดผลกระทบหรือแทรกแซงแนวทางการปฏิบัติงานขององค์การอื่น ๆ ในความร่วมมือ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยไม่สะดวกใจจากการที่องค์การสาธารณกุศลระบุพื้นที่ให้บริการสิ่งของช่วยเหลือซึ่งอาจมีความซ้ำซ้อนในการช่วยเหลือแล้ว อีกทั้งการถูกต่อว่าจากบุคคลหรือองค์กรภายนอกต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยที่ล่าช้า เกิดความรู้สึกบั่นทอนและต้องการเลิกการปฏิบัติงาน

มูลนิธิได้เติบแข็งตั้ง นครศรีธรรมราช นักการเมืองที่มักเข้ามาข้องเกี่ยวเมื่อมีการบริจาคสิ่งของให้ผู้ประสบภัยจะเกิดการฉกฉวยเป็นผลงานของตน และเข้ามาสั่งการในกระบวนการจัดสรรสิ่งของทำให้เกิดความวุ่นวาย สับสนและล่าช้า **มูลนิธิประชาร่วมใจ องค์การสถานสาธารณกุศล** การทับซ้อนกันในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยระหว่างองค์การสาธารณกุศลแต่ละแห่ง เกิดความขัดแย้งและทะเลาะวิวาททำให้การปฏิบัติงานล่าช้า และ**มูลนิธิธรรมรักษ์มีมิตร** นักการเมืองเข้ามาร่วมด้วยกล่าวอ้างถึงว่าเป็นผลงานของตนในการช่วยเหลือผู้ประสบภัย สร้างความอึดอัดใจในการปฏิบัติงานให้อาสาสมัคร รวมทั้งยังมองว่าเจ้าหน้าที่ของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยสนิทสนมกับอาสาสมัครบางแห่งเป็นพิเศษนำไปสู่การแจกจ่ายทรัพยากรที่ล่าช้าให้ฝ่ายของตนมากกว่า

ประชาชนผู้ประสบภัย นักการเมืองที่ต้องการคะแนนเสียงและสร้างฐานความนิยมเข้ามาช่วยเหลือผู้ประสบภัยในตอนรับสิ่งของบริจาค ทั้งที่ก่อนหน้านี้ในช่วงขณะเกิดภัยพิบัติได้สนใจทุกซอกซอกของประชาชนแต่อย่างใดและเข้ามาสั่งการในกระบวนการการแจกสิ่งของบริจาค ทำให้เสียระบบที่จัดวางไว้ การได้รับความช่วยเหลือจึงล่าช้าและยุ่งยากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยมีผลต่อความสำเร็จของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์การสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยผู้นำ: ผู้นำแต่ละแห่งมีความเข้าใจในงานอย่างดีมีการสั่งการชัดเจนคำนึงผู้ประสบภัยและความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน เช่นการแบ่งพื้นที่ในการช่วยเหลือตามศักยภาพขององค์กร อีกทั้งช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดจากความไม่ชัดเจนระหว่างองค์การในเรื่องทรัพยากรหรือการประสานงานเพื่อจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้ราบรื่น ถือเป็นผู้นำชุมชนหรือองค์กรที่มีองค์ความรู้และศักยภาพในการปฏิบัติงานด้านสาธารณภัยเอื้อต่อการดำเนินงานร่วมกันของเครือข่ายเพื่อการจัดการภัยพิบัติ (สายฝน แสงหิรัญ ทองประเสริฐ, 2558) แต่ในมุมมองของประชาชนกลับมองผู้นำในมุมมองที่ทำให้การได้รับความช่วยเหลือล่าช้า เป็นการยึดติดกับตัวผู้นำมากเกินไปทั้งที่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในสถานการณ์ฉุกเฉินนั้นจะต้องสามารถลดความซับซ้อนของสภาพแวดล้อม (ทวิดา กมลเวชช, 2554)

ปัจจัยวัตถุประสงค์: การมีวัตถุประสงค์ร่วมกันที่ชัดเจนคือเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ทำให้ทั้งสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธารณกุศลเข้ามามีส่วนร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งโดยร่วมกันเป็นผู้นำและเห็นชอบร่วมกัน (Lank, 2005) ซึ่งทั้งสององค์การยึดมั่นในเป้าหมายจึงมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน สามารถก้าวข้ามปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงานได้ เป็นการที่องค์การที่ร่วมมือกันช่วยกันจัดการแก้ปัญหาเพื่อให้วัตถุประสงค์สำเร็จภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ (Agranoff & McGuire, 2003) สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรชัย ขอบยศ (2558) ที่สรุปว่าวัตถุประสงค์ในความร่วมมือของท้องถิ่นเป็นแกนหลักสำคัญในการขับเคลื่อนงานในบรรลุเป้าหมายที่ส่งผลถึงความสำเร็จในความร่วมมือการจัดการสาธารณภัยขององค์กรปกครองท้องถิ่น

ปัจจัยอำนาจตัดสินใจในการปฏิบัติงาน: การปฏิบัติงานด้านสาธารณภัยมักประสบกับเหตุการณ์หรือปัญหาเฉพาะหน้าที่ ซึ่งอาสาสมัครขององค์การสาธารณกุศลจะมีการใช้อำนาจตัดสินใจ

ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่โดยเฉพาะการช่วยเหลือในกรณีผู้ประสบภัยเร่งด่วน เป็นการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมบทบาทและการตัดสินใจในการดำเนินการของสมาชิก (ธีระพงษ์ แก้วหาญ, 2541) สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยตำแหน่งงานที่ใช้ความรู้เฉพาะทางจะสามารถใช้อำนาจการตัดสินใจได้จริง ขณะที่บางตำแหน่งจะไม่ได้ใช้อำนาจนั้นในการปฏิบัติงานเท่าที่ควรด้วยตำแหน่ง หน้าที่และกฎระเบียบราชการที่ครอบไว้ รวมทั้งการยึดถือผู้นำเป็นหลักและความกังวลต่อผลกระทบจากการตัดสินใจของตน ทำให้ผู้ปฏิบัติงานถือเป็นความไม่ยืดหยุ่นขององค์กร ในเรื่องกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ และการปรับแนวทางการทำงาน (ทวิดา กมลเวชช, 2554) ส่งผลถึงการบริจาส่งของยังเกิดความซ้ำซ้อนและตกหล่นกับผู้ประสบภัยที่รับบริจาค จากการบกพร่องในการตัดสินใจคัดกรองบุคคลที่เข้ารับบริจาคของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและองค์กรสาธารณกุศลในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย: กรณีศึกษาอุทกภัย จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจัยการติดต่อสื่อสารและประสานงาน: สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยมองว่ามีการติดต่อสื่อสารและประสานงานกับองค์กรสาธารณกุศลตลอดตั้งแต่ก่อนเกิดภัย ขณะเกิดภัย และเยียวยาผู้ประสบภัยหลังเกิดภัยเช่นกัน เป็นการปฏิบัติงานร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและจัดให้มีคณะกรรมการร่วมกันอย่างเป็นทางการ (เรวัตร ชาตรีวิศิษฐ์, 2539) แต่อย่างไรก็ตามองค์กรสาธารณกุศลกลับมองว่าการติดต่อระหว่างองค์กรเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากมีกระบวนการประสานงานหลายขั้นตอนและใช้เวลาทำให้หลายครั้งการปฏิบัติงานร่วมกันมีความติดขัด อีกทั้งมีการสั่งการจากสำนักงานฯ หลายหลายคำสั่งมีความซ้ำซ้อนและไม่ตอบโจทย์กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นเพราะการประสานงานที่ไม่ต่อเนื่องระหว่างองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และ อัญญา ณ ระนอง (2563) ที่พบว่ากลไกการประสานและการติดต่อสื่อสารในกระบวนการความร่วมมือของภาครัฐมีหลายขั้นตอน ยุ่งยาก ซ้ำยังขาดระบบประสานงานและเงื่อนไขในข้อตกลงการแบ่งงาน ทำให้ไม่มีแบบแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคในความร่วมมือ และการมีกติการคำสั่งหลายชุดทำให้เกิดความซ้ำซ้อนในการปฏิบัติงานเป็นอุปสรรคในการจัดรูปแบบความร่วมมือ (สุวิชัย จันทระปิฎก, 2560)

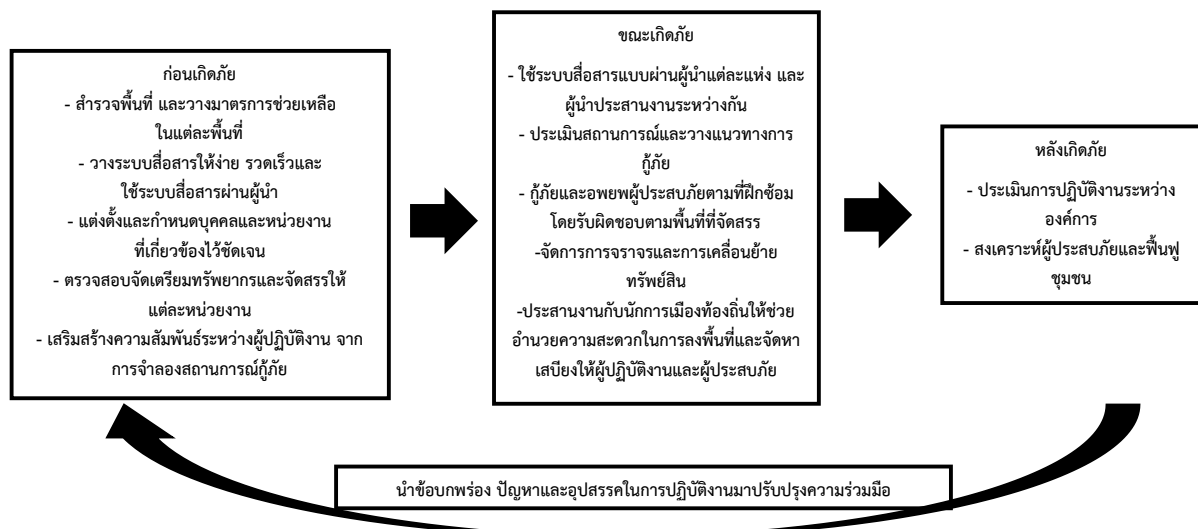
ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน: ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานระหว่างเจ้าหน้าที่สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับอาสาสมัครของมูลนิธิแต่ละแห่งก็มีความสนิทสนมที่ต่างกัน ทั้งใกล้ชิด ไม่คุ้นเคยแต่ประสานงานกันได้ และทั้งไม่คุ้นเคยและทำงานร่วมกันได้ยาก ทำให้เกิดความล่าช้าและความผิดพลาดในการให้ความช่วยเหลือมีผลต่อความปลอดภัยของผู้ประสบภัยและความเสียหายของทรัพย์สินมากขึ้น สอดคล้องกับ ทวิดา กมลเวชช (2563) ได้อธิบายหลักการปฏิบัติงานในภาวะฉุกเฉินว่าจะต้องมีหลักการประสานสอดคล้อง เพื่อให้มีการมอบหมายงานและเชื่อมโยงระหว่างกัน เช่นเดียวกับ ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และ อัญญา ณ ระนอง (2563) ที่ศึกษาความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในจังหวัดชายแดนใต้ ได้สรุปว่าการทำงานหลายภาคส่วนอาจส่งผลให้เกิดความไม่สัมพันธ์ ไม่เข้าใจและไม่ไว้วางใจกัน ทำให้ปกปิดข้อมูลและกลยุทธ์สำคัญในการแลกเปลี่ยนเพื่อการปฏิบัติงานและเกิดความไม่ร่วมมือขึ้น

ปัจจัยทรัพยากรในการปฏิบัติงาน: ทรัพยากรในการปฏิบัติงาน ในส่วนอุปกรณ์การกู้ภัยขององค์กรสาธารณกุศลจะสามารถรับมือต่อสถานการณ์ที่ไม่รุนแรงมากนักและเพียงระยะสั้นเท่านั้น จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์กู้ภัยขั้นสูงของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย แม้ในยามเร่งด่วนก็จะต้องยื่นเอกสารตามกระบวนการรัฐและบางครั้งอุปกรณ์ที่รัฐนำมาใช้ไม่พร้อมในการใช้งาน อีกทั้งค่าใช้จ่ายที่องค์กรสาธารณกุศลต้องแบกรับมีมากและจำนวนอาสาสมัครยังไม่เพียงพอต่อการจัดการสถานการณ์ภัยพิบัติที่เกิดขึ้น ซึ่งปัญหาทางการเงินและบุคลากรที่ขาดแคลนเป็นปัญหาหลักของมูลนิธิ (เกศสกุล สระกวี, 2562) เช่นเดียวกับ

ทางสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยแม้ว่าจะมีการจัดแบ่งงบประมาณสำหรับภัยพิบัติไว้ แต่ด้วยอุทกภัยมีความรุนแรงเกินที่คาดการณ์ก็ทำให้ประสบปัญหางบประมาณไม่เพียงพอและเจ้าหน้าที่รัฐบาลบางตำแหน่งมีจำนวนน้อยกว่าภาระงานทำให้ต้องใช้เวลาในการปฏิบัติงานมาก สอดคล้องกับ สุนทรชัย ขอบยศ (2558) พบว่าปัญหาในความร่วมมือด้านสาธารณภัยส่วนหนึ่งมาจากด้านบุคลากรที่มีจำนวนน้อยและขาดความรู้ในด้านสาธารณภัย ปัญหาด้านการคลังที่มีงบประมาณไม่เพียงพอทำให้จัดซื้ออุปกรณ์ที่มีราคาสูงได้ยากทำให้เกิดปัญหาด้านเครื่องมือการจัดการในการปฏิบัติงานที่ไม่สามารถจัดหาได้ตามมา

ปัจจัยการแสวงหาผลประโยชน์และการแทรกแซงการปฏิบัติงาน: ความร่วมมือระหว่างสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยกับองค์การสาธารณกุศลจะประสบกับการเข้ามาแสวงหาผลประโยชน์จากบุคคลที่สามซึ่งมักเป็นนักการเมืองท้องถิ่นในส่วนของการแจกสิ่งของบริจาคผู้ประสบภัย โดยอาศัยอำนาจตำแหน่งหน้าที่เข้ามาแทรกแซงกระบวนการช่วยเหลือจนทำให้ระบบที่จัดการไว้คลาดเคลื่อนและบุคคลภายนอก ไม่เข้าใจการปฏิบัติงานที่ใช้เวลาของรัฐ ทำให้เกิดการต่อว่าและแทรกแซงการปฏิบัติงานทำให้เป็นภาระและสร้างความอึดอัดใจให้กับเจ้าหน้าที่รัฐจนเกือบนำไปสู่การลาออกจากการปฏิบัติงานถือเป็นการแทรกแซงของแหล่งทุนที่เป็นกลุ่มผลประโยชน์หรือบุคคลภายนอกที่อาจจะเข้ามามีอิทธิพลเหนือนโยบายของความร่วมมือได้ และทำให้สมาชิกที่รู้สึกถูกครอบงำหรือถูกกีดกันอาจจะเลิกยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมของความร่วมมือได้ในที่สุด นับเป็นความท้าทายและสภาพปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องประสบในระหว่างความร่วมมือ (Gold Smith & Acker, 2009 อ้างถึงใน ปิยากร หวังมหาพร, 2555)

3) เสนอแนะแนวทางการร่วมมือระหว่างองค์การภาครัฐและองค์การสาธารณกุศล: ตัวแบบสานพลังจัดการสาธารณภัย



ภาพที่ 2 ตัวแบบสานพลังจัดการสาธารณภัย

จากตัวแบบสานพลังจัดการสาธารณภัยแล้วสามารถสรุปเป็นขั้นตอนการดำเนินงานได้เป็น 3 ระยะดังต่อไปนี้

1. ก่อนเกิดภัย: องค์การภาครัฐคือสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย และองค์การสาธารณกุศลแต่ละแห่งในพื้นที่ร่วมกันสำรวจพื้นที่ในจังหวัดเพื่อประเมินความเสี่ยงทางภัยพิบัติ ได้ทราบถึงจุดอ่อนและความเสี่ยงภัยที่จะเกิดขึ้นในพื้นที่นั้น ๆ รวมทั้งรวบรวมข้อมูลทางสถิติและข้อมูลทางกายภาพเพื่อให้ทราบถึงผลกระทบที่เคยเกิดขึ้นในอดีต และเพื่อวางระบบโครงสร้างพื้นฐานและมาตรการช่วยเหลือให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ ดังนี้

ระบบสื่อสารผ่านผู้นำ ผู้ปฏิบัติงานสังกัดนั้น ๆ สื่อสารกับผู้นำตนและผู้นำจะนำสารเหล่านั้นสื่อสารระหว่างผู้นำกันเอง เพื่อให้เกิดความเอกภาพ และสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยควรมีการรวบรวมขั้นตอนการออกคำสั่ง ประกาศแบบเร่งด่วน กำหนดบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยควรจัดทำทะเบียนรายชื่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไว้เป็นระบบและจัดทำบัตรเฉพาะบุคคล **ทรัพยากรในการปฏิบัติงาน** บุคลากรจะต้องมีจำนวนที่เพียงพอและได้รับการฝึกอบรมโดยตลอด ส่วนของอุปกรณ์ก็ควรมีการตรวจสอบ ซ่อมบำรุงทุก 6 เดือน และงบประมาณ หัวหน้าสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและหัวหน้าฝ่ายควรศึกษาเปรียบเทียบการใช้งบประมาณจากการจัดการอุทกภัยในครั้งก่อน เพื่อวางแผนการตั้งเบิกและการใช้จ่ายงบประมาณอย่างครอบคลุม และ**จำลองสถานการณ์การกู้ภัย**จะเป็นการฝึกซ้อมและเรียนรู้แนวทางการปฏิบัติงานการกู้ภัย ระหว่างเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการด้านสาธารณภัยและอาสาสมัครเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นในการกู้ภัย เกิดความสัมพันธ์ที่คุ้นเคยกันมากขึ้น

2. ขณะเกิดภัย: เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการด้านสาธารณภัยและอาสาสมัครองค์การสาธาณกุศลแต่ละแห่งลงพื้นที่ปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายในเขตพื้นที่ที่ตนรับผิดชอบ พร้อมทั้งประสานงานกับทางผู้นำองค์การตนเอง และขอความช่วยเหลือในการจัดการเส้นทางจราจรและเสบียงอาหารจากนักการเมืองท้องถิ่น

3. หลังเกิดภัย: ประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการประเมินร่วมกันกับตัวแทนของสำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย องค์การสาธาณกุศล และตัวแทนจากประชาชนผู้ประสบภัย ประเมินระบบโครงสร้างพื้นฐานและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และสำรวจความเสียหายและผลกระทบที่เกิดขึ้นในพื้นที่เพื่อประเมิน ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง และ**สงเคราะห์ผู้ประสบภัยและฟื้นฟูชุมชน** สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธาณกุศลลงพื้นที่วางแผนการฟื้นฟูพื้นที่ ซ่อมแซมบ้านเรือนของผู้ประสบภัยและวางแผนพัฒนาพื้นที่ให้ลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติลง โดยปรึกษาร่วมกับผู้นำชุมชนและผู้คนในชุมชน นอกจากนี้สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การสาธาณกุศลจัดการบริจาคสิ่งของและเงินช่วยเหลือที่ชัดเจนในเรื่องกฎเกณฑ์การรับสิ่งของบริจาค และลดความยุ่งยากของขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออก โดยอาจส่งมอบของบริจาคให้ทางผู้นำชุมชนหรือคณะกรรมการชุมชนไปแจกจ่ายหรือให้ตัวแทนอาสาสมัครและตัวแทนเจ้าหน้าที่รัฐไปแจกจ่ายโดยที่สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยและองค์การ สาธาณกุศลจะต้องจัดทำรายชื่อประชาชนในพื้นที่อย่างชัดเจนทั้งคนที่มิทะเบียนบ้านในพื้นที่และไม่มีเพื่อมิให้เกิดการตกหล่น รวมทั้งตรวจสอบผลการแจกจ่ายในภายหลังเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง

กิตติศักดิ์ แสงทอง. (2557). รูปแบบความร่วมมือในการจัดการน้ำท่วมระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน: กรณีศึกษาพื้นที่น้ำท่วมซ้ำซากในภาคใต้ของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) บัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).

เกศสกุล สระแก้ว. (2562). คนรุ่นใหม่กับความคาดหวังต่อการทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชน. วารสารวิทยาการจัดการ, 36(1), 102-127.

ทวีดา กมลเวช. (2554). คู่มือการจัดการภัยพิบัติท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.

ทวีดา กมลเวช. (2563). มหัตศรัยของอุทกภัยแบบไทยไทย. วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 9(3), 1-22.

ไทยโพสต์. (2563, 10 ธันวาคม). น้ำท่วมภาคใต้คลี่คลาย สรุยอดผู้เสียชีวิต 29 คน 'เมืองคอน' มากสุด.

ไทยโพสต์ อีสรภาพแห่งความคิด. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/main/detail/86478>

- ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2562, 6 มกราคม). หาง “ปาบึก” พาดชายหาดตะวันออกและ “ภาคใต้” ยับเยิน. ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/local/south/1462639>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2562, 3 มกราคม). ประสบการณ์ตรง 56ปี แหลมตะลุมพุก ศพเกลื่อนเต็มหาด "ตายตรงไหนฝังตรงนั้น". สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1460686>
- ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์. (2541). การพัฒนารูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐและองค์กรพัฒนาเอกชน ในการนำนโยบายการสาธารณสุขมูลฐานไปสู่การปฏิบัติระดับจังหวัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- ปิยากร หวังมหาพร. (2555). **ความร่วมมือในการบริหารจัดการโรงเรียนผู้สูงอายุ: การวิเคราะห์ข้ามกรณี** (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- เรวัตร ชาตรีวิศิษฐ์. (2539). **การบริหารองค์กรยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : ธรรมนิติ.
- ศิริลักษณ์ คัมภีรานนท์ และ อัญชา ณ ระนอง. (2563). ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในจังหวัดชายแดนใต้. **วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**, 31(1), 1-16.
- สัมมา คีตสิน. (2553). **ผู้บริหารองค์กรภาครัฐ**. ศูนย์ข้อมูลลอจิสติกส์ ฐานการอาคารสงเคราะห์.
- สายฝน แสงหิรัญ ทองประเสริฐ. (2558). เครือข่ายองค์กรชุมชนเพื่อการจัดการภัยพิบัติในคาบสมุทรสทิงพระ จังหวัดสงขลา. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2558). **แผนป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ.2558**. สืบค้นจาก http://nrt.disaster.go.th/inner.nst-9.137/download/menu_2408/1228.1/
- สุนทรชัย ขอบยศ. (2558). **การศึกษาความร่วมมือด้านการจัดการสาธารณภัยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษา เทศบาลเมืองร้อยเอ็ดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นข้างเคียง**. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pajournal/article/download/74727/60304>
- สุวิชญา จันทรปิฎก. (2560). **การจัดรูปแบบความร่วมมือพลเรือนและทหารของประเทศไทย ภายใต้ความตกลงอาเซียนว่าด้วยการจัดการภัยพิบัติ และการตอบโต้สถานการณ์ฉุกเฉิน (AADMER)**. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Agranoff, R., & McGuire, M. (2003). **Collaborative public management: New strategies for local governments**. Georgetown University Press.
- Cramer, S. F. (1998). **Collaboration: A Success Strategy for Special Educators**. ERIC.
- Green, A., & Matthias, A. (1996). **Non-governmental organizations and health in developing countries**. Springer.
- Lank, E. (2005). **Collaborative advantage: how organisations win by working together**. Springer.

บุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด

สมพล พงษ์ว่า¹
เสาวนีย์ สมันต์ตรีพร²
รัชสิทธิ์ เสวกเสนีย์³

Received 21 January 2022

Revised 5 March 2022

Accepted 23 March 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารของบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด จำนวน 205 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ตัวแบบสมการโครงสร้างบุพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด กับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าสถิติผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $\chi^2/df = 1.01$, $P = 0.452$ และ RMSEA = 0.00 และโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสีย และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน คงองค์ประกอบและตัวแปรสังเกตเดิม สำหรับโมเดลวัดคุณภาพบริการ มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ โดยตัดองค์ประกอบย่อย ความรวดเร็วในการขนส่ง ตามผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของข้อคำถาม และ 2) ผลการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของงานวิจัย พบว่า การกำจัดความสูญเสียเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมา คุณภาพการบริการ โดยมีขนาดของอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานเท่ากับ 0.56 และ 0.39 ตามลำดับ เป็นขนาดอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนได้ร้อยละ 88

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เลขที่ 282 มหาวิทยาลัยรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

อีเมล: sptwa@hotmail.com

² หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ แขวงหนองค้างพลู เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร 10160

อีเมล: film.phd5@gmail.com

³ นักวิจัยอิสระ

อีเมล: ratchasit95@gmail.com

ANTECEDENTS EFFECTING THE SUCCESS OF THE LOGISTIC EXPRESS PROVIDER IN THAILAND: A CASE STUDY OF NIM EXPRESS CO., LTD.

Sompon Thungwha¹

Saowanee Samantreeporn²

Ratchasit Sewoksenee³

Abstract

This study was making designed to investigate the causal model of structural equation modeling effecting the success of logistic express providers in Thailand. The study was a case study. The sample of the study was comprised of 205 administrators working for the Nim Express Company Limited. The study instrument was a set of self administered questionnaires. The collected data were analyzed by resorting to description statistics (percentage, mean, standard deviation, and the confirmatory approach.)

The results of the data analysis were as follows: 1) The preposition model of the structural equation modeling influencing the success of logistic express provider was found to the congruent with the empirical data; all the statistical values met the criteria: $\chi^2/df = 1.01$, $P = 0.452$ and $RMSEA=0.00$. As for the models used for measuring the waste reduction and the success of logistic express providers, It appeared that the components and the observed variables remained unchanged whereas the model used for measuring the service quality had its minor components such as the logistics speediness cut off base on the reliability of the questions. And 2) As a result of the analysis of the causal model; it was found that the waste reduction factor had the greatest influence on the success of the logistic express providers, followers by the service quality: the coefficients of the two factors were 0.56 and 0.35 respectively, and they could explain the variance of the success of logistic express providers in the magnitude of 88 percent.

Keywords: Service Quality, Waste Reduction, The Success of Logistic Express Provider

¹ Faculty of Business Administration Ramkhamheang University, 282 Hua Mak, Bang Kapi, Bangkok 10240
Email: sptwa@hotmail.com

² Doctor of Philosophy Program in Business Administration Southeast Asia University, Nonghkaem, Bangkok 10160
Email: film.phd5@gmail.com

³ Independent Researcher
Email: ratchasit95@gmail.com

บทนำ

ตลาดธุรกิจขนส่งพัสดุตั้งแต่ปี 2560-2563 มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 40 ต่อปี โดยในปี 2563 ตลาดขนส่งพัสดุมูลค่า 66,000 ล้านบาท จำนวนพัสดุขนส่ง 4 ล้านชิ้นต่อวัน เนื่องมาจากมูลค่าอีคอมเมิร์ซไทยในรอบหลายปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะช่วงวิกฤติโควิด 19 คาดว่าจะเติบโตอย่างก้าวกระโดดจากพฤติกรรมวิถีใหม่ที่คนไทยซื้อขายสินค้าออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยอีคอมเมิร์ซไทยแบบ B2C (Business to Customer) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการระหว่างเจ้าของธุรกิจและผู้บริโภครายบุคคลมีมูลค่าสูงสุดในกลุ่มประเทศอาเซียน และในการกลับมาระบาดของโควิด 19 ในปี 2564 นี้ ประชาชนทั่วไปยังต้องเพิ่มความระมัดระวัง เลี่ยงการจับเงินสด ลดการเดินทางออกนอกบ้าน การซื้อขายสินค้าออนไลน์ยิ่งทวีการเติบโต (สุภาวดี จรุงธรรมโชติ, 2564)

ตลาดขนส่งพัสดุในปี 2561 ผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 ราย มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 80 คือ ไปรษณีย์ไทย (ร้อยละ 41) เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 39) และ ลาซาด้า เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 8) และผู้ประกอบการขนาดกลาง คือ นิม เอ็กซ์เพรส (ร้อยละ 3) (ผู้จัดการสุดสัปดาห์, 2564) โดยบริษัทขนส่งพัสดุภาคเอกชนในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งนอกจากไปรษณีย์ไทยที่เป็นรัฐวิสาหกิจแล้ว บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทขนส่งพัสดุของคนไทยที่สามารถแข่งขันในตลาดระดับประเทศ โดยในปี 2563 มีรายได้ 1,160 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23 จากปีก่อนหน้า (มติชน, 2564) มีส่วนแบ่งตลาดเป็นลำดับที่ 6 รองจากผู้ประกอบการรายใหญ่ 5 ลำดับแรก คือ ไปรษณีย์ไทย เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ลาซาด้า เอ็กซ์เพรส เจแอนด์ที และแฟลช เอ็กซ์เพรส (มาร์เก็ตตี้, 2564)

งานวิจัยในครั้งนี้จึงทำการศึกษาคูณภาพการบริการ และการกำจัดความสูญเสียซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย โดยใช้โมเดลวัดของ สมพล พงษ์หว้า (2564) กับกรณีศึกษาบริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทขนส่งพัสดุด่วนของคนไทยที่มีความสามารถแข่งขันในระดับประเทศ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

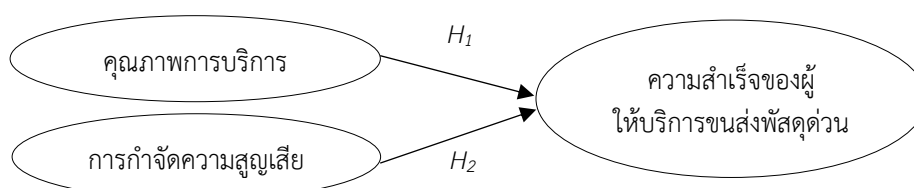
เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 การกำจัดความสูญเสียมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้โมเดลวัดคุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนของ สมพล พงษ์หว้า (2564) การทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปสู่กรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการโดยทั่วไปเป็นความสามารถในสร้างสรรค์การบริการให้มีความโดดเด่นสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ในปี 1988 Parasuraman, Zeithaml, and Berry ได้นำเสนอแบบจำลองวัดคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL โดยอาศัยการประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ต่อมา Parasuraman et al. (1990) ได้พัฒนาเหลือ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความเชื่อถือได้ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า 4) การประกันคุณภาพ และ 5) ความเข้าใจ

สมพล พงษ์หว้า (2564) พัฒนาโมเดลวัดคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและองค์ประกอบเชิงยืนยัน ได้องค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นมืออาชีพ 2) พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน 3) พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน 4) ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ 5) ความรวดเร็วในการขนส่ง 6) การสร้างความแตกต่าง และ 7) บริการเสริมพิเศษ และตัวแปรสังเกต 41 ตัวแปร สำหรับใช้เป็นโมเดลวัดคุณภาพการบริการของงานวิจัยในครั้งนี้

การกำจัดความสูญเสีย

กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจแนวทางหนึ่งที่ยอมรับ คือ การกำจัดความสูญเสีย เนื่องจากกระบวนการทำงานในการผลิตสินค้าหรือบริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การลดต้นทุนทำให้เกิดความประหยัด และลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการ กรอบแนวคิดในการกำจัดความสูญเสียโดยทั่วไปใช้หลักการขจัดความสูญเสีย 7 ประการ (7 Waste) ประกอบด้วย 1) ความสูญเสียที่เกิดจากการผลิตมากเกินไป 2) ความสูญเสียที่เกิดจากการรอคอย 3) ความสูญเสียที่เกิดจากของเสียมากเกินไป 4) ความสูญเสียที่เกิดจากการขนส่ง 5) ความสูญเสียที่เกิดจากการคลังสินค้าและสินค้าคงคลัง 6) ความสูญเสียที่เกิดจากการเคลื่อนไหวมากเกินไป และ 7) ความสูญเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตและกระบวนการทำงานมากเกินไป (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2564)

สมพล พงษ์หว้า (2564) พัฒนาโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสียของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ได้องค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ 1) การกำจัดความสูญเสียในของเสีย 2) การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง 3) การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย และ 4) การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต และตัวแปรสังเกต 34 ตัวแปร ซึ่งใช้เป็นโมเดลวัดของงานวิจัยในครั้งนี้

ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

การขนส่งพัสดุเป็นการเคลื่อนย้ายพัสดุจากตำแหน่งหนึ่งไปยังอีกตำแหน่งหนึ่ง จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา (2543) อธิบายเป้าหมายของการจัดการการขนส่ง 7 ประการ ได้แก่ 1) ลดต้นทุน เช่น ลดค่าน้ำมัน ค่าแรงงาน ค่าบำรุงรักษา 2) เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เช่น เป้าหมายจำนวนการใช้รถยนต์และพนักงานเท่าเดิมแต่บรรทุกได้ในปริมาณที่มากขึ้น 3) สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ด้วยบริการที่ดีไม่มีข้อตำหนิ และลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก 4) ลดระยะเวลา การขนส่งที่ดีต้องรวดเร็ว เร็วกว่าคู่แข่ง 5) สร้างรายได้เพิ่ม

การจัดการการขนส่งที่ดีจะต้องเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท 6) เพิ่มผลกำไร โดยทั่วไปถูกมองว่าเป็นผลพลอยได้จากการจัดการเพื่อลดต้นทุน และ 7) เพิ่มความปลอดภัยในการทำงาน

สมพล พงษ์ว่า (2564) ได้พัฒนาโมเดลวัดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ได้ตัวแปรสังเกต 10 ตัวแปร ได้แก่ 1) ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ 2) พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน 3) บริษัทมีความสามารถด้านการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง 4) บริษัทมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม 5) พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน 6) บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา 7) บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า 8) บริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ 9) บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง และ 10) บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งใช้เป็นโมเดลวัดของงานวิจัยในครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมพล พงษ์ว่า (2564) ทำโครงการวิจัย เรื่อง คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุภาครัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน จำนวน 400 คน สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ และจำนวน 479 คน สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิจัย ดังนี้

1. พัฒนาโมเดลวัดคุณภาพการบริการ ได้องค์ประกอบย่อย 7 องค์ประกอบ ตัวแปรสังเกต 41 ตัวแปร

2. พัฒนาโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสีย ได้องค์ประกอบย่อย 4 องค์ประกอบ ตัวแปรสังเกต 34 ตัวแปร

3. พัฒนาโมเดลวัดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 10 ตัวแปร

4. ตัวแปรวิถีใหม่ของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนซึ่งประกอบด้วยคุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนมีขนาดของอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานเท่ากับ .89 ที่ระดับนัยสำคัญ .01

รวมพล จันทศาสตร์ (2563) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลดความสูญเสียและเพิ่มคุณค่าของผู้ให้บริการขนส่งและการคลังสินค้า ใช้การวิจัยแบบผสมผสานด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญ 8 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริหารในธุรกิจขนส่งของจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัย พบว่า การจัดการคุณภาพ กระบวนการไหล การจัดการ การขนส่งสินค้า และการคลังสินค้า ส่งผลทางบวกต่อการลดการสูญเสียที่ระดับนัยสำคัญ .01 และการลดการสูญเสียส่งผลทางบวกต่อการเพิ่มคุณค่า ที่ระดับนัยสำคัญ .01

พิมพ์ชนก อรรถวิเวก (2562) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ให้บริการ จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

Ali, Zailani, Iranmanesh, and Foroughi (2019) ศึกษาผลกระทบของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมต่อการกำจัดความสูญเสีย พลังงาน และการจัดการทรัพยากรและผลการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน เก็บรวบรวม

ข้อมูลจากกลุ่มอุตสาหกรรมในประเทศมาเลเซีย 173 แห่ง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า การกำจัดความสูญเสียส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานอย่างยั่งยืน

ชลดา พุ่มกะเนาว์ (2558) ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอาหารเสริม: กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทริไลท์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เคยใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 400 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ด้านการดูแลลูกค้า ด้านวัดผลได้ ด้านคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้น ด้านส่วนประสมการตลาด และความสมเหตุสมผลมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .01

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป็นผู้บริหารของบริษัท นีเม เอ็กซ์เพรส จำกัด กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามกฎของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2014, p. 574) จำนวนไม่น้อยกว่า 150 ตัวอย่าง ตามขนาดของโมเดลของการวิจัยที่มีตัวแปรแฝงไม่เกิน 7 ตัวแปร และจะต้องมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ไม่น้อยกว่า 0.50 ทุกตัวแปร สุ่มตัวอย่างแบบพื้นที่ (area sampling) เนื่องจากประชากรกระจายเป็นกลุ่มตามจังหวัด จำนวน 77 จังหวัด และใช้การเลือกแบบโควตาโดยเป็นผู้บริหารระดับสูงและสาขา จังหวัดละ 3 คน รวม 231 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามตามผลการวิจัยของ สมพล พุ่มหว่า (2564) แบ่งข้อคำถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาทำงานในองค์กร เป็นข้อคำถามตรวจรายการ (Check list) และเติมในช่องว่าง

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ จำนวน 41 ข้อ เป็นข้อคำถามตรวจรายการแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต สเกล และเลือกตอบได้เพียง 1 ครั้ง

ตอนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับการกำจัดความสูญเสีย จำนวน 34 ข้อ เป็นข้อคำถามตรวจรายการแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต สเกล และเลือกตอบได้เพียง 1 ครั้ง

ตอนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน จำนวน 10 ข้อ เป็นข้อคำถามตรวจรายการแบบประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต สเกล และเลือกตอบได้เพียง 1 ครั้ง

เกณฑ์การให้คะแนนข้อคำถามตรวจรายการแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบลิเคิร์ต สเกล และเลือกตอบได้เพียง 1 ครั้ง ใช้เกณฑ์ของ (Best & Kahn, 1995, pp. 246-247) ประกอบด้วย (ก) ระดับ 5 มากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน (ข) ระดับ 4 มาก เท่ากับ 4 คะแนน (ค) ระดับ 3 ปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน (ง) ระดับ 2 น้อย เท่ากับ 2 คะแนน และ (จ) ระดับ 1 น้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับประเด็นย่อยและประเด็นหลักที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence: IOC) โดยความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ใช้เกณฑ์ของ Rovinelli and Hambleton (1977) คือ (ก) คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50-1.00 มีความสอดคล้อง และ (ข) คะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 0.50 ควรพิจารณาปรับปรุง หรือคัดออก

2. ตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของคอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) จากแบบสอบถามที่ทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ยอมรับที่ค่า α มากกว่า หรือเท่ากับ 0.50 (Hinkle, William, & Stephen, 1998, p. 118)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร/องค์ประกอบ	IOC	α
คุณภาพการบริการ	0.80-1.00	
1. ความเป็นมืออาชีพ	1.00	.94
2. พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน	0.80-1.00	.89
3. พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน	0.80-1.00	.78
4. ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ	0.80-1.00	.77
5. ความรวดเร็วในการขนส่ง	1.00	.42
6. การสร้างความแตกต่าง	1.00	.91
7. บริการเสริมพิเศษ	1.00	.71
การกำจัดความสูญเสีย	0.80-1.00	
1. การกำจัดความสูญเสียในของเสีย	0.80-1.00	0.96
2. การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง	0.80-1.00	0.96
3. การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย	0.80-1.00	0.89
4. การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต	0.80-1.00	0.84
ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน	1.00	0.95

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อมั่นของแบบสอบถามผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทั้งหมดสามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ยกเว้นตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ องค์ประกอบย่อยที่ 5 ความรวดเร็วในการขนส่ง (Logistics Speediness: LSD) ค่า α ได้ 0.42 ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.50) ซึ่งเมื่อได้พิจารณาข้อคำถามทั้ง 3 ข้อ พบว่า LSD1 บริษัทพัฒนาคุณภาพการส่งมอบพัสดุแบบ Same day อย่างต่อเนื่อง LSD2 บริษัทให้บริการความเร็วพิเศษ Same day และ LSD3 บริษัทสามารถส่งมอบพัสดุแบบ Next day ได้ทุกตำบลทั่วประเทศ พบว่า บริษัทยังไม่เปิดบริการ Same day และข้อคำถาม LSD3 เป็นมาตรฐานขั้นพื้นฐานของบริษัท ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงพิจารณาตัดองค์ประกอบย่อยความรวดเร็วในการขนส่ง (LSD) ออก ตามผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยดำเนินการ 1) ประสานฝ่ายบริหารของบริษัท นิคม เอ็กซ์เพรส จำกัด 2) มีหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย 3) ดำเนินการแจกแบบสอบถาม และ 4) ติดตามและเก็บรวบรวมแบบสอบถามจนครบจำนวน

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับ จำนวน 205 ชุด ไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป และนำเสนอข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean: M) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 205 คน พบว่า ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่ง ผู้จัดการ/หัวหน้าสาขารับ-ส่ง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 88.78 รองลงมา หัวหน้าศูนย์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.34 ด้านเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 64.39 ด้านอายุ ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 36 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 60.98 รองลงมา 37-44 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 32.68 ด้านระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ ปวช./ม.6 จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 37.56 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 36.59 ด้านอายุงาน ส่วนใหญ่มีอายุงาน 6-10 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 44.88 รองลงมา ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 30.24

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรคุณภาพการบริการ การกำจัดความสูญเสีย และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน ดังตาราง

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism: PFS)	4.20	.68	3
1. บริษัทมีแผนการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.26	.68	7
2. บริษัทใช้เกณฑ์คุณภาพระดับสากลในการประเมิน/วัดผลการดำเนินงานขององค์กร	4.23	.64	8
3. บริษัทมีแผนการฝึกอบรมและส่งเสริมความก้าวหน้าตามสายอาชีพของพนักงาน	4.09	.70	12
4. บริษัทกำหนดให้มีการคัดเลือกพนักงานด้วยการทดสอบความรู้ความสามารถก่อนรับเข้าปฏิบัติงาน	3.95	.71	15
5. บริษัทมีการกำหนดมาตรการคัดกรองพนักงานและลูกค้าตามข้อกำหนดของทางราชการ	4.14	.76	10
6. บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในศูนย์คัดแยกพัสดุด่วนขนส่ง จุฬารับส่งพัสดุและพัสดุ	4.08	.73	13
7. บริษัทมีการกำหนดมาตรการให้ทำความสะอาดและพ่นน้ำยาฆ่าเชื้อในสถานที่ปฏิบัติงาน	4.20	.64	9
8. บริษัทมีการกำหนดคุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของพนักงาน	4.42	.58	2
9. มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของบริษัทเริ่มต้นด้วยการสร้างความเข้าใจในการปฏิบัติตัวของพนักงานในสถานที่ทำงาน	4.31	.61	6
10. บริษัทมีการกำหนดเกณฑ์ประเมินผล/เกณฑ์วัดผลการปฏิบัติงานของพนักงาน	4.47	.59	1
11. บริษัทกำหนดวิสัยทัศน์เป็นมืออาชีพด้านคุณภาพในระดับสากล	4.34	.64	4
12. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงานร่วมกันเป็นทีม	4.03	.74	14
13. บริษัทส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุขด้วยการมีใจรักในองค์กรและงานบริการ	4.34	.63	5
14. บริษัทมีเวที/กิจกรรม/ช่องทางที่เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นริเริ่มสร้างสรรค์/สร้างนวัตกรรมในการปรับปรุงคุณภาพงานและการบริการ	4.42	.62	3
15. บริษัทปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และองค์กรให้แก่พนักงาน	3.82	.79	16
16. บริษัทส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี	4.11	.84	11
พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (Allies and Stakeholders: ASH)	4.21	.73	2
1. บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจให้บริการเปิดจุดรับพัสดุในชุมชน	4.20	.72	6
2. บริษัททำข้อตกลงร่วมเป็นพันธมิตรในการขนส่งพัสดุกับแพลตฟอร์มออนไลน์	3.86	.83	9
3. บริษัททำข้อตกลงทางธุรกิจกับผู้สนใจในการขนส่งพัสดุในท้องที่ทุรกันดาร ห้างไกล	3.83	.84	10
4. บริษัทใช้กลยุทธ์ “ราคาเหมาะสม” ในการให้บริการ	4.32	.66	5

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
5. บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการให้บริการรับชำระเงินผ่านระบบ QR Code/บัตรเครดิต เดบิต	4.10	.82	7
6. บริษัททำข้อตกลงความร่วมมือกับพันธมิตรในการขนส่งพัสดุ	4.00	.84	8
7. บริษัทให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในการออกแบบวัสดุหุ้มห่อให้เหมาะสมกับพัสดุ	4.55	.68	1
8. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันสำหรับให้ลูกค้าเรียกใช้บริการรับพัสดุได้ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	4.34	.62	4
9. บริษัทให้ความสำคัญกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อม เช่น มีโครงการใช้รถยนต์พลังงานสะอาดในการขนส่ง เป็นต้น	4.50	.62	2
10. บริษัทรักษามาตรฐานการส่งมอบพัสดุแบบ Next Day อย่างต่อเนื่อง	4.35	.63	3
พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (Mission of Logistics Express Provider: MLEP)	3.87	.83	6
1. บริษัทให้บริการจำหน่ายกล่อง ซอง วัสดุหุ้มห่อ	3.99	.78	2
2. บริษัทจัดตั้งศูนย์คัดแยกและศูนย์กระจายพัสดุครอบคลุมการให้บริการทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	4.00	.76	1
3. บริษัทเปิดบริการทุกวัน (จันทร์-อาทิตย์) ไม่มีวันหยุด	3.63	.97	4
4. บริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยการเปิดให้บริการในทุกสถานการณ์	3.85	.82	3
ความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ (Service Areas Coverage: SAC)	4.05	.75	4
1. บริษัทเปิดจุดรับพัสดุทุกตำบลทั่วประเทศ	4.04	.84	3
2. บริษัทเปิดสำนักงานสาขารับพัสดุทุกอำเภอทั่วประเทศ	4.06	.63	2
3. บริษัทเปิดจุดรับพัสดุในพื้นที่ชุมชนทั่วประเทศ	4.01	.79	4
4. บริษัทมีพันธมิตรในการให้บริการส่งมอบพัสดุในพื้นที่ทุรกันดาร หรือห่างไกลทุกจุดทั่วประเทศ	4.08	.74	1
การสร้างความแตกต่าง (Differentiation: DFR)	4.36	.61	1
1. บริษัทให้บริการขนส่งสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น สินค้าเกษตร สินค้าแช่เย็น และอื่น ๆ	4.40	.59	1
2. บริษัทให้บริการทำข้อตกลงในการให้บริการขนส่งแก่ลูกค้าเฉพาะราย	4.31	.62	2
บริการเสริมพิเศษ (Additional Services: ADS)	3.98	0.78	5
1. บริษัทมีระบบส่งมอบพัสดุอัตโนมัติ ณ สาขา ตลอด 24 ชั่วโมง	4.02	.74	1
2. บริษัทให้บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.93	.82	2

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ (SQ) พบว่า องค์ประกอบย่อยการสร้าง ความแตกต่าง (DFR) มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH) และความเป็นมืออาชีพ (PFS) ตามลำดับ สำหรับ องค์ประกอบย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (MLEP)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปรแฝงการกำจัดความสูญเสีย

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (Reduction in Waste: RIW)	4.33	.64	1
1. บริษัทมีข้อกำหนดเกี่ยวกับขั้นตอนในการรับมอบ-ส่งมอบพัสดุ	4.35	.62	5
2. บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการรับประกันมูลค่าพัสดุเบื้องต้น	4.24	.62	13
3. บริษัทให้บริการรับประกันพัสดุดำเนินการตามมูลค่าของสินค้าสูงสุดไม่เกินชิ้นละ 50,000 บาท	4.33	.63	8
4. บริษัทมีการจัดทำประกาศข้อกำหนด/เงื่อนไขในการหุ้มห่อเพื่อป้องกันความเสียหายของพัสดุ	4.35	.61	7

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
5. ศูนย์คัดแยกปลายทางคัดแยกพัสดุส่งไปยังจังหวัดปลายทาง	4.35	.62	5
6. กรณีส่งมอบพัสดุครั้งแรกไม่สำเร็จและโทรศัพท์ติดต่อผู้รับพัสดุไม่ได้ พนักงานส่งพัสดุจะติดต่อผู้รับผ่านใบแจ้ง/โทรศัพท์/แอปพลิเคชันเพื่อนัดนำจ่ายพัสดุนัดครั้งที่ 2	4.35	.60	4
7. ศูนย์คัดแยกพัสดุดำเนินการคัดแยกและจัดส่งพัสดุไปยังศูนย์คัดแยกปลายทาง/จังหวัดปลายทาง	4.17	.68	14
8. บริษัทมีนโยบายให้พนักงานส่งมอบพัสดุโทรหาผู้รับพัสดุก่อนส่งมอบพัสดุได้	4.33	.66	9
9. บริษัทกำหนดให้สาขารวบรวมพัสดุส่งไปยังศูนย์คัดแยกพัสดุ	4.32	.64	10
10. พนักงานส่งมอบพัสดุนัดจ่ายพัสดุตามลำดับการถึง ก่อน-หลัง	4.42	.66	1
การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (Reduction in Waste: RIW)			
11. บริษัทมีนโยบายลดต้นทุนด้านแรงงานด้วยการควบคุมสัดส่วนของพนักงานประจำและพนักงานชั่วคราว	4.42	.66	1
12. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับ ติดตามและส่งมอบพัสดุตลอดเส้นทาง	4.32	.71	11
13. บริษัทเป็นผู้วางแผนกำหนดเส้นทางการขนส่งและควบคุมระยะเวลาในการเดินทางของรถขนส่ง	4.39	.61	3
14. บริษัทจัดพัสดุให้เต็มปริมาตรบรรทุกของรถขนส่งให้มากที่สุด	4.28	.68	12
การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (Waste Reduction in Logistics: WIL)			
	4.15	.68	3
1. บริษัทมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณ ของสินค้า	3.95	.75	8
2. บริษัทกำหนดแนวทางในการจัดเรียงวัสดุคงคลังให้มองเห็นได้ชัดเจนและตรวจนับได้ง่าย	3.90	.76	9
3. บริษัทมีการกำหนดจุดสั่งซื้อเมื่อวัสดุคงเหลือถึงระดับที่กำหนด	4.18	.66	5
4. บริษัทควบคุมต้นทุนค่าขนส่งแต่ละเส้นทางโดยเปรียบเทียบกับต้นทุนมาตรฐาน	4.17	.64	6
5. บริษัทจัดทำคู่มือกำหนดมาตรฐานในการคัดแยกพัสดุ	4.21	.64	4
6. บริษัทใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง	4.37	.61	1
7. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการจัดการวัสดุคงคลัง	4.07	.74	7
8. บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ	4.27	.65	2
9. บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับพัสดุที่สาขา	4.24	.65	3
การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (Waste Reduction in Waiting: WIW)			
	4.26	.70	2
1. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง	4.39	.65	1
2. บริษัทให้บริการติดตามพัสดุผ่านแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง	4.36	.65	2
3. บริษัทลดการสูญเสียเวลาให้ลูกค้าโดยให้บริการรับพัสดุฟรีถึงหน้าบ้าน	4.25	.76	3
4. บริษัทลดการรอคอยข้อมูลพัสดุเข้าสู่ระบบติดตามพัสดุโดยใช้แอปพลิเคชันในการให้บริการรับพัสดุแบบเบ็ดเสร็จที่บ้านลูกค้า	4.12	.78	5
5. บริษัทใช้คลังข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ในการจัดการระบบขนส่ง	4.16	.66	4
การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (Waste Reduction in Production Cost: WIPC)			
	3.83	.86	4
1. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานส่งมอบพัสดุด้วยการใช้พันธมิตรในการดำเนินงาน	3.82	.93	4
2. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานสำหรับดูแล/ทำความสะอาดอาคาร สถานที่ ด้วยการว่าจ้างบริษัท/ผู้รับเหมาดำเนินการ	3.84	.80	3
3. บริษัทลดต้นทุนด้านแรงงานคัดแยกพัสดุด้วยการใช้พนักงานรายวัน	3.67	.87	5
4. ศูนย์คัดแยกพัสดุของบริษัทสามารถปรับเพิ่ม/ลดการจ้างแรงงานคัดแยกพัสดุได้ตามปริมาณงาน	3.61	.97	6
5. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าจองนัดเวลาส่งพัสดุที่สาขา	3.98	.79	2
6. บริษัทจัดทำแอปพลิเคชันให้ลูกค้าเรียกใช้บริการ/ติดต่องานได้ตลอด 24 ชั่วโมง	4.04	.78	1

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝงการกำจัดความสูญเสีย (VR) พบว่า องค์ประกอบย่อยการกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW) มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (WIW) และการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WIL) ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (WIPC)

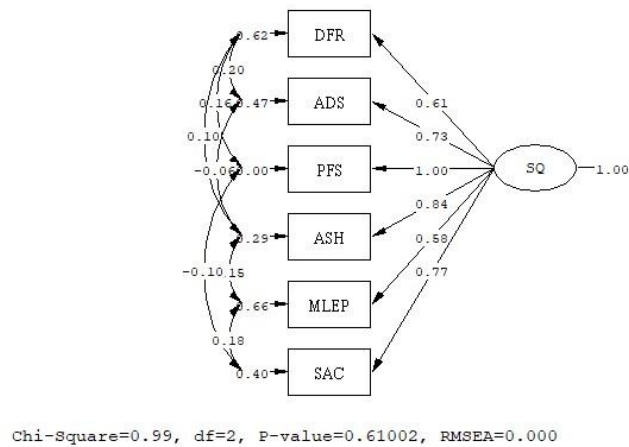
ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวแปรความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน

องค์ประกอบ/ตัวแปรสังเกต	M	SD	อันดับ
ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (The Success of Logistic Express Provider: SLEP)	4.17	.65	
1. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการ	4.07	.65	9
2. พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน	4.25	.59	2
3. บริษัทมีความสามารถด้านการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง	4.20	.59	4
4. บริษัทมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.18	.62	7
5. พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน	4.19	.65	6
6. บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา	3.85	.76	10
7. บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า	4.24	.69	3
8. บริษัทมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ	4.12	.71	8
9. บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง	4.20	.66	4
10. บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน	4.38	.63	1

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรแฝงความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) พบว่า SLEP10 บริษัทสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา SLEP2 พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน และ SLEP7 บริษัทสามารถให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า ตามลำดับ และตัวแปรสังเกตที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ SLEP6 บริษัทมีความสามารถในการส่งมอบพัสดุตามกำหนดเวลา

3. ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรแฝง งานวิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืน ค่าน้ำหนัก ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extraction: AVE) และค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (Composite Reliability: CR) ของโมเดลวัดตัวแปรแฝงกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่ 1 ดังนี้

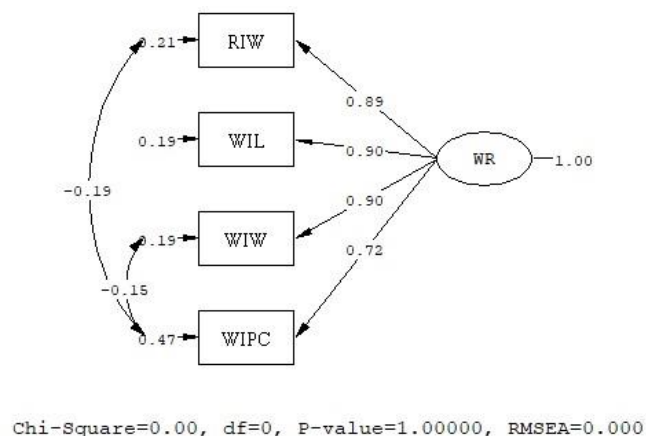
3.1 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรแฝงคุณภาพการบริการ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยจำนวน 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง (DFR) บริการเสริมพิเศษ (ADS) ความเป็นมืออาชีพ (PFS) พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH) พันธกิจของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (MLEP) และความครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการ (SAC) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบโมเดลวัดคุณภาพการบริการ หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 2 โมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $P = 0.61$, $\chi^2/df = 0.495$ และ $RMSEA = 0.000$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตมีค่าน้ำหนักมากกว่า 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่า ค่า AVE เท่ากับ 0.59 (ผ่านเกณฑ์ ≥ 0.50) และค่า CR เท่ากับ 0.89 (ผ่านเกณฑ์ ≥ 0.60) (Hair et al., 2014) โดยความเป็นมืออาชีพ (PFS) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH) และบริการเสริมพิเศษ (ADS)

3.2 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรแฝงการกำจัดความสูญเสีย (WR) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย จำนวน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW) การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WIL) การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (WIW) และการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (WIPC) ดังภาพที่ 3

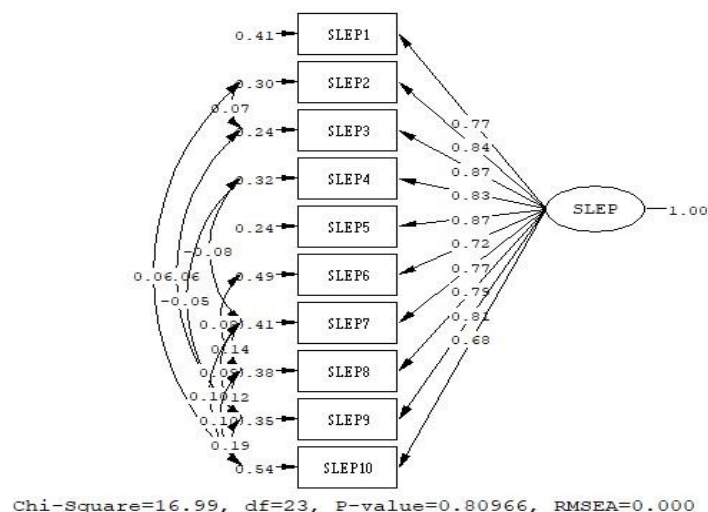


ภาพที่ 3 แสดงผลการตรวจสอบโมเดลวัดการกำจัดความสูญเสีย หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 3 โมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล สอดคล้องกลมกลืนสมบูรณ์ ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $P = 1.00$ และ $RMSEA = 0.000$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตมีค่าน้ำหนักมากกว่า 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่า ค่า AVE เท่ากับ 0.73 และค่า CR เท่ากับ 0.92 (Hair et al., 2014) โดยการกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WIL) และการกำจัดความสูญเสียใน

การรอคอย (WIW) มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา การกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW) และการกำจัดความสูญเสียในต้นทุนการผลิต (WIPC) ตามลำดับ

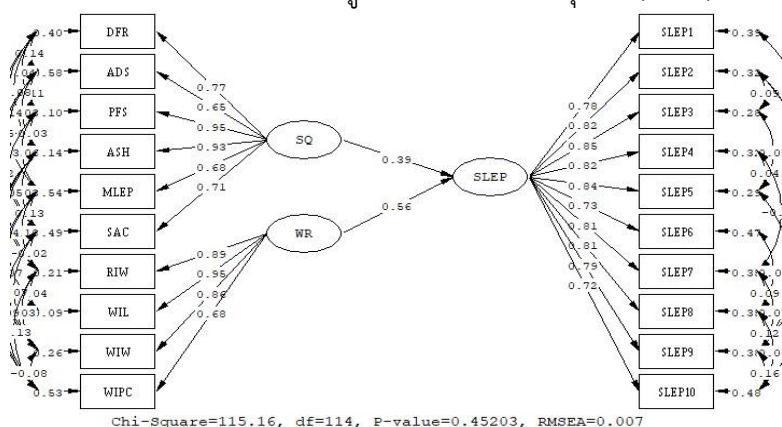
3.3 ผลการตรวจสอบโมเดลวัดตัวแปรแฝงความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกต จำนวน 10 ตัวแปร คือ SLEP1-SLEP10 ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงผลการตรวจสอบโมเดลวัดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน หลังปรับโมเดล

จากภาพที่ 4 โมเดลวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังปรับโมเดล สอดคล้องกลมกลืนดี ค่าดัชนีผ่านเกณฑ์ทุกค่า โดยมีค่า $P = 0.80$, $\chi^2/df = 0.74$ และ $RMSEA = 0.00$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าเกิน 0.50 และมีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่า ค่า AVE เท่ากับ 0.64 และ CR เท่ากับ 0.95 (Hair et al., 2014) โดย SLEP3 บริษัทมีความสามารถในการสร้างความแตกต่างในการให้บริการจากคู่แข่ง และ SLEP5 พนักงานมีความปลอดภัยในการปฏิบัติงาน มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 รองลงมา SLEP2 พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงาน และ SLEP9 บริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายนอก จำนวน 2 ตัวแปร คือ คุณภาพการบริการ (SQ) และการกำจัดความสูญเสีย (WR) และตัวแปรแฝงภายใน จำนวน 1 ตัวแปร คือ ความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แสดงการศึกษาอิทธิพลเชิงสาเหตุของตัวแบบสมการโครงสร้างบุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 5 ตารางค่าสถิติ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร					
ตัวแปรแฝง	SLEP		SQ		WR
SLEP	1.00				
SQ	0.91		1.00		
WR	0.93		0.92		1.00
ตัวแปร	DFR	ADS	PFS	ASH	MLEP
ความเชื่อมั่น	0.60	0.42	0.90	0.86	0.46
ตัวแปร	SAC	RIW	WIL	WIW	WIPC
ความเชื่อมั่น	0.51	0.79	0.91	0.74	0.47
ตัวแปร	SLEP1	SLEP2	SLEP3	SLEP4	SLEP5
ความเชื่อมั่น	0.61	0.68	0.72	0.68	0.71
ตัวแปร	SLEP6	SLEP7	SLEP8	SLEP9	SLEP10
ความเชื่อมั่น	0.53	0.65	0.66	0.62	0.52
Effects	SLEP				
Causes	Direct Effect (DE)		Indirect Effect (IE)		Total Effect (TE)
SQ	.39**		-		.39**
WR	.56**		-		.56**
สมการโครงสร้างของตัวแปร (R^2)		SLEP = 0.88			
$\chi^2 = 115.16$ $df = 114$ $P = 0.452$ $RMSEA = 0.007$ $SRMR = 0.027$ $CFI = 1.00$ $AGFI = 0.90$					

* $P < .05$ ** $P < .01$

จากภาพที่ 5 และตารางที่ 5 ค่าความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สอดคล้องกลมกลืนดี โดยมีค่า $\chi^2/df = 1.01$ ผ่านเกณฑ์ (<2.00) $P = 0.452$ ผ่านเกณฑ์ (>0.05) และ $RMSEA = 0.00$ ผ่านเกณฑ์ (≤ 0.05) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมีค่าระหว่าง 0.65-0.95 ผ่านเกณฑ์ (≥ 0.50) และ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกค่า (Hair et al., 2014) โดยองค์ประกอบย่อยที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WIL) และความเป็นมืออาชีพ (PFS) มีค่าน้ำหนักเท่ากัน รองลงมา พันธมิตรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงาน (ASH) และการกำจัดความสูญเสียในของเสีย (RIW) ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบย่อยที่มีค่าน้ำหนักต่ำที่สุด คือ บริการเสริมพิเศษ (ADS) พิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.88 แสดงว่า ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนได้ร้อยละ 88

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าไปในทิศทางเดียวกัน คือ เป็นบวก โดยคู่ที่มีค่าสูงสุดคือ การกำจัดความสูญเสีย (WR) และความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) มีค่าเท่ากับ 0.93 พิจารณาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) มีค่าระหว่าง 0.42-0.92 โดยตัวแปรที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ การกำจัดความสูญเสีย (WR) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 รองลงมา คุณภาพการบริการ (SQ) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83

ผลการศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุของบุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด พบว่า การกำจัดความสูญเสีย (WR) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมา คุณภาพการบริการ (SQ) ดังภาพที่ 5

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการบริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ในประเทศไทย พบว่า สนับสนุน กล่าวคือ มีค่าอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานเท่ากับ 0.39 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. สมมติฐานที่ 2 การกำจัดความสูญเสีย (WR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุ (SLEP) ด่วนในประเทศไทย พบว่า สนับสนุน กล่าวคือ มีค่าอิทธิพลสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐาน เท่ากับ 0.56 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการบริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ในประเทศไทย ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ พิจารณาตามค่าน้ำหนักสามารถกล่าวได้ว่า เมื่อองค์การให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ (SQ) เพิ่มขึ้นความสำเร็จในการดำเนินงานจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ชนก อรรณวิเวก (2562) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการบริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด และสอดคล้องกับงานวิจัยของชลดา พุ่มกะเนาว์ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์กับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมมีอิทธิพลไปในทิศทางเดียวกัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า การกำจัดความสูญเสีย (WR) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จของ ผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วน (SLEP) ในประเทศไทย ตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ พิจารณาตามค่าน้ำหนักสามารถกล่าวได้ว่า เมื่อองค์การส่งเสริมการกำจัดความสูญเสีย (WR) ในการดำเนินงาน ความสำเร็จในการดำเนินงานจะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของรวมพล จันทศาสตร์ (2563) ที่พบว่า การลดความสูญเสียเปล่ามีอิทธิพลทางบวกต่อการเพิ่มคุณค่าของผู้ให้บริการขนส่งและการคลังสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ali, Zailani, Iranmanesh, and Foroughi (2019) ที่พบว่า การกำจัดความสูญเสียมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานเพื่อความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการบริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด

จากผลการวิจัยที่พบว่า การกำจัดความสูญเสีย (WR) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นีม เอ็กซ์เพรส จำกัด มากที่สุด รองลงมา คุณภาพการบริการ (SQ) งานวิจัยมีข้อเสนอแนะตามข้อค้นพบ ดังนี้

1. การกำจัดความสูญเสียในการขนส่ง (WIL) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด โดยประเด็นข้อคำถาม WIL1 บริษัทใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ/ควบคุมการทำงานของรถขนส่ง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา WIL8 บริษัทใช้หลักบัญชีวัสดุเข้าก่อนออกก่อนในการเบิกจ่ายวัสดุ และ WIL9 บริษัทใช้ระบบอัตโนมัติในการรับพัสดุที่สาขา แสดงให้เห็นว่า บริษัทใช้เทคโนโลยีในการกำจัดความสูญเสียในการขนส่งทั้งกระบวนการให้บริการและการให้บริการหลังการขาย นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการมีคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้ “มาตรฐานตามวิธีปฏิบัติงานในคู่มือ” ในการกำจัดความสูญเสีย อย่างไรก็ตามประเด็นคำถาม WIL2 บริษัทกำหนดแนวทางในการจัดเรียงวัสดุคงคลังให้มองเห็นได้ชัดเจนและตรวจนับได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด และ WIL1 บริษัทมีความยืดหยุ่นในการเลือกประเภทรถยนต์ขนส่งตามชนิด/ขนาด/ปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำเป็นลำดับที่สอง บริษัทจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดเรียงวัสดุคงคลังให้เป็นระเบียบและตรวจสอบได้ง่าย ซึ่งอาจช่วยลดความ

สูญเสียจากการชำรุดเสียหาย การหมดอายุการใช้งาน หรือการที่วัสดุคงคลังมีปริมาณมากเกินไปจนความจำเป็น และควรพิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับการมีรถยนต์ขนาดต่าง ๆ ไว้ใช้กรณีพัสดุที่ขนส่งมีการเปลี่ยนแปลง ด้านปริมาณ รูปแบบ หรือคุณสมบัติพิเศษเฉพาะตัว

2. การกำจัดความสูญเสียในการรอคอย (WIW) มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับที่สอง โดยประเด็นข้อคำถาม WIW1 บริษัทจัดทำแอปพลิเคชัน/Chat/Call Center สำหรับรับเรื่องธุรกิจ เรื่องร้องเรียน และเรื่องอื่น ๆ ตลอด 24 ชั่วโมง มีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมา WIW2 บริษัทให้บริการติดตามพัสดุผ่านแอปพลิเคชันตลอด 24 ชั่วโมง และ WIW3 บริษัทลดการสูญเสียเวลาให้ลูกค้าโดยให้บริการรับพัสดุฟรีถึงหน้าบ้าน แสดงให้เห็นว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีในการกำจัดความสูญเสียในการใช้บริการของลูกค้าตลอดวงจรการให้บริการ ผสมผสานกับการให้บริการทางกายภาพด้วยการออกไปรับพัสดุถึงหน้าบ้าน โดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม ซึ่งเป็นวิธีปฏิบัติที่เหมือนกันกับบริษัทขนส่งพัสดุนานาชาติในการใช้กลยุทธ์ผู้ตาม ซึ่งเมื่อพิจารณาผลกระทบในระยะยาวแล้วจะพบว่า การใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการหลังการขายทั้งการติดตามการเดินทางของพัสดุและการรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี แต่สำหรับการออกไปรับพัสดุที่บ้านของลูกค้า “ทำให้เกิดต้นทุน และหากมีปริมาณลูกค้าที่ใช้บริการมาก อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการโดยรวมได้” บริษัทจึงควรพิจารณากำหนดกลุ่มลูกค้าในการให้บริการรับพัสดุถึงบ้านให้เหมาะสม

3. ด้านคุณภาพบริการ (SQ) ถึงแม้จะมีค่าอิทธิพลน้อยกว่าด้านการกำจัดความสูญเสีย (WR) แต่มีค่าในเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งหากเพิ่มประสิทธิภาพจะส่งผลให้ความสำเร็จของบริษัทเพิ่มขึ้นตามไปด้วย บริษัทจึงควรให้ความสำคัญด้วย และจากผลการวิจัยที่พบว่า ความเป็นมืออาชีพ (PFS) มีค่าน้ำหนักมากที่สุด โดยประเด็นข้อคำถาม PFS15 บริษัทปลูกฝังค่านิยมด้านความซื่อสัตย์ทั้งต่อตนเอง ต่อเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และองค์กรให้แก่พนักงาน “มีค่าน้ำหนักน้อยที่สุด” และ PFS4 บริษัทกำหนดให้มีการคัดเลือกพนักงานด้วยการทดสอบความรู้ความสามารถก่อนรับเข้าปฏิบัติงาน “มีค่าน้ำหนักน้อยเป็นลำดับที่ 2” ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรพิจารณาดำเนินการเร่งด่วน ในด้านการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมตามสายวิชาชีพ รวมถึงการเปิดโอกาสให้พนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านได้มีโอกาสในการเพิ่มเติมความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาความก้าวหน้าตามสายอาชีพ ซึ่งอาจส่งเสริมให้เกิดความมั่นคงด้านแรงงานได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. โมเดลบุปผาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนในประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัท นิม เอ็กซ์เพรส จำกัด ในครั้งนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุด่วนได้ร้อยละ 88 จึงควรนำไปทดสอบในบริษัทขนส่งพัสดุด่วนขนาดใหญ่ทั้งไปรษณีย์ไทยซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ และบริษัทภาคเอกชน และในการนำไปศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปควรพิจารณาองค์ประกอบย่อยของโมเดลต้นแบบที่งานวิจัยในครั้งตัดออก คือ ความรวดเร็วในการขนส่ง (LSD) ด้วย

2. การพัฒนาโมเดลในครั้งต่อไปอาจเพิ่มคุณค่าด้วยการเพิ่มปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของบริษัทขนส่งพัสดุด่วน ได้แก่ การจัดการสิ่งแวดล้อม พลังงาน และความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). การลดความสูญเสียในกระบวนการทำงาน. สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/sale-marketing/sm-lostinprocess>
- จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา. (2543). หลักการขนส่ง. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- ชลดา พุ่มกะเนาว์. (2558). ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจอาหารเสริม: กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนิวทริไลท์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ผู้จัดการสุดสัปดาห์. (2564). สมรภูมิ “ธุรกิจขนส่งพัสดุ” เตือด “โควิด-อีคอมเมิร์ซ” ดันตลาดโตก้าวกระโดด. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/daily/detail/9640000077313>
- พิมพ์ชนก อรรถวิเวก. (2562). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ บริษัท เคอรี่ เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- มาร์เก็ตตี้. (2564). ตลาดขนส่งพัสดุเติบโต แต่ละแบรนด์ต้องปรับกลยุทธ์สปีดหนีคู่แข่งทั้ง ‘ราคา-ความเร็ว’. สืบค้นจาก <https://marketeeronline.co/archives/222852>
- มิติหุ้น. (2564). นิยม เอ็กซ์เพรส เผยผลการดำเนินธุรกิจในปี 2563 ปิดยอดขายอยู่ที่ 1,160 ล้านบาท เติบโตเพิ่มขึ้น 23%. สืบค้นจาก <https://www.mitihoon.com/2021/01/28/219094/>
- รวมพล จันทศาสตร์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการลดความสูญเสียและเพิ่มคุณค่าของผู้ให้บริการขนส่งและการคลังสินค้า. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม).
- สมพล หุ่นหว่า. (2564). คุณภาพการบริการและการกำจัดความสูญเสียที่มีอิทธิพลต่อวิถีใหม่ที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของผู้ให้บริการขนส่งพัสดุผ่านผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในประเทศไทย (รายงานวิจัย). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุภาวดี จรุงธรรมโชติ. (2564). ธุรกิจขนส่งพัสดุ อาจเป็นวิกฤติ จากที่เติบโตแบบพุ่งทะยานมาตลอด. สืบค้นจาก <https://www.thestorythailand.com/27/07/2021/35992/>
- Ali, M. H., Zailani, S. Iranmanesh, M., & Foroughi, B. (2019). Impacts of environmental factors on waste, energy, and resource management and sustainable performance. *Sustainability*, 11(8), 2443.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (1995). *Research in education* (7th ed.). New Delhi, India: Prentice Hall of India.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Essex, UK: Pearson Education.
- Hinkle, D. E., William, W., & Stephen, G. J. (1998). *Applied statistics for the behavior sciences* (4th ed.). NY: Houghton Mifflin.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion referenced test item validity. **Dutch Journal of Educational Research**, 2, 49-60.

ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินข้ามชาติ

อรวี ศรีบุญลือ¹

Received 15 February 2022

Revised 28 April 2022

Accepted 30 April 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของคุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของสายการบินข้ามชาติ การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สุ่มตัวอย่างด้วยทฤษฎีการไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ซึ่งเคยใช้บริการสายการบินไทยอย่างน้อย 1 ครั้งในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา

สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรทั้ง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) ความแปรปรวนทางเดียวของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ในรูปแบบของโมเดลสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน

ผลจากทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความผูกพันของลูกค้า คุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้ามีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ และความผูกพันของลูกค้ามีอิทธิพลทางอ้อมบางส่วนต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001. นอกจากนี้ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารตามอาชีพและอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อคุณภาพการให้บริการและความผูกพันของลูกค้าในการใช้บริการสายการบินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความผูกพันของลูกค้า ความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำ สายการบิน

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เลขที่ 50 ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
อีเมล: orawee.sr@ku.th

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER ENGAGEMENT ON REPURCHASE INTENTION IN MULTINATIONAL AIRLINE SERVICES

Orawee Sriboonlue¹

Abstract

The purposes of this research were to study the effects of service quality and customer engagement on repurchase intention in multinational airline services. The research methodology was quantitative research with survey method by using questionnaires for data collection. The respondents were 400 Thai and foreign passengers who have been participated in Thai Airways International airline at least once during the last three years.

Descriptive statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Due to hypothesis testing, inferential statistics used were Independent Samples t-test, One-Way ANOVA with Least Significant Difference (LSD) if differences between groups were found, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The results of hypothesis testing revealed that service quality had positive and significant effect on customer engagement, and service quality and customer engagement had positive effects on repurchase intention while customer engagement had a partial mediating effect on the relationship between service quality and repurchase intention at a significance level of 0.001. In addition, the differences in passengers' demographics as career and age caused differences in service quality and customer engagement at a significance level of 0.05.

Keywords: Service Quality, Customer Engagement, Repurchase Intention, Airline

¹ Faculty of Business Administration, Kasetsart University, 50 Ngamwongwan Rd, Chatuchak Bangkok 10900 Thailand
Email: orawee.sr@ku.th

Introduction

A multinational corporation (MNC) is a business organization is related to foreign direct investments (FDI) abroad in multiple countries. Multinational corporations generate vast amounts of jobs, investments, income, and tax revenues (Hill & Hult, 2020). Therefore, multinational corporations are important to the world's major economic drivers (Caves, 1996; Dunning, 2003). They normally have rapid growth due to the statistics from the United Nations Conference on Trade and Development in 2000 concluding that there were more than 63,000 multinational companies around the world which are considered as parent companies. In addition, these companies have investments in different regions by expanding businesses in the form of more than 680,000 overseas subsidiaries employing more than 6 million workers. Both parent companies and overseas subsidiaries of multinational corporations around the world are accounted for 25% of the total gross domestic product (GDP) (UNCTAD, 2003).

Business that involves both logistics service and tourism industries is a multinational airline business which is a part of the tourism industry. The multinational airline business has grown exponentially since international imports and exports today are necessary to use international freight forwarding services via air, sea, or land transportation. If the products are easy to lose due to their short lifespan or there is an urgent need for the products, airfreight is therefore essential. According to statistics in 2015 or 2015, global airline companies generated the highest revenue at \$783 billion which increased from \$751 billion in 2014 or accounted for 4.1 percent (PwC, 2015).

In addition to international logistics and transportation, air travel is also important for businessmen and tourists for traveling both domestically and internationally since it provides shorter travelling time comparing to other transportation types. The revenue growth of airline businesses all over the world has increased mainly due to an increase in the number of passengers and flights. The statistics of the Air Transport Statistics Report 2012-2014 by Airports of Thailand Public Company Limited (AOT) revealed that the number of international flights in Thailand had increased with 14,424 flights and 2,370,006 foreign tourists visiting Thailand or transiting to other counties in 2014. These indicated that the high number of tourists traveling by airline businesses (Airports of Thailand Public Company Limited (AOT), 2022).

The airline business is a service business; thus, service quality is important because if customers feel the good quality of the service, this may lead to service purchase decision, repeated service usage, word of mouth, and customer loyalty as a result. Therefore, service quality might be used as a strategy to increase the ability to compete with competitors, such as creating a differentiation of the service by providing superior service than competitors, maintaining an excellent service level, providing good service quality and meeting customer expectations and needs, and paying attention to and creating various impressions in providing services in all components (Phacharoen, 2009).

In order for customers to be aware of the service quality, there would be many factors contributing to different perceptions of quality. However, there are only a few researches providing effective data for managing the service quality perceived by customers of multinational airline businesses, especially comparison among passengers from many countries. Thus, the important factor is customer engagement with the brand consistent with demographic factors can result in related behaviors, attitudes, and perceptions of customers toward services. Consequently, the researchers were interested in studying the effects of service quality and customer engagement on repurchase intention in order to use this research results for planning in the improvement of service quality of multinational airline services to achieve maximum satisfaction and bring about repeated service usage and loyalty.

Research Objectives

1. To study the effects of service quality and customer engagement on repurchase intention in multi-national airline services.
2. To study the effects of service quality on repurchase intention in multi-national airline services through customer engagement.
3. To compare the mean difference of service quality, customer engagement and repurchase intention categorized by demographics.

Conceptual Framework

The conceptual research framework was drawn as follows:

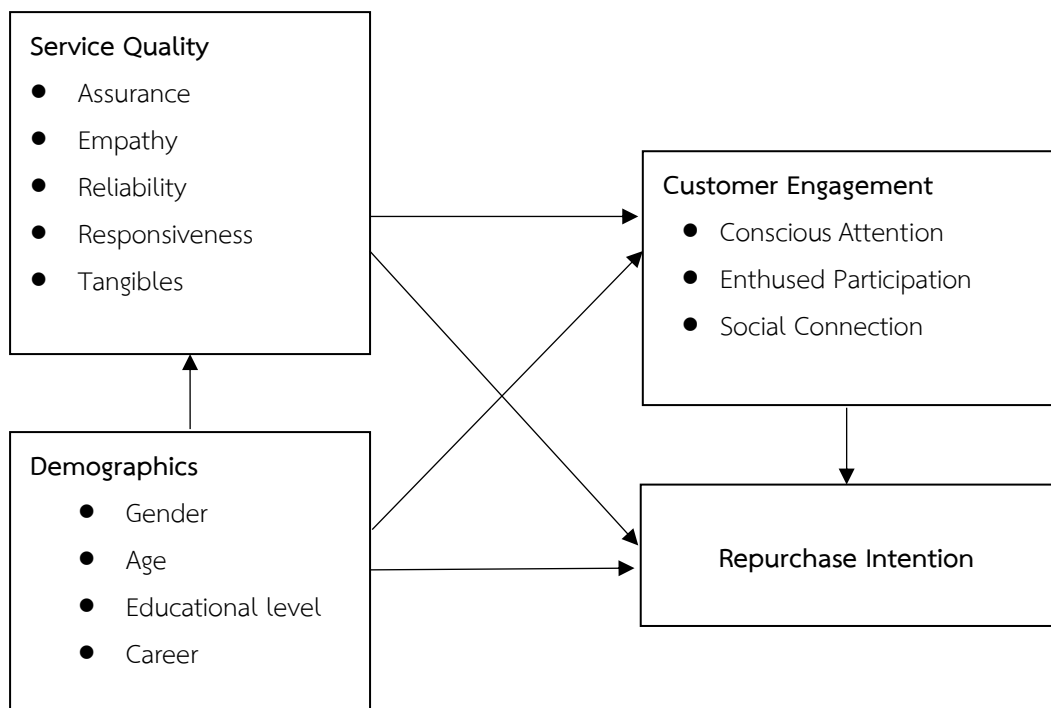


Figure 1 Conceptual Framework

Hypotheses

The research hypotheses could be written as follows:

H1: Service quality significantly affect customer engagement.

H2: Service quality significantly affect repurchase intention.

H3: Customer engagement significantly affect repurchase intention.

H4: Customer engagement mediates the effect of service quality on repurchase intention.

H5: There are significant differences in service quality according to demographics (gender, age, educational level, career).

H6: There are significant differences in customer engagement according to demographics (gender, age, educational level, career).

H7: There are significant differences in repurchase intention according to demographics (gender, age, educational level, career).

Literature Reviews

Service Quality

Service quality is one of the important things that could differentiate the service business to obtain a competitive advantage. One of the differentiations is to maintain a service level superior to competitors by offering the quality of service that customers expect. Companies which could provide such excellent service quality would lead to high customer satisfaction and customer loyalty (Puriwat & Tripopsakul, 2014; Hung et al., 2003). Information about the service quality that customers need is obtained from past experience, word of mouth, or even business advertising. In order to reach customers' service purchasing decision criteria, it is necessary for the marketers for do research. Kotler (1967) stated that service is a benefit or activity offered for the purpose of selling and satisfying customers, and it has four important characteristics consisting of intangibility, inseparability, variability, and perishability. Gronroos (1984) stated that service quality was the outcome of comparison between the expected service and the perceived service.

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) proposed that service quality; SERVQUAL, was stem from differences between perception of actual service consumers received and expectation of the service to be received. SERVQUAL had ten components including access, communication, competence, courtesy, creditability, reliability, responsiveness, security, tangible, and understanding/known customers. In further study of Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988), the SERVQUAL were categorized into five dimensions as reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness. Moreover, service quality has been concentrated in many studies since providing positive service quality would create a competitive advantage to companies and established relationship between service quality and intention as part of loyalty (Hapsari et al., 2017; Clemes et al., 2014; Ladhari, 2008). Recently, many studies in

airline service quality were established. The SERVQUAL instrument from the original Parasuraman et al. (1988) has been used by several researchers to measure airline service quality (Saha & Theingi, 2009; Fick & Ritchie, 1991; Sultan & Simpson, 2000) as well as a study of effects of service quality on customer engagement (Puriwat & Tripopsakul, 2014).

Customer Engagement

The definition of customer engagement varies depending on the related field of study.

Patterson et al. (2006) defined customer engagement as the customers' level of physical, cognitive, and emotional presence in relationship with a service company. Bowden (2009) and O'Brien and Toms (2010) have given the similar definition of customer engagement as it is the psychological process influencing customer loyalty while Hollebeek (2011a, 2011b) defined customer engagement as the level of customer's brand-related motivation and context dependent state which is characterized by a specific level of cognitive, emotional and behavioral activity in brand interactions.

Vivek, Beatty, Dalela, and Morgan (2014) indicated that customer engagement is the level of the customer's interactions and connections with the company's brand, offerings, or activities which involve other individuals in the social network created around the brand, offering, or activity. The researchers further conceptualized the three dimensions of customer engagement including conscious attention, enthused participation, and social connection. The results of the study showed that the three dimensions of customer engagement support the participation, meaningfulness, connectedness, as well as temporality relative to customers' relationships with brands.

Customer engagement is a concept that many scholars have adopted. There have been past researches from various fields that studied engagement in various perspectives, such as management, social psychology, marketing, and information technology systems (Cheung et al., 2015; Bowden, 2009; Hollebeek, 2011a, 2011b; Mollen & Wilson, 2010; Vivek et al., 2012). The construct of customer engagement has attracted many scholars to assess its effect on customer loyalty. Prior research explored that customers brand engagement likely generated higher positive beliefs and attitudes than customers who were not engaged (Lim et al., 2020; Harrigan et al., 2018; Hollebeek, 2011a, 2011b; UI Islam et al., 2017). Therefore, customer engagement can act as a force affecting customers' repurchase intention. However, there are just few studies which have explained the connection between customer engagement and customer loyalty (Bowden, 2009; Brodie et al., 2011; van Doorn et al., 2010). Customer engagement is suggested by many scholars that it shall be considered as an important aspect in boosting loyalty since more knowledgeable customers, together with the rapid growth of information technology, make the interaction between customers and businesses which are essential for customer value creation.

Repurchase Intention

When customers form such positive attitude toward a product or service they purchased, repurchase intention with then occurs. Moreover, those customers who are very satisfied with the products or services purchased, they are more likely to have loyalty to the brand of the products/services. Besides, they are likely to spend more while, at the same time, unlikely to change the seller or supplier in their future purchases (Ranaweera, 2007; Sohaib et al., 2016). McDougall and Levesque (2002) defined that repurchase intention is an individual's judgment about the same company satisfying his or her needs and an assessment of current service situation while William and Auchil (2002) stated that repurchase intention is an individual's judgment about repeating purchase again from the same company. The reason why customers decide to select the same service provider and purchase the same service is on the basis of their previous experiences.

Repurchase intention of customers depends upon the value obtained in their past transactions (Kaynak, 2003) such as benefits, competition, and cost considerations (Kumar, 2002). Repurchase intentions also have a significant relationship with customer satisfaction (Durvasula et al., 2004), so customers perform repurchase intentions based on the value obtained from the past experiences with relationship benefits being an intermediary for expectations of future benefits. Law, Zhang, and Gow (2022) concluded from previous research that when the needs of customers are fulfilled from a service provider, they will be more likely to form a repurchase behavior (Zeithaml et al., 1996). This view was also supported by other studies that confirmed a positive relationship between service quality and repurchase intention (Su et al., 2016). The finding of a study on the Pakistan Airline industry from Saleem et al. (2017) has confirmed that service quality is directly associated with repurchase intentions as well as through the mediator of customer satisfaction. Furthermore, this view was also supported by the study of Lim et al. (2020) which investigated the effect of customer engagement on repurchase intention and found that customer engagement had such a positive effect on repurchase intention. In addition, previous researches have been conducted in online purchase intention or offline repurchase intention. Repurchase intention could be defined as an individual's judgement about buying again a designated service from the same company, taking into consideration his or her current situation and likely circumstances (Lacey et al., 2007).

Research Methodology

Sample and Data Collection

The population used in this research were 400 Thai and Western foreign passengers who had used Thai Airways, a multinational airline involving both tourism industry and logistics service including international airfreight forwarding, at least once during the past three years. The samples were randomly selected by using non-probability sampling technique with

purposive sampling. The questionnaires used as the research instrument were distributed at Suvarnabhumi Airport.

Measurement and Data Analysis Method

The research methodology was the quantitative research conducted using survey method. The questionnaires with 4 sections were utilized as data collection tool. Section 1 to 3 were five-point Likert scale questions regarding service quality, customer engagement, and repurchase intention ranging from 1=strongly disagree to 5=strongly agree. Section 4 consisted of closed-ended questions regarding their personal background, such as gender, age, educational level, and career. Descriptive statistics used in quantitative data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Due to hypothesis testing, inferential statistics used included Independent Samples t-test, One-Way ANOVA with Least Significant Difference (LSD), Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Research Results

The results of the research showed that most of respondents were female (61.8%), had age range between 21 - 30 years old (46.5%), obtained the Bachelor's Degree (56.0%), and had career as employees from private/government sectors (54.8%). Moreover, most of them had experience in using airline for travelling approximately 1 – 2 times per year (63.0%) and purpose of traveling was for vacation/sightseeing (71.5%). The research results further revealed that most of the respondents had agreements toward service quality, customer engagement and intention at the agree level and had the mean as 3.95, 3.42, and 3.82, respectively.

Validity and Reliability

A PLS-SEM confirmatory factor analysis (CFA) was performed to establish the structural validity of the scale. The PLS-SEM results suggested a good fit of the model (SRMR=0.065, NFI=0.865) according to the criteria of acceptance suggested in Mata et al. (2020), Bryne (2010), Hair et al. (2010), and Kline (2011). Cronbach's alpha and composite reliability were investigated to measure construct reliability. The results from Table 1 and 2 showed that in terms of composite reliability, all factor loading values for service quality factors, customer engagement factors and repurchase intention ranged from 0.74 to 0.92, which is more than the recommended value of 0.70; hence, the constructs in the research model are acceptable (Hair, Sarstedt, Matthews, & Ringle, 2016). The Cronbach's alpha coefficient of each construct ranged from 0.84 to 0.93, meaning that all constructs are acceptable according to the recommended threshold value of 0.70 (Fornell & Larcker, 1981). AVE was in the range of 0.67 to 0.82, which exceeded the minimum threshold value of 0.50, confirming convergent validity. The discriminant validity was tested while the square roots of AVEs were more than the 0.7 minimum threshold, and all values were more than the correlations among the latent

constructs (0.79 – 0.88); thus, this measurement model supports the discriminant validity between the constructs. Finally, the values Rho_A reliability coefficients are all above 0.7, complying with the suggestion of Dijkstra and Henseler (2015) and Mata et al. (2020).

Table 1 Factor Loading for Measurement Model from PLS-SEM CFA

	CECA	CEEP	CESC	RI	SBRS	SQA	SQE	SQRB	SQT
CECA1	0.88								
CECA2	0.91								
CECA3	0.92								
CECA4	0.90								
CEEP5		0.89							
CEEP6		0.92							
CEEP7		0.90							
CEEP8		0.90							
CESC10			0.91						
CESC11			0.80						
CESC9			0.91						
RI4				0.91					
RI5				0.91					
RI6				0.86					
SQRS13					0.86				
SQRS14					0.91				
SQRS15					0.89				
SQRS16					0.88				
SQA1						0.90			
SQA2						0.89			
SQA3						0.85			
SQA4						0.80			
SQE5							0.84		
SQE6							0.85		
SQE7							0.89		
SQE8							0.86		
SQRB10								0.85	
SQRB11								0.85	
SQRB12								0.86	
SQRB9								0.74	
SQT17									0.83
SQT18									0.87
SQT19									0.83
SQT20									0.75

Table 2 Reliability, Convergent Validity, Discriminant Validity and Internal Consistency Results for the CFA SEM Measurement Model

Variables	CA	CR	Rho_A	AVE	CECA	CEEP	CESC	PI	SBRS	SQA	SQE	SQRB	SQT
CECA	0.93	0.95	0.90	0.82	0.87								
CEEP	0.92	0.95	0.90	0.81	0.71	0.86							
CESC	0.85	0.91	0.86	0.77	0.58	0.68	0.88						
RI	0.87	0.92	0.86	0.80	0.43	0.47	0.63	0.88					
SBRS	0.91	0.94	0.92	0.78	0.40	0.32	0.45	0.54	0.88				
SQA	0.88	0.92	0.85	0.74	0.33	0.31	0.36	0.50	0.63	0.82			
SQE	0.88	0.92	0.85	0.74	0.37	0.35	0.46	0.57	0.74	0.62	0.82		
SQRB	0.84	0.90	0.83	0.68	0.39	0.32	0.44	0.52	0.77	0.61	0.67	0.79	
SQT	0.84	0.89	0.84	0.67	0.40	0.36	0.40	0.50	0.64	0.56	0.52	0.66	0.82

Note: The value in main diagonal were square roots of AVE.

Analysis of Structural Model

From the structural model in this research, the direct effects indicated that R^2 of repurchase intention (RI) was 0.49 indicating that 49% of repurchase intention variance was explained by the independent variable. For the indirect effects, R^2 of the mediating variable or customer engagement (CE) and the dependent variable or repurchase intention (RI) were 0.25 and 0.48, respectively.

Table 3 Structural Model

Part 1			Part 2		Part 3
Direct Effects			Indirect Effects		Total Effect
H1: SQ $\rightarrow$ CE	0.51***		H4: SQ $\rightarrow$ CE $\rightarrow$ RI	0.19***	0.62**
H2: SQ $\rightarrow$ RI	0.43***				
H3: CE $\rightarrow$ RI	0.38***				

Note: * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$ (two-tailed test)

The results of structural model showed that service quality ($\beta = 0.51$, $p < 0.001$), had positive and significant effect on customer engagement, so Hypothesis 1 was supported. The results also revealed that service quality ($\beta = 0.43$, $p < 0.001$) and customer engagement ($\beta = 0.38$, $p < 0.001$) had positive and significant effects on repurchase intention, so Hypothesis 2 and 3 were supported. The results from table 3 part 2 demonstrated that there was a significant indirect effect on the relationship. Since the direct effect of service quality and repurchase intention was significant, customer engagement had a partial mediating effect on the relationship between service quality and repurchase intention; therefore, Hypothesis 4 was supported ($\beta = 0.19$, $p < 0.001$). In addition, the total effects from service quality to repurchase intention through customer engagement were 0.619. In conclusion, figure 2 showed the results of testing the structural model of the theoretical framework.

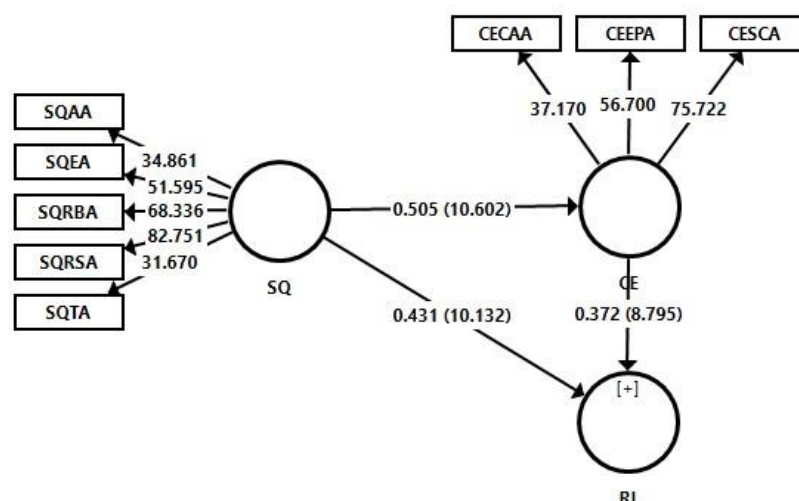


Figure 2 The results of testing the structural model of the theoretical framework

Table 4 Results of Independent Samples t-test and One-Way ANOVA of Hypothesis 5 – 7

Demographics	H5: Service Quality	H6: Customer Engagement	H7: Repurchase intention
Gender	T = -1.654 Sig. = .099	T = -.994 Sig. = .321	T = -1.294 Sig. = .196
Age	F = 8.318 Sig. = .000**	F = .612 Sig. = .607	F = 3.758 Sig. = .011*
Educational Level	F = 1.922 Sig. = .148	F = 2.270 Sig. = .105	F = .018 Sig. = .982
Career	F = 1.957 Sig. = .120	F = 3.784 Sig. = .011*	F = 2.677 Sig. = .047*

Note: * $p < .05$; ** $p < .01$ (two-tailed test)

The results shown in Table 4 indicated that there were significant differences in service quality according to age ($p < 0.05$) whereas there were no differences in service quality according to gender, educational level and career ($p > 0.05$); therefore, H5 was partial supported. There were significant differences in customer engagement according to career ($p < 0.05$) whereas there were no differences in customer engagement according to gender, educational level and age ($p > 0.05$); therefore, H6 was partial supported. In addition, there were significant differences in repurchase intention according to age and career ($p < 0.05$) while there were no differences in repurchase intention according to gender and educational level ($p > 0.05$); therefore, H7 was partial supported.

Discussions

The results of hypothesis testing indicated that service quality comprising assurance, empathy, reliability, responsiveness, and tangibles had significant effects on repurchase intention. Perceived service quality would affect the formation of attitudes and the behavior of buying and using the service. If the customer's expectations and the service quality of the airline to serve their customers are consistent, this would result in customer satisfaction which may be elevated to delight, trust, and repeat service which is a form of customer loyalty. This is in line with Hung et al. (2003) who stated that companies which could provide such excellent service quality would lead to high customer satisfaction and customer loyalty or as a part of repurchase intention in this research. The results of this research also matched with Chen et al. (2019) who revealed that airline service quality enhances the positive effect of repurchase intention on the airline company service because it fostered a positive link between brand awareness and perceived value and being in line with Law et al. (2022) who indicated a positive relationship among service quality, customer satisfaction, and repurchase intention in Laotian air passengers. Therefore, to establish repurchase intention in any services, the company must provide excellent levels of service quality in every aspect.

Service quality also has positive and direct effects on customer engagement which supported the study of Puriwat and Tripopsakul (2014) which found that service quality had a positive relationship with customer engagement as the antecedent factor. Moreover, it is also in accordance with the study of Vivek et al. (2012) who revealed that in order to enhance customer engagement, service quality provided was an important aspect to every firm to take into account. The higher in customer engagement would lead to higher customer positive behavior such as word of mouth, brand loyalty or in this case repurchase intention. In addition, customer engagement had a direct effect on repurchase intention which was in line with the study of Lim et al. (2020) who explored that customers engagement enhanced higher positive beliefs and attitudes to customers; therefore, it can mediate the relationship between service quality and repurchase intention. In order to have a long-term loyalty from customers, service quality and customer engagement must be incorporated with the marketing strategy planning and implementation.

The results of hypothesis testing also indicated that customers with various demographics factors such as gender, age, educational level, and career have varied opinions on service quality, customer engagement, and repurchase intention at the statistical significance level of .05. This is due to the fact that demographics may influence the opinions toward product or service involvement. For example, career had most effects on customer engagement and intention. The results showed that respondents with retired career position had average mean higher agreements on customer engagement and intention than employees from private/government, self-employed, or student. Therefore, considering demographics to

understand target customers will assist in predicting and delivering the best service quality to finally establish customer loyalty in every service industry.

Limitation of the Research

The researcher's focus in this research was on service quality, customer engagement, and repurchase intention toward using Thai Airways International ignoring those who used other airlines. Since the data were collected from 400 respondents using Thai Airways International during the last three years, the generalization of the results could be limited. Other variables, such as lifestyle and consumer behavior in using full-service airlines did not include in this research. As this research was cross-sectional, data were collected at one specific time point. In addition, the hypotheses were tested utilizing quantitative research approach, while the qualitative approach techniques such as an in-depth interview or focus group were excluded from the research.

Recommendations

For Practitioners

Service quality is essential for business success. Components in service quality comprised of assurance, empathy, reliability, responsiveness and tangibles will have to be core services to every organization in service sectors. This research revealed that customer engagement is a mediator between service quality and repurchase intention. The indirect effect of customer engagement as a mediator, however, was not as strong as direct effect from service quality on repurchase intention. It is suggested that many companies deliver services by focusing on service quality and all service components; however, to be sustainably successful in the long run, creating such long-term relationship with customers and enhance their engagement may lead to customer relationship management properly.

For Academicians

The research results supported the literature reviews on the relationships among service quality, customer engagement, and repurchase intention in multinational airline services. The research pursuits that service quality has positive direct effects on customer engagement. In order to enhance customer engagement, service quality provided is an important aspect to every company to take into consideration. Service quality also had significant effects on repurchase intention, meaning that to establish repurchase intention in any services, the company must provide excellent levels of service quality in every aspect. Finally, customer engagement had a direct effect on repurchase intention. The higher in customer engagement would lead to higher in repurchase intention.

Further Studies

There are more opportunities for the future research to be developed by the following recommendations. There should be a study related to service quality in the airline

and tourism industry, and other considerations that can positively promote and motivate tourism industry in every aspect. Further studies can focus on cross-cultural comparisons in service quality, customer engagement and repurchase intention perspectives from other airlines and other regions.

References

- Airports of Thailand Public Company Limited (AOT). (2022). **Air Transport Statistics 2004 - 2022**. Retrieved from <http://aot-th.listedcompany.com/transport.html>
- Bowden, J. L. H. (2009). The process of customer engagement: A conceptual framework. **Journal of Marketing Theory and Practice**, 17(1), 63–74.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Ilic, A., & Juric, B. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions and implications for research in service marketing. **Journal of Service Research**, 14(3), 252–271.
- Bryne, B.M. **Structural Equation Modeling with Amos: Basic Concepts, Application and Programming (2nd ed.)**. New York, NY: Routledge Taylor & Francis Group.
- Caves, R. E. (1996). **Multinational Enterprise and Economic Analysis (2nd ed.)**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chen, L., Li, Y. Q., & Liu, C. H. (2019). How airline service quality determines the quantity of repurchase intention-mediate and moderate effects of brand quality and perceived value. **Journal of Air Transport Management**, 75, 185-197.
- Cheung, C. M. K., Shen, A. X. L., Lee, Z. W. Y., & Chan, T. K. H. (2015). Promoting sales of online games through customer engagement. **Electronic Commerce Research & Applications**, 14(4), 241-250.
- Clemes, M. D, Shu, X., & Gan, C. (2014). Mobile communications: A comprehensive hierarchical modeling approach. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, 26(1), 114-146.
- Dijkstra, T. K., & Henseler, J. (2015). Consistent partial least squares path modeling. **MIS Quarterly**, 39, 297-316.
- Dunning, J. N. (2003). **Re-evaluating the Benefits of Foreign Direct Investment**. London, UK: International Thomson Business Press.
- Durvasula, S., Lysonski, S., Mehta, S. C., & Tang, B. P. (2004). Forging relationships with services: The antecedents that have an impact on behavioural outcomes in the life insurance industry. **Journal of Financial Services Marketing**, 8(4), 314-26.
- Fick, G. R., & Ritchie, J. R. B. (1991) Measuring service quality in the travel and tourism industry. **Journal of Travel Research**, 30(2), 2-9.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. **Journal of Marketing Research**, 18(1), 39–50.

- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. **European Journal of Marketing**, 18(4), 36-44.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis (7th ed.)**. Edinburgh, UK: Pearson Education.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Matthews, L., & Ringle, C. M. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: Part I – method. **European Business Review**, 28(1), 63-76.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. **International Journal of Quality and Service Sciences**, 9, 21-40.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M. P., & Daly, T. (2018). Customer engagement and the relationship between involvement, engagement, self-brand connection and brand usage intent. **Journal of Business Research**, 88, 388-396.
- Hill, C. W. L., & Hult, G. T. M. (2020). **International Business: Competing in the Global Marketplace** (13th ed.). New York, USA: McGraw-Hill Education.
- Hollebeek, L. (2011b). Exploring customer brand engagement: Definition and themes. **Journal of Strategic Marketing**, 19(7), 555-573.
- Hollebeek, L. D. (2011a). Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus. **Journal of Marketing Management**, 27(7-8), 785-807.
- Hung, Y. H., Huang, M. L., & Chen, K. S. (2003). Service quality evaluation by service quality performance matrix. **Total Quality Management and Business Excellence**, 14(1), 79-89.
- Kaynak, H. (2003). The relationship between total quality management practices and their effects on firm performance. **Journal of Operations Management**, 21(4), 405-35.
- Kline, R. B. (2011). **Principle and Practices of Structural Equation Modelling (3rd ed.)**. New York, NY: Guilford Press.
- Kotler, P. (1967). **Marketing Management: Analysis, Planning, and Control**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kumar, P. (2002). The impact of performance, cost, and competitive considerations on the relationship between satisfaction and repurchase intent in business market. **Journal of Service Research**, 5(1), 55-68.
- Lacey R., Suh, J., & Morgan, R. M. (2007). Differential effects of preferential treatment levels on relational outcomes. **Journal of Service Research**, 9(3), 241-256.
- Ladhari, R. (2008). Alternative measures of service quality: A review. **Managing Service Quality**, 18(1), 65-86.
- Law, C. C. H., Zhang, Y., & Gow, J. (2022). Airline service quality, customer satisfaction, and repurchase Intention: Laotian air passengers' perspective. **Case Studies on Transport Policy**.

- Lim, X. J., Cheah, J. H., Waller, D. S., Ting, H., & Ng, S. I. (2020). What s-commerce implies? Repurchase intention and its antecedents. **Marketing Intelligence & Planning**, **38**(6), 760-776.
- Mata, L., Clipa, O., & Tzafilkou, K. (2020). The Development and Validation of a Scale to Measure University Teachers' Attitude towards Ethical Use of Information Technology for a Sustainable Education. **Sustainability**, **12**(15), 6268.
- McDeugall, G. H. & Levesque, T. (2002). Glossary of Marketing Terms. London, UK: Heineman.
- Mollen, A., & Wilson, H. (2010). Engagement, telepresence and interactivity in online consumer experience: Reconciling scholastic and managerial perspectives. **Journal of Business Research**, **63**(9), 919–925.
- O'Brien, H. L., & Toms, E. G. (2010). The development and evaluation of a survey to measure user engagement. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, **61**(1), 50–69.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. **Journal of Retailing**, **64**(1), 12–40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing (Fall)**, 41 – 50.
- Parcharoen, N. (2009). Service Quality of Domestic Flight, Low Cost Airline Case Study: Chiang Mai – Bangkok Flight Path. **Independent Study (IS)**. Master of Public Administration Graduate School, Chiang Mai University, THAILAND
- Patterson, N., Richter, D. J., Gnerre, S., Lander, E., & Reich, D. (2006). Genetic evidence for complex speciation of humans and chimpanzees. **Nature**, **441**(7097), 1103–1108.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2014). The investigation of the influence of service quality toward customer engagement in service dominant industries in Thailand. **International Proceedings of Economics Development and Research**, **82**, 42.
- PwC. (2015). **Tailwinds 2015 Airline Industry Trends**. Retrieved from <https://www.pwc.com/us/en/industrial-products/publications/assets/pwc-tailwinds-rising-passenger-demand.pdf>
- Ranaweera, C. (2007). Are satisfied long-term customers more profitable? Evidence from the telecommunication sector. **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing**, **15**(2), 113-120.
- Saha, G. C., & Theingi. (2009). Service quality, satisfaction, and behavioural intentions: A study of low-cost airline carriers in Thailand. **Managing Service Quality**, **19**(3), 350-372.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions: The case of Pakistan airline industry. **Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics**, **29**(5), 1136–1159.

- Sohaib, M., Rehman, M. A., & Akram, U. (2016). Underlying effect of customer satisfaction on repurchase intentions: Mediating role of trust and commitment. **European Journal of Business Management**, 8(10), 105-115.
- Su, L., Swanson, S. R., & Chen, X. (2016). The effects of perceived service quality on repurchase intentions and subjective well-being of Chinese tourists: The mediating role of relationship quality. **Tourism Management**, 52, 82-95.
- Sultan, F., & Simpson, M. C. (2000). International service variants: Airline passenger expectations and perceptions of service quality. **Journal of Services Marketing**, 14(3), 188-216.
- Ul Islam, J., Rahman, Z., & Hollebeek, L. D. (2017). Personality factors as predictors of online consumer engagement: An empirical investigation. **Marketing Intelligence & Planning**, 35(4), 510-528.
- UNCTAD (2003). **World Investment Report 2003-FDI Policies for Development: National and International Perspectives**. Geneva: The United Nations.
- van Doorn, J., Lemon, K. N., Mittal, V., Nass, S., Pick, D., Pirner, P., & Verhoef, P. C. (2010). Customer engagement behavior: Theoretical foundations and research directions. **Journal of Service Research**, 13(3), 253-266.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., Dalela, V., & Morgan, R. M. (2014). A generalized multidimensional scale for measuring customer engagement. **Journal of Marketing Theory and Practice**, 22(4), 401-420.
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. **Journal of Marketing Theory and Practice**, 20(2), 122-146.
- William, A. (2002). **Relationship Marketing Delivering Customer Satisfaction**. Oxford: Butterworth – Heinemann.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. **Journal of Marketing**, 60(2), 31-46.

การทบทวนวรรณกรรมผลกระทบของภาวะผู้นำในบริษัทโลจิสติกส์

พรรณรจิต ฮาวรังษ์¹

เกวลิน แท่นทอง²

พุทธิวัต สิงห์คง³

Received 13 September 2021

Revised 22 February 2022

Accepted 18 March 2022

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้เพื่อทำความเข้าใจภาวะผู้นำในบริษัทโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การศึกษาก่อนหน้านี้ส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาในแง่มุมมองตะวันตก ซึ่งยังไม่ค่อยมีการศึกษาเกี่ยวกับองค์กรใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากนัก นอกจากนี้ความสำคัญและบทบาทของกลุ่มธุรกิจโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน มีเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการรวมตัวกันทางการขนส่งสินค้าภายในภูมิภาคมากขึ้น การทำความเข้าใจ ภาวะผู้นำในบริษัทโลจิสติกส์สามารถช่วยพัฒนาภาวะผู้นำในภาคอุตสาหกรรมนี้ในภูมิภาคอาเซียนได้ ซึ่งจะทำให้ กระบวนการต่างๆของโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการทบทวนวรรณกรรมนี้ จะกล่าวถึงทฤษฎีภาวะผู้นำในหลายรูปแบบ เช่น ทฤษฎีผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีคุณลักษณะผู้นำ ทฤษฎีอุปนิสัย ภาวะผู้นำตามสถานการณ์ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบความสามารถพิเศษ แนวคิดภาวะผู้นำแบบซับซ้อน หลังจากที่ได้ทบทวนวรรณกรรมพบว่า ทฤษฎีผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง มีประโยชน์มากที่สุดที่จะนำมาปรับใช้ในบริษัทโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ซึ่งผู้นำประเภทนี้จะต้องมีความ ยืดหยุ่นสูงและปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันทฤษฎีนี้ยังช่วยในการทำความเข้าใจ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและผู้ตามได้เป็นอย่างดี รวมทั้งจะช่วยให้เข้าใจในการจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จได้มีประสิทธิภาพอีกด้วย

คำสำคัญ: อาเซียน ทฤษฎีภาวะผู้นำ บทบาทของผู้นำ โลจิสติกส์ ทฤษฎีผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลง

^{1 2} คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด 16 กม 2 ถนนมอเตอร์เวย์ แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร 10250

อีเมล: ¹ phanrajit.havarangsi@stamford.edu, ² kewarin.tantong@stamford.edu

³ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12110

อีเมล: putthiwat_s@rmutt.ac.th

THE REVIEW OF THE EFFECTS OF LEADERSHIP BEHAVIOR IN LOGISTICS COMPANIES

Phanrajit Havarangsi¹

Kewarin Tantong²

Putthiwat Singhdong³

Abstract

The study aimed to understand better the leadership behavior of managers in logistics and supply chain management companies. Previous studies had primarily focused on a Western context, neglecting organizations in Southeast Asia. Moreover, the importance of the logistics sector in the ASEAN region was rising due to better intraregional integration and interconnectivity. Understanding the leadership behavior of logistics organizations could help to improve leadership behavior in the logistics sector in the ASEAN region: thus, helping to facilitate the above integration process more effectively. Within the literature review, different leadership style theories, such as transformational leadership, trait leadership, situational leadership, transactional leadership, charismatic leadership, and complexity leadership, were reviewed. The most useful leadership theory to be applied in logistics organizations was transformational leadership theory. This leadership theory can be used in the context of the logistics industry, which requires a high degree of flexibility from leaders. At the same time, the transformational leadership theory contributes to a better understanding of the relations between leaders and followers – and how these relations contribute to organizational success. The transformational leadership theory provided a useful framework to understand how logistics companies achieved economic success.

Keywords: ASEAN, Leadership Theory, Leadership Styles, Logistics, Transformational

¹ Faculty of Business and Technology, Stamford International University, 16, Motorway Road – Km2, Prawet, Bangkok 10250 Thailand
Email: ¹ phanrajit.havarangsi@stamford.edu, ² kewarin.tantong@stamford.edu

³ Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 39 Moo 1, Klong 6, Khlong Luang, Pathum Thani 12110 Thailand
Email: putthiwat_s@rmutt.ac.th

Introduction

Leadership is an influence relationship among leaders and followers who aim to reflect their shared purposes and goals. Harrell and Simpson (2015) indicate that leaders can influence others because of the power associated with their positions. It is more about bringing value to the organization, helping to achieve its values and mission, the opportunity to coach and develop, thereby bringing others along in their careers and perhaps to achieve a better quality of life (Harrell & Simpson, 2015). The intensive discussion in the current literature about the importance of leadership from several researchers suggested some benefits of better understanding on improving business performances of leadership style in specific perspectives.

Vroom and Jago (2007) indicate that strong company leadership can enable meeting the objectives and providing effective organization. Besides, they indicated that leadership is essential for improving and organizational culture changes (Vroom & Jago, 2007). Many contexts described that leadership creates usefulness for organizations, but there is a lack of research that could provide a clear role of leadership that would move the organizational success when focusing on the study of logistics and supply chain Management Companies.

Smalley, Retallick, Metzger, and Greiman (2016) described that to persuade people to act on behalf of the concerned individual, to proceed towards a common goal, that a leadership skill set is necessary to manage a group. Leadership is one of many factors that support the dynamic skill sets of logistics managers to sustain the competitive advantage needed when dealing with changing circumstances (Strang & Kuhnert, 2009). Nonetheless, the current literature studies investigated the issue of leadership in managing logistics performance within the context of Western cultures rather than in Asian contexts. It could be said that there are few studies available that would provide insight knowledge about the attributes of leadership skills. Thus, the purpose of this study focuses on the effects of leadership styles in the context of the logistics industry.

Problem Statement

Understanding the improved economic performances in the logistics industry will be the general problem of this research study. The priority studies illustrated that the managers in Southeast Asian countries concerning economic success (Li & Sun, 2015). This study concentrates on how leadership behavior of managers affects logistics industry performance. Various research studies were conducted on the outstanding business performance; nevertheless, the logistics industry has been neglected. Because of the increasing investment into the infrastructure in Southeast Asia, the meaning of the logistics industry in Thailand, one of the most potent economic countries in the Southeast, is strongly rising (Fujita & Hamaguchi, 2016).

A study focuses on leadership behavior in logistic industry which can fill the existing theoretical gap in academic research. The integration of the Asian region regarding

transportation infrastructure is rising and generating business opportunities for the logistics section. This study will encounter the relevant leadership theory that existing in detail. The requirement for leadership is vital for driving the company's success; numerous types of leadership styles were the key to drive the companies (Inyang, 2013). For instance, trait theory stated that the attribute of each leader is the essential element for the business (Inyang, 2013). Using the trait theory to describe the types of leadership attributes the organization should have been provided in the previous literature, the study's results are acceptable. However, many researchers explained how the trait theory applied in the workplace is not enough to justify leadership traits when circumstances change. As a result, this paper will also include the application of the Transformational Leadership theory, Trait Leadership theory, Situational Leadership theory, Transactional Leadership, Charismatic Leadership theory, and Complexity Leadership theory to support the understanding of the success characteristics of leadership in the organizations that require a high level of flexibility.

Purpose Statement

The study aimed to understand better the leadership behavior of managers in logistics and supply chain management companies. A subordinate task of this study will find out to which extent at the logistics company in Bangkok use elements of successful leadership, as defined within the framework of the leadership theories. In situations requiring flexible decision-making, underlying leadership patterns are better to be recognized and examined.

The overarching research question asks: how does the leadership behavior of managers contribute to high performance? The answer shall help to understand the reasons for the better economic performance of managers in logistic industry. The situations, which will be especially useful to be studied, require high situational adaptability, as defined by the leadership theories. As described above, they are likely to deliver useful results and help us understand what elements of success differ the leadership behavior.

Literature Review

Effective leadership cannot exist without proper authority. To consider this paradigm, it is evident that the link between power and leadership is inevitable. Without one, the other becomes invalid (Harrell & Simpson, 2015). Effective leadership is the employment of sharing and giving ownership of the leaders' vision to all constituents. Leaders must exercise judgment in selecting those with whom they will share responsibility. The leader's sources of power and the degree of acceptance of the interests of the subordinates are the influence of leadership (Paschen & Dihsmäier, 2014).

Effective leaders typically use their power to enhance followers' motivation, stimulate team productivity, and foster organizational objectives. Leaders' behaviors are situational in that they often adopt different leadership styles depending on the current

situation (Vroom & Jago, 2007). Leaders who constructively use their power in planning and determining subordinates' assignments can positively affect followers' performance, buy-in, and commitment, thus increasing the organization's global competitiveness (Azman, Mohamad, Rafiuddin, & Zhen, 2010). When leaders involve employees in the decision-making process, workers experience "increased feelings of responsibility and ownership of work," leading to increased motivation (Azman et al., 2010).

As the landscape of leadership is ever-evolving due to rapidly changing and innovative technology, increasing globalization, as well as shifts in cross-cultural and multi-generational teams, understanding leadership theories will afford leaders of the future to be adaptable to changing environments, situations, and challenges (Paschen & Dihmaier, 2014). In applying various leadership style theories, exploring the role of Transformational leadership, Trait Leadership, Situational Leadership, Transactional Leadership, Charismatic Leadership theory, and Complexity Leadership influence in establishing trust and loyalty within the leader-member exchange will be critical to guiding behaviors and attitudes of employees for organizational success. Then, the next step will identify the research gaps that might form one of the research questions to be examined concisely. As a result, it is worth describing each concept in detail and expressing its advantages and disadvantages by using them within the context of logistics service providers.

Trait approach to leadership

The characteristics of a successful, leading superior are similar to the ones of a good commander. Such an individual must not only radiate self-assurance, be able to easily connect to others, be dynamic, be in charge of a situation and the people involved in it but must also have traits such as high situational adaptability. Caruso, Fleming, and Spector (2014) took a closer look at the many attributes that had been recommended in a variety of scenarios. This concept obviously has some downsides. By now, there is still no way of unified attributes recognition, even after the many results that related research had already produced (Caruso et al., 2014). On the other hand, this approach still offers companies the opportunity to apply the identified characteristics for hiring new staff in superior, leading positions.

Wu, Tsui, and Kinicki (2010) stated that there was not enough academic knowledge available about the bundled, overall effect of distinguished team leadership when they researched the direct connection between team accomplishments and the ways persons in charge exercise power. Their research design was one of many that tried to understand the problems that divergent superiors' practices pose to the efficiency of organizations. Their study wanted to find out how the behavior of superiors, treating team members in different ways, influences the team's overall performance.

The researchers designed a study to understand behavior on the team level. With it, they were focusing on individual-centered and team-centered versions of leading superiors' actions (Dinh & Lord, 2012). In 8 organizations, information was retrieved from 70 workgroups

to confirm the applied approach (Dinh & Lord, 2012). After examining the data, it was concluded that a team-centered style of exercising power contributed to internal team alignment and a better overall performance outcome. On the flip side, if people were treated differently within teams, the team effectiveness was reduced. One problem still needs to be addressed. How guiding rules and styles of the person in charge are being applied depends on the corporate or institutional culture. Research like the discussed one that was carried out only within an American corporate context is insufficient for application on a general level.

Transformational theory of leadership

A transformational leader focuses on promoting an organization's core structure and cultivates employee acceptance of and dedication to, organizational mission, vision, and values to motivate followers. The leading people in the hierarchy collaborate with their subordinates to exercise command refers to transformational leadership (Kensbock & Boehm, 2016). Understanding the necessity of the transformation is essential as it needs to use various tools to expand the staff's conditions, inspiration, and effectiveness (Kensbock & Boehm, 2016).

For instance, linking the followers' characters to the assignments they need to carry out is essential. Ewen et al. (2013) stated that inferiors need to be stimulated by giving an example. They must feel a higher level of responsibility while involving with their tasks. It is the leader's job to identify the person in charge that connects staff to the most appropriate projects (Ewen et al., 2013). To have faith in the ability of their subordinates is crucial to transformational leaders. This type of leader guides the complex teamwork circumstance, in which inferiors are forced to overcome the obstacles and increase their confidence in their own professional skill set (Ewen et al., 2013). Employees get motivation guidance from leaders for being ready to produce achievements on an outstanding level.

Martinko, Harvey, and Douglas (2007) outlined that transformational leadership contained four different components. The first one is the person who leads and shows the example to staff; the second one is the person who can lift the spirit of employees. Both elements indicate the quality of charisma of the leaders. The third one is that the leaders should provide a real interest in their needs under their command (Martinko et al., 2007). This element makes superiors relate emotionally positively to superiors and encourage them to more hard work. The last one is to convince team members to bring up ideas (Martinko et al., 2007). In this way, leaders can turn staff into over-achievers by letting them overcome the obstacles. This means that leaders set a task that can be easier approachable even though it is a tough challenge that appears from an employee's perspective (Martinko et al., 2007).

The main part of this kind of leadership is developing and transforming people. Because of the many benefits of using this concept as a theoretical structure; the researchers considered this as a tool for analysis (Azman et al., 2010). The previous literature described that the proactive actions of subordinates might not always build better relations between them and their leaders. Nevertheless, the professional achievement and communication

exchanged between employees on different hierarchy levels are improved. Azman et al. (2010) applied a similar concept to building a better theoretical understanding of the fundamental cognitive operations, especially how people could be enabled to find the required solutions more efficiently when conveying the message with their surroundings. The scholars need crucial elements to be considered. Some factors have to be acknowledged, such as the nature of assignment results, the leaders' systematic response to the assessment effectiveness, and decision-makers responses.

Situational Leadership Theory

Vroom and Jago (2007) contradict the traditional notion that people performing in leadership functions inherited the necessary skills for success already. Instead, and according to them, arriving at such a position of power can merely result from changing circumstances and related needs. Superiors need to apply their skillsets in everyday life and many circumstantial contexts. To be successful, the decision-maker has to acknowledge the diversity of the people within institutions. Circumstantial adaptability demands in its core from the people in charge to apply different attributes to adapt themselves to the encountered issues (Wu et al., 2010). The decision-makers in such settings, requiring circumstantial adaptability, must perceive issues and the surrounding environment without distortions from within themselves or outside. A useful help can be to have clear and detailed rules for a code of conduct that can be applied permanently, and that will help to make employees feel treated equally (Wu et al., 2010).

Creating parameters for different circumstances that superiors can encounter helps them reduce personal bias and stay focused on their everyday tasks. In reverse, if a superior's intentions are to a large extent of a personal nature, divergent behavior and different performances of team members may indicate his partiality (Vroom & Jago, 2007). Kotter (2001) agreed that traits of a leading superior can be learned and even improved individually, within one's capacities, and are not given by nature, putting the article in line with other academic scholars who also acknowledged this concept. Leadership issues force decision-makers to deal with complex problems in a variety of situations.

Kotter (2001) pointed out that it is crucial to differentiate between management and leadership. The first term is connected to how to organize, finance, find new employees, plan, keep an overview of situations, and fix issues (Vroom & Jago, 2007). The second term deals with guiding people, giving reasons for their actions, and lastly, ensuring that they and their superiors are on the same page (Vroom & Jago, 2007). In the contemporary office work environment of the early 21st century, both skills above need to be combined if the person in charge wants to exercise power effectively (Vroom & Jago, 2007). The examined study presents itself in the form of a typical business article. From reading about the writer's applied methods for research, it was not possible to judge how well he investigated his subject matter.

Table 1 Model of Situational Leadership

Types of Leaders	Essential roles
Pacesetting Leader	Leader set up assertive goals to drive subordinate and it will work if subordinates are motivated and competent. Also, con is employees may burnout because it requires a lot of effects, and it leads high level of stress
Authoritative Leader	Leader set up direction and goals for subordinate and expect them to follow. Clear direction is the key. However, for those who have high experiences and well-educated consider it as dictated.
Affiliative Leader	Leader motivates subordinates by praising and try not to criticize for fostering team bond, connected and sense of belonging within the team. It is best use when team gets stress of needs to rebuild trust. Also, it should not be used as long-term strategy.
Coaching Leader	Leader focuses on individual to help build and improve their skills and talents. It will work if subordinates are open-minded to follow guidance and accept their weaknesses and willing to improve.
Democratic Leader	Leader listens to subordinates' opinion to have them engage on making decision. This approach will work with high qualification of contribution.
Coercive Leader	Leader is in the role of commander and have an ultimate authority to provide direction. It could apply when crisis.

Goleman, Boyatzis, and McKee (2002) have developed another situational theory of leadership. The theory incorporates his development of the concept of emotional intelligence. The idea of six situational leadership categories describes the leadership style and suggests when each style is most appropriate for the organization.

Charismatic Leadership

The process of charismatic leadership influences reactions and responds to situations and challenges related to supporting followers in organizational effectiveness. While leaders direct and motivate followers to behave in ways that contribute to managing work performance for achieving organizational goals and success, organizations are charged with directing and monitoring leaders to utilize ethical and responsible leadership (Kriger & Zhovtobryukh, 2016). Depending on the audience, Nelson Mandela was portrayed as a positive transformational leader, while Adolf Hitler caused negative images; however, both of their articulations and rhetoric inspired millions of people to follow them.

Transactional Leadership

Transactional leaders can be seen as reactive, rigidly following organizational policies and procedures, focused on the relationship with followers, bureaucratic, intent on working in a stable environment, and could put themselves ahead of the team (Deichmann & Stam, 2015). In addition, transactional leadership style relies on an economic-based transaction with two primary factors, contingent reward approach, where followers are rewarded for meeting

targets and focused on planning execution and goals, and management by exception, whereby leaders intervene and establish proper rules and protocols (Deichmann & Stam, 2015).

Complexity Leadership

Complexity theory provides some new insights and conceptual frameworks to support the leaders in the organization. The complexity theory will bring the leaders to learn how systems can be more effective and spontaneously self-organized into a more sophisticated form that can be adapted to the organization (Uhl-Bien, & Marion, 2008). There is the need to apply more conventional principles to tackle complexity in leadership to handle leadership complexity. This is because of the inherent cultural variables within the organization (Lichtenstein et al., 2006). It all depends on the sources of complexity and the nature of the industry (Lichtenstein et al., 2006). Leaders can improve business reputation, formal and informal strategic alliances, mergers and acquisitions, and other organizational changes like a restructuring process.

Leadership is more about creating an environment where managers and employees can realize their potential, both individually and collectively (Cooke-Davies, 2011). Leaders need to be focused on the very genesis of the organization and the expectations for which they have been designated as leaders. To use complexity theory, leaders need to reduce complicated things into simple things and then delegate these simple things to their subordinates (Cooke-Davies, 2011). Leaders should take care in obtaining talented people on board and build trust while executing. Also, they should increase the complexity of the assignments given to the reporting officers so that they will be able to handle complexity in the future (Cooke-Davies, 2011). If the leader is executing his leadership as expected, he can control the organization and lead it towards its goals.

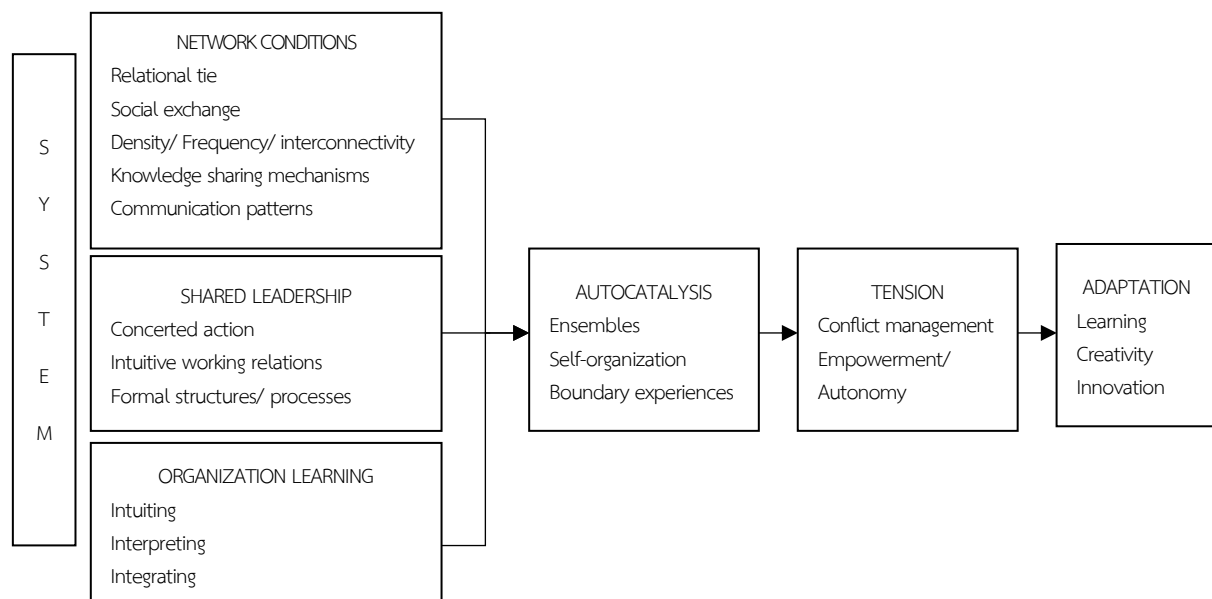


Figure 1 A model of complexity leadership development (Burnes, 2005)

The model of complexity leadership development can help organizations determine the processes they need to develop to support complexity leadership in action. The model focuses on both system criteria to optimize an organization's capacity or adaptive capability arising through distributed intelligence. It is argued here that complexity leadership offers an alternative systemic perspective on the nature of leadership that can help social systems organize themselves more effectively to promote adaptation and change.

Leadership in third-party logistic provider: A research agenda

Logistics and Supply chain Management have become powerful and essential industries that drive the success of many organizations nowadays. The nature of this business is specific and different from other companies; thus, we anticipate seeing the different leadership styles that achieve in the workplace. As a result, the study of leadership's power is essential in the research topic. Dubey, Gunasekaran, and Ali (2015) stated that employee belief in building a relationship with the leader would make him more valuable, and other colleagues will respect him more. This kind of value raises the individual's confidence level and increases the individual's sense of performance and fellowship (Dubey et al., 2015). Within the context of leadership, research explained the importance of building the relationship and the relationship between the leader and the followers.

In addition to the research topic of building the development direction of the logistics companies by using leadership's power, many researchers suggest that to follow duties from the followership proactively and to support their supervisors is the main capability to achieve organizational goals (Agho, 2009). To increase the influence component of leadership, the leader needs to portray traits that useful to followers. Values are related to individuals that have self-control, critical thinking, and independent skills for what they manage (Agho, 2009).

Agho (2009) conducted a study to understand followership better; he provided a three-page questionnaire, sampling 302 senior-level executives to observe managers' perception of followership. Agho (2009) study on the critical skills in followership that are composed of traits such as problem-solving, flexibility, and integrity. The study describes that the leadership's skill and followership can be practiced, and that the effectiveness of leaders increases the influence and collaboration of workgroups. Nevertheless, the passion for practicing leadership and followership still couldn't be explained.

Conclusion

This study summarized the theories of leadership that explain its essential role and are to be used for theoretically conceptualizing and approaching the research questions. The review paper focuses on the effects of leadership behavior of managers in Logistics companies and on improving the economic performances in this sector.

Table 2 The summary of review results on leadership theories

Types of Leadership	Summary of Review Results
Trait Leadership	Leader should have self-assurance, interpersonal skills, high situation adaptability and provide dynamic. However, the downside is no unified attributes recognition (Caruso, Fleming & Spector, 2014). Also, if leader use team-center style of exercising power for contribution of alignment within the team, it will get better performance (Dinh & Load, 2012).
Transformational Leadership	To promote core structure of organization, mission, vision, and value and to cultivate and motivate subordinate, leader needs to be stimulated by being a good example. Also, Transformational leadership could guide when teamwork circumstance is complex in which leader will increase their confidence and force them to overcome obstacle with professional skill set (Ewen, et al., 2013).
Situational Leadership	Leader is required to have ability to adapt in any kinds of situation and provide useful help will make subordinates feel treated well (Wu et al., 2010). Also, creating parameters for different circumstances that superiors can encounter helps them reduce personal bias and stay focused on their everyday tasks (Vroom & Jago, 2007).
Charismatic Leadership	While leaders direct and motivate followers to behave in ways that contribute to managing work performance for achieving organizational goals and success, organizations are charged with directing and monitoring leaders to utilize ethical and responsible leadership (Kriger & Zhovtobryukh, 2016).
Transactional Leadership	Transactional leaders focused on the relationship with followers, bureaucratic, intent on working in a stable environment, and could put themselves ahead of the team (Deichmann & Stam, 2015).
Complexity Leadership	The complexity theory will bring the leaders to learn how systems can be more effective and spontaneously self-organized into a more sophisticated form that can be adapted to the organization (Uhl-Bien, & Marion, 2008). Also, to use complexity theory, leaders need to reduce complicated things into simple things and then delegate these simple things to their subordinates as well as to maintain talented employees and build trust while executing (Cooke-Davies, 2011).

Table 2 shows the summary of review results in each leadership theory. Each theory has its own care of characteristic and leader should apply it depending on the circumstance. What elements of success can be identified that will apply to the logistics industry in Southeast Asia in general? A useful theory that would be suitable for this study is transformational leadership theory. Regarding this theory, we can examine the situations that require high flexibility from leaders and their behaviors, affairs that deliver beneficial data for the study at the same time. The theory will identify elements of success within the leadership style of managers in the defined setting. Moreover, the exploration of relationships between leaders and followers on a deep level will extend the current study in the existing literature of leadership in logistics organizations. The transformational leadership theory provides a useful framework to understand how logistics companies achieve economic success.

References

- Agho, A. O. (2009). Perspectives of senior-level executives on effective followership and leadership. **Journal of Leadership & Organizational Studies**, 16(2), 159-166.
- Azman, I., Mohamad, M. H., Rafiuddin, N. M., & Zhen, K. W. P. (2010). Transformational and transactional leadership styles as a predictor of individual outcomes. **Theoretical and Applied Economics**, 17(6), 89-104.
- Burnes, B. (2005). Complexity Theories and Organizational Change. **International Journal of Management Reviews**, 7, 73-90.
- Caruso, D. R., Fleming, K., & Spector, E. D. (2014). Emotional intelligence and leadership. In **Conceptions of Leadership** (pp. 93-110). Palgrave Macmillan US.
- Cooke-Davies, T. (2011). **Aspects of complexity: Managing projects in a complex world**. Project Management Institute.
- Deichmann, D., & Stam, D. (2015). Leveraging transformational and transactional leadership to cultivate the generation of organization-focused ideas. **The Leadership Quarterly**, 26(2), 204-219.
- Dinh, J.E., & Lord, R.G. (2012). Implications of dispositional and process views of traits for individual difference research in leadership. **The leadership quarterly**, 23(4), 651-669.
- Dubey, R., Gunasekaran, A., & Ali, S. S. (2015). Exploring the relationship between leadership, operational practices, institutional pressures and environmental performance: A framework for green supply chain. **International Journal of Production Economics**, 160, 120-132.
- Ewen, C., Wihler, A., Blickle, G., Oerder, K., Ellen, B. P., Douglas, C., & Ferris, G. R. (2013). Further specification of the leader political skill-leadership effectiveness relationships: Transformational and transactional leader behavior as mediators. **The Leadership Quarterly**, 24(4), 516-533.

- Fujita, M., & Hamaguchi, N. (2016). Supply chain internationalization in East Asia: Inclusiveness and risks. **Papers in Regional Science**, 95(1), 81-100.
- Goleman, D., Boyatzis, R., McKee, A. (2002). **Primal Leadership: Realizing the Power of Emotional Intelligence**. Boston, Mass.: Harvard Business School Press
- Harrell, A., & Simpson, B. (2015). The dynamics of prosocial leadership: Power and influence in collective action groups. **Social Forces**, 94(3), 1283-1308.
- Inyang, B. J. (2013). Exploring the concept of leadership derailment: Defining new research agenda. **International Journal of Business and Management**, 8(16), 78.
- Kensbock, J. M., & Boehm, S. A. (2016). The role of transformational leadership in the mental health and job performance of employees with disabilities. **The International Journal of Human Resource Management**, 27(14), 1580-1609.
- Kotter, J. P. (2001). What leaders really do. **Harvard Business Review**, 79(11), 85-96.
- Kruger, M., & Zhovtobryukh, Y. (2016). The role of charismatic, transformational, and transactional leadership. In **Strategic Leadership for Turbulent Times** (pp. 83-92). Palgrave Macmillan, New York.
- Li, Y., & Sun, J. M. (2015). Traditional Chinese leadership and employee voice behavior: A cross-level examination. **The Leadership Quarterly**, 26(2), 172-189.
- Lichtenstein, B. B., Uhl-Bien, M., Marion, R., Seers, A., Orton, J. D., & Schreiber, C. (2006). Complexity leadership theory: An interactive perspective on leading in complex adaptive systems. **Management Department Faculty Publications**, 8.
- Martinko, M. J., Harvey, P., & Douglas, S. C. (2007). The role, function, and contribution of attribution theory to leadership: A review. **Leadership Quarterly**, 18(6), 561-585.
- Paschen, M., & Dihsmair, E. (2014). Leadership, Power, and Dominance: How to Gain Power and Use It Maturely and Constructively. In **The Psychology of Human Leadership** (pp. 183-196). Springer Berlin Heidelberg.
- Smalley, S. W., Retallick, M. S., Metzger, D., & Greiman, B. (2016). Analysis of Leadership Perceptions, Skills and Traits as Perceived by Agribusiness and Industry Professionals. **NACTA Journal**, 60(1a), 43.
- Strang, S. E., & Kuhnert, K. W. (2009). Personality and leadership developmental levels as predictors of leader performance. **The Leadership Quarterly**, 20(3), 421-433.
- Uhl-Bien, M., Marion, R., & Mckelvey, B. (2008). Complexity Leadership Theory: Shifting Leadership from the Industrial Age to the Knowledge Era. In **M. Uhl-Bien, & R. Marion (Eds.), Complexity Leadership Part 1: Conceptual Foundations** (pp. 185-224). Charlotte, NC: Information Age Publishing.
- Vroom, V. H., & Jago, A. G. (2007). The role of the situation in leadership. **American Psychologist**, 62(1), 17-24.
- Wu, J. B., Tsui, A. S., & Kinicki, A. J. (2010). Consequences of differentiated leadership in groups. **Academy Of Management Journal**, 53(1), 90-106.

บทปริทัศน์หนังสือ (BOOK REVIEW)



ไอซีทีและการจัดการเชิงกลยุทธ์ เขียนโดย ดร.ประสิทธิ์ ทิฆมพุดิ

บทวิจารณ์โดย
ธิดารัตน์ มณีอินทร์¹ และคณะ*

ไอซีทีและการจัดการกลยุทธ์ เป็นหนังสือที่ครอบคลุมการใช้งานไอซีทีด้านการจัดการ และ Digital Transformation เป็นการเตรียมพร้อมการทำงานรูปแบบใหม่ (New Normal) ที่กำลังเกิดขึ้นกับองค์กรภาครัฐกิจและภาครัฐในยุคนปัจจุบัน โดยนำองค์ความรู้ด้านไอซีที และโทรคมนาคมมาประยุกต์กับธุรกิจสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ภาค ได้แก่ ภาค ICT และ ภาค Strategic Management

ความรู้ด้านไอซีทีและการสื่อสารโทรคมนาคมในเชิงประยุกต์กับสังคม และองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องครอบคลุมเนื้อหาภาคทฤษฎีตามแนวคิดดั้งเดิม และแนวคิดสมัยใหม่ ซึ่งรวมเนื้อหาไว้ทั้งหมด 17 บทที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. การใช้งาน ICT องค์กรให้ความสำคัญมากและมีความคาดหวังจากผลที่ได้รับจาก ICT เป็นอย่างมาก ซึ่งต้องมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และ นำไปประยุกต์ให้เข้ากับองค์กรเพื่อธุรกิจดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

2. เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคมพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยีโทรคมนาคม เป็นระบบสื่อสารมีองค์ประกอบการสื่อสารต่างๆ นำไปสู่การพัฒนานวัตกรรม ในการใช้งานทางธุรกิจ การสื่อสารโทรคมนาคม จนมาเป็นใยแก้วนำแสงระบบสื่อสารโทรคมนาคม เนื้อหาในส่วนใหญ่จำเป็นด้านเทคนิคต่าง ๆ

3. บทบาทผู้บริหาร ICT การบริหารจัดการเทคโนโลยี ICT ให้ประสบความสำเร็จมีความจำเป็นที่หน่วยงานจะต้องมีการวางแผนเพื่อพัฒนาองค์กร และสนับสนุนการแก้ปัญหาเกี่ยวกับเทคโนโลยี ICT

¹ วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ อีเมล: 635151020017@dpu.ac.th

* ศตกมล ศรีมวอน, อาภากร สายสุวรรณ, กมลวรรณ ชัยอาภรณ์ และกัญพิชา ฮึกหาญตระกูล

4. การบริหารจัดการโครงการ ICT การบริหารจัดการโครงการ มีหลายด้าน ในส่วนของการบริหารงานแบบเบ็ดเสร็จ สามารถเอาไปวิเคราะห์โครงการได้เป็นอย่างดี เป็นการประยุกต์ใช้หลักการจัดการโครงการทั่วไป และความสำเร็จจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ

5. Digital Disruption และ Digital Transformation มีความหมายของ Digital Disruption กับ Digital Transformation และผลกระทบที่ตามที่เกิดขึ้นกับธุรกิจ คือการหยุดชะงักทางดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยี ICT จนทำให้เกิดนวัตกรรม และอุตสาหกรรมใหม่ เรียกว่า อุตสาหกรรม 4.0 ไม่ว่าจะเป็น AI และระบบอัตโนมัติอื่น ๆ

6. Big Data และ Data Analytics คือ ข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาพ เสียง ข้อความ หรือ รายงานต่าง ๆ ซึ่งมีปริมาณ มีความหลากหลาย มีคุณค่าและมีความแม่นยำ และกลไกที่สำคัญของ Big Data Analytics คือ การกลั่นกรองข้อมูลเพื่อค้นหาสิ่งที่ต้องการ

7. AI (Artificial Intelligence) ได้จำแนกประเภทของ AI หรือ ปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งทำให้คอมพิวเตอร์มีความสามารถเหมือนกับมนุษย์มากที่สุด โดยแบ่งเป็น 4 ประเภทคือ 1) ระบบที่คิดเหมือนมนุษย์ 2) ระบบที่กระทำเหมือนมนุษย์ 3) ระบบที่คิดอย่างมีเหตุผล 4) ระบบที่กระทำอย่างมีเหตุผล โดยมีการนำความสามารถของ AI มาประยุกต์ใช้อย่างหลากหลายในทุกวงการ

8. IoT (Internet of Thing) เป็นเครือข่ายของวัตถุกายภาพซึ่งใช้อินเตอร์เน็ตเป็นตัวเชื่อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นเครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ คน ธุรกิจ สถานที่ โดยมองว่า IoT เป็นสิ่งสำคัญในการเชื่อมโยงทุกอย่างเข้าด้วยกัน ถ้าขาด IoT จะทำให้เกิดการชะงักของธุรกิจได้ในทุก ๆ วงการ

9. Blockchain และ Fintech โดยอธิบายว่า Blockchain คือ กล่องจัดเก็บข้อมูลที่เชื่อมต่อกันเป็นลูกโซ่ไม่ต้องผ่านตัวกลางในการส่งข้อมูล เพื่อรองรับสกุลเงินในรูปแบบของดิจิทัล (Bitcoin) การทำงานของ Blockchain จะทำการสำเนาฐานข้อมูลเก็บเอาไว้และอัปเดตฐานข้อมูลอัตโนมัติเมื่อมีข้อมูลเข้ามาใหม่ ข้อมูลจะถูกต้องและมีความปลอดภัยสูงป้องกันการปลอมแปลงข้อมูล ส่วน Fintech คือ เทคโนโลยีทางการเงินที่ใช้ Blockchain เข้ามามีส่วนในการทำงานในการทำธุรกรรมต่าง ๆ

10. Cloud Computing และ API โดยอธิบายว่า Cloud คือ การให้บริการงานระบบ IT โดยผู้ให้บริการจัดเตรียมระบบเซิร์ฟเวอร์ เพื่อจัดเก็บและจัดการข้อมูลทางออนไลน์จากอุปกรณ์ที่ใช้ อินเทอร์เน็ตได้แทนการเข้าถึงไฟล์ และข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลหรือคอมพิวเตอร์ขององค์กร ส่วน API คือ ช่องทางการเชื่อมต่อบนเว็บไซต์ของผู้ให้บริการ API

11. เทคโนโลยี 5G คือ เทคโนโลยีการใช้โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ 5G เป็นการพัฒนาจากเดิมที่เป็นการใช้โทรศัพท์มือถือเคลื่อนที่ 4G โดยเทคโนโลยี 5G มีคุณสมบัติด้านความเร็ว สัญญาณข้อมูล เครือข่ายเทคโนโลยี และอุปกรณ์ไร้สาย

12. เศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (Related Economics) เศรษฐศาสตร์เป็นวิชาทางสังคม ที่เกี่ยวกับการผลิต การจัดสรร การกระจายสินค้า การบริโภคสินค้า การบริการ การค้า และการแข่งขัน ซึ่งเกี่ยวกับการนำไปใช้เพื่อเป็นการประยุกต์ ทางเลือก หรือแก้ปัญหาของข้อจำกัดในด้านความขาดแคลนที่เพิ่มมากขึ้น การศึกษานี้มีที่มาจาก 2 เหตุผล ได้แก่ ทรัพยากรที่มีจำกัด และความต้องการมีไม่จำกัด

13. หลักการจัดการ (Principles of Management) ความสำคัญของการจัดการ เป็นการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจะมุ่งเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล การจัดการด้าน ICT และหลักการจัดการจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

14. การวางแผนด้านกลยุทธ์ (Strategic Planning) ในเชิงธุรกิจได้ให้ความหมายไว้ว่า แผนรวมขององค์กรที่นำเอาข้อได้เปรียบและจุดเด่นต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์ เพื่อสร้างโอกาสและต่อสู้กับ คู่แข่งในตลาดได้ การจัดการเชิงกลยุทธ์ คือ การวางแผนทั้งหมดขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีประสิทธิภาพ

15. หลักการทำเวิร์คช็อป (Workshop Principle) การทำเวิร์คช็อปใช้วิธีพิจารณาเป็นข้อ ๆ ตามลำดับ 12 ข้อ ได้แก่ ลักษณะของงาน หลักการจัดการ การวิเคราะห์สถานการณ์ การวิเคราะห์ด้วย แนวทางการจัดทำกลยุทธ์ กฎระเบียบข้อบังคับ เศรษฐศาสตร์ การเงิน แผนกลยุทธ์หรือแผนยุทธศาสตร์ กำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ กำหนดงบประมาณ ปฏิบัติการ และการประเมินผลและควบคุม

16. โมเดลธุรกิจ (Business Model) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มองภาพธุรกิจได้อย่างชัดเจน และมีประสิทธิภาพมากประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ เพื่อกำหนดทิศทางกลยุทธ์และจัดทำแผนงาน ตามโครงสร้างและกระบวนการทำงานของธุรกิจ

17. ธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup Business) เป็นธุรกิจที่เน้นการเติบโตแบบรวดเร็วภายใน ระยะเวลาอันสั้น สร้างสินค้าที่คนส่วนใหญ่ต้องการ หรือทำให้คนใช้ชีวิตง่ายขึ้น เริ่มต้นจากการพัฒนาไอเดีย เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ โดยมีการประยุกต์ใช้องค์ความรู้เรื่องโมเดลธุรกิจให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ในการพัฒนาธุรกิจและต่อยอดธุรกิจให้เติบโตได้อย่างมั่นคงในระยะยาว

กล่าวโดยสรุปจากหนังสือ “ไอซีทีและการจัดการเชิงกลยุทธ์” จากมุมมองของผู้อ่าน พบว่าเป็น หนังสือที่มีการนำเสนอแนวคิดในการพัฒนาองค์กรโดยนำแนวคิดการจัดการความรู้มาประยุกต์ใช้ ซึ่งให้ ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการความรู้ขององค์กรผ่านมุมมองของนักวิชาการ จุดเด่นของ หนังสือเล่มนี้คือมีการครอบคลุมการประยุกต์ใช้งาน เทคโนโลยี ICT ที่ทันสมัยและเกี่ยวข้องกับธุรกิจ Start up มีเนื้อหาที่กระชับและเข้าใจง่าย และมีเนื้อหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจโทรคมนาคม และการวางแผน กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของภาคธุรกิจที่มี ความเข้มข้นและเติบโตอย่างรวดเร็วในยุค Digital Disruptions

หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่เหมาะสมกับผู้บริหารองค์กรและนักธุรกิจ Start up เพราะได้รวบรวม ข้อมูล ทฤษฎี และกลยุทธ์ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักธุรกิจ แต่ทั้งนี้นักธุรกิจต้องนำไปประยุกต์ใช้กลยุทธ์ ทางการตลาดในสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์อื่น ๆ เพิ่มเติมอีก ถึงแม้ว่าหนังสือเล่มนี้จะมีข้อจำกัด บางประการ แต่ข้อจำกัดเหล่านั้นก็เกิดขึ้นเนื่องจากลักษณะของหนังสือ ไม่ใช่เป็นข้อผิดพลาดของหนังสือ กล่าวโดยสรุปคือ หนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือที่เน้นการนำเสนอแนวคิด และแนวปฏิบัติ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สำหรับผู้อ่าน โดยเฉพาะผู้อ่านที่เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ขององค์กร