



ปีที่ 19 ฉบับที่ 2
เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2564

ISSN 2630-0664
(ONLINE)

วารสาร การจัดการสมัยใหม่

MODERN MANAGEMENT JOURNAL



สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วัตถุประสงค์และขอบเขต

- วารสารการจัดการสมัยใหม่เป็นวารสารทางวิชาการมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ
- เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานวิชาการ ความรู้ ความคิดทางวิชาการ และวิชาชีพด้านการจัดการ ทั้งแวดวงวิชาการและสังคม
 - เพื่อดำเนินการเผยแพร่ผลงานวิชาการ ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการวิจัย และการพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาวิทยาการจัดการแขนงต่าง ๆ อาทิ
 - ◇ การจัดการทั่วไปทางธุรกิจ
 - ◇ การจัดการงานก่อสร้าง
 - ◇ การจัดการด้านการเงินและการบัญชี
 - ◇ เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดการ
 - ◇ การจัดการด้านการตลาด
 - ◇ รัฐประศาสนศาสตร์และการบริหารจัดการภาครัฐ
 - ◇ การจัดการการท่องเที่ยวและบริการ
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการประสาน แลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ การปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการศึกษาด้านการจัดการสมัยใหม่ รวมทั้งเรื่องที่จะเป็นประโยชน์แก่นักศึกษา คณาจารย์และผู้สนใจทั่วไป

คณะกรรมการจัดทำวารสาร ที่ปรึกษา	กองบรรณาธิการประจำภายนอก	สังกัด
รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์ รักษาการแทนรองอธิการบดี ฝ่ายการศึกษา ยุทธศาสตร์ แผน และเทคโนโลยีดิจิทัล ศาสตราจารย์ ดร. ดิเรก เกียรติกุล ศาสตราจารย์ ดร. ดิเรก เกียรติกุล ศาสตราจารย์ ดร. ดิเรก เกียรติกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาวิน ชินะโชติ (ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ)	รองศาสตราจารย์ ดร. ทศนีย์ ลิ้มสุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร. ปรียานุช อภิบุญโยภาส รองศาสตราจารย์ ดร. ลีลี อิงศรีสว่าง รองศาสตราจารย์เปรมใจ ตรีสรานุวัฒนา รองศาสตราจารย์สมบุญ สุธงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทรงพร หาญสันติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรณพงค์ บุญศิริธรรมชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
บรรณาธิการ รองศาสตราจารย์ ดร.พิพวรรณ บุญยเพิ่ม	รองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ วัฒนา รองศาสตราจารย์ ดร. ศิลปพร ศรีจันทร์เพชร รองศาสตราจารย์ ดร. อัครวิณ แสงพิกุล รองศาสตราจารย์บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์พัทธ์ พิษณุเดชอนันต์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปราโมทย์ ลีอนาม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ ฉวีสุข ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร อาจารย์ ดร. จุมพฏ บริราช อาจารย์ ดร. ผุสดี พลสารมัย อาจารย์ ดร. พวงชมพู โจนส์ อาจารย์ ดร. สุภาวดี อิงศรีสว่าง	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กลุ่มธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม บริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์ มหาวิทยาลัยบูรพา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยาเขตศรีราชา) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)
กองบรรณาธิการ 1. รศ.ดร.ก้องพร ทองใบ 2. รศ.ดร.รชพร จันทน์สว่าง 3. รศ.ธัญญรัตน์ วรรณวัฒน์ 4. รศ.นพพร โทณะวนิก 5. รศ.ประภาศรี พงศ์ธนาพาณิชย์ 6. ผศ.ดร.จำเนียร ราชแพทยาคม 7. ผศ.ดร.ณัฐศิษฐ์ ใจสะอาด 8. ผศ.ดร.ภาวิน ชินะโชติ 9. อ.ดร.นฤปดี วรรณาคม 10. อ.อภิรดี สราญรมย์ 11. อ.ศตวรรษ ดั่งวงปั้น	ผู้จัดการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา บุญยัง ผู้ช่วยผู้จัดการ นางสาวจิตรดา เกษมสวัสดิ์	สำนักงาน สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เจ้าของงาน สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คำชี้แจง

คำชี้แจงการเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารการจัดการสมัยใหม่

1. บทความภาษาไทย

- 1.1 ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Browallia New ขนาด 18 pt ตัวหนา
- 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนบทความ (ทุกคน) ประกอบด้วย
 - ชื่อนามสกุล ของผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ได้ชื่อเรื่องโดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt ตัวหนา
- 1.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Browallia New ขนาด 12 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงบรรทัด โดยระบุให้ชัดเจนว่าชื่อใดคือ ผู้พิมพ์ประสานงาน (corresponding author)
- 1.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาไทยและ Abstract มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์คำสำคัญในบทคัดย่อภาษาไทยและพิมพ์ Keywords ใน Abstract ส่วนเนื้อความใช้อักษร Browallia New ขนาด 14 pt ตัวปกติ
- 1.5 เนื้อหาทั้งหมด (อาจใช้ภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ) ใช้อักษรขนาด 14 pt ตัวปกติ จัดเป็น 2 คอลัมน์ ส่วนหัวข้อและหมายเลขประจำหัวข้อให้ใช้ตัวอักษร Browallia New ขนาด 16 pt ตัวหนา และพิมพ์ให้ชิดขอบด้านซ้าย ให้ใช้ระยะบรรทัดห่าง 1 บรรทัด (Single space)
- 1.6 บทนำ (Introduction) ให้บรรยายครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัยพร้อมทั้งเสนอภาพรวมของบทความ
- 1.7 ตาราง (Table) ให้ใช้คำว่า ตารางที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายตาราง อยู่บนเนื้อตาราง ใช้อักษร Browallia New ขนาด 14 pt ทั้งนี้หากเนื้อหาตารางมีจำนวนมาก อาจปรับเป็นคอลัมน์เดียว
- 1.8 รูปภาพ (Figure) ให้ใช้คำว่า ภาพที่ ตามด้วยตัวเลข และคำอธิบายภาพ อยู่ด้านล่างภาพ ใช้อักษร Browallia New โดยจัดวางภาพและตำแหน่งให้เหมาะสม

2. บทความภาษาอังกฤษ

- 2.1 ชื่อเรื่องระบุเป็นภาษาอังกฤษ ใช้ตัวอักษร Browallia New ขนาด 18 pt ตัวหนา
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน ชื่อนามสกุล ระบุเป็นภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษรขนาด 14 pt ตัวหนา
- 2.3 ตำแหน่งทางวิชาการ หน่วยงานที่สังกัด และอีเมลของผู้เขียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ครบทุกคน) ใช้ตัวอักษร Browallia New ขนาด 12 pt ตัวปกติ เขียนเป็นเชิงบรรทัด
- 2.4 บทความจะต้องมีบทคัดย่อภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 250 คำ และต้องพิมพ์ Keywords ส่วนเนื้อความให้อักษร Browallia New ขนาด 14 pt ตัวปกติ

3. การเขียนอ้างอิง

การเขียนอ้างอิงในเนื้อหา และ บรรณานุกรม ให้เขียนตามแบบ APA (American Psychological Association) และ ให้เปลี่ยนแปลงรูปแบบการอ้างอิง บทความฉบับภาษาไทย เป็น ภาษาอังกฤษทั้งหมด ตัวอย่างเช่น สุพัฒนา อิศวภา (2554) งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อโรงแรม เซ็นทรา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ ให้แปลงรูปแบบดังนี้

- อ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้เป็น Issawapa (2011) แทนรูปแบบการอ้างอิงเดิมคือ สุพัฒนา อิศวภา (2554)
- บรรณานุกรมให้ใช้เป็น Issawapa, S. (2011). *Factors Affecting Employee Engagement towards Centara Grand at Central World Hotel Bangkok (Master' thesis)*. Chiangmai University. [In Thai] แทนรูปแบบการอ้างอิงเดิม คือ สุพัฒนา อิศวภา. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงานต่อโรงแรมเซ็นทรา แกรนด์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ กรุงเทพฯ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทระดับปริญญาโทไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ผู้เขียนจำเป็นต้องตรวจสอบความถูกต้องของการแปลภาษาจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

4. การประเมินบทความ

บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องผ่านการกลั่นกรองและประเมินคุณภาพจากกองบรรณาธิการวารสารการจัดการสมัยใหม่และผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ (Peer review) อย่างน้อย 2 ท่าน

5. คำชี้แจงต่อผู้เขียน

- บทความที่จะได้รับการตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน
- บทความที่ผู้เขียนเสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสารการจัดการสมัยใหม่ต้องไม่อยู่ในระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น
- ผู้เขียนต้องส่งต้นฉบับถึงบรรณาธิการวารสารการจัดการสมัยใหม่ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ก่อนกำหนดการออกวารสารอย่างน้อย 2 เดือน

วารสารการจัดการสมัยใหม่กำหนดออกปีละ 2 ฉบับ (มิถุนายนและธันวาคม)

ผู้ที่ประสงค์จะนำข้อเขียนในเล่มไปพิมพ์เผยแพร่ซ้ำจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนตามกฎหมายที่ว่าด้วยลิขสิทธิ์ และแจ้งให้ฝ่ายจัดการวารสารการจัดการสมัยใหม่ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชทราบทุกครั้ง

ทฤษฎีและข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในบทความที่เผยแพร่ในวารสารการจัดการสมัยใหม่เป็นของผู้เขียนโดยเฉพาะ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย

รูปแบบการส่งบทความภาษาไทยโดยละเอียด

การเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์

(Browallia New ขนาด 18 pt ตัวหนา)

Increasing the Efficiency of The Research

Commercialization Process (Browallia New ขนาด 18 pt ตัวหนา)

ภราดร นิลแจ้ง^{1*} (Browallia New ขนาด 14 pt ตัวหนา)

Paradorn Niljang^{**} (Browallia New ขนาด 14 pt ตัวหนา)

อัญญา ดิษฐานนท์ (Browallia New ขนาด 14 pt ตัวหนา)

Anyanitha Distanont (Browallia New ขนาด 14 pt ตัวหนา)

บทคัดย่อ (Browallia New ขนาด 16 pt)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยการศึกษาเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งศึกษากรณีศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประกอบด้วย อาจารย์ผู้วิจัยจำนวน 2 ท่าน เจ้าหน้าที่ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจจำนวน 2 ท่าน และผู้ประกอบการจำนวน 1 ท่าน ขั้นตอนการทำวิจัยมีดังนี้ 1) การศึกษาวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 2) การศึกษาเชิงประจักษ์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการต่อยอดงานวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สู่เชิงพาณิชย์ 3) การสรุป และวิเคราะห์ผลการวิจัย... (Browallia New ขนาด 14 pt)

คำสำคัญ: มหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้วิจัย ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจ ผู้ประกอบการ (Browallia New ขนาด 14 pt)

Abstract (Browallia New ขนาด 16 pt)

This research analyzes how to increase the efficiency of the research commercialization process of Thammasat University. This research is qualitative research which studied the case study of Thammasat University consisting of 2 researchers, 2 officers of the Center of Intellectual Property and Business Incubator, and 1 entrepreneur. ... (Browallia New ขนาด 14 pt)

Keywords: University, Researchers, The Center of Intellectual Property and Business Incubator, Entrepreneurs (Browallia New ขนาด 14 pt)

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

อีเมล: wethaya15.f@gmail.com

^{**} Corresponding Author, Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi,

E-mail: wethaya15.f@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received date): 27 February 2020 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 12 June 2020

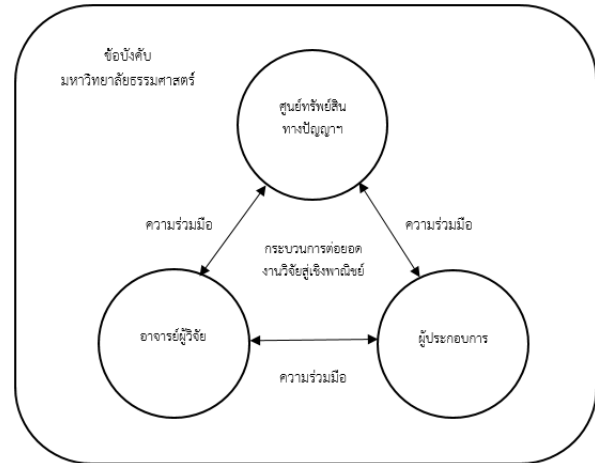
วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 25 June 2020 (Browallia New ขนาด 12 pt)

บทนำ (Browallia New ขนาด 16 pt)

ปัจจุบันในหลายประเทศต่างให้ความสำคัญในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยสร้างกรอบความร่วมมือจากหน่วยงานหลาย ๆ หน่วยงานเพื่อนำไปสู่การเกิดนวัตกรรม เนื่องจากนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยได้มีการสร้างความร่วมมือกับทั้งมหาวิทยาลัย ภาคอุตสาหกรรม และรัฐบาล (Lam, Hills and Ng, 2012) รัฐบาลในหลายประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญ ทั้งยังมีความสนใจในกิจกรรมเชิงพาณิชย์ และความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านนวัตกรรมระดับประเทศ (Leisyte, 2011) จึงได้มีการนำแนวคิดในการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบความร่วมมือในการสร้างงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ (Etzkowitz and Leydesdorff, 2000) นอกจากนี้ยังมีการสร้างระบบนิเวศทางด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้การเกิดการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และเป็นกลไกสำคัญในการประสานความร่วมมือระหว่างกัน เช่น การเข้าถึงองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยี การร่วมมือในการวิจัยและพัฒนา การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เป็นต้น...(Browallia New ขนาด 14 pt)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมในกระบวนการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ (Commercialization Process) และกฎระเบียบเพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพนวัตกรรมจึงได้นำมาพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจ อาจารย์ผู้วิจัยของมหาวิทยาลัย และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการนำผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไปสู่เชิงพาณิชย์ โดยทั้ง 3 หน่วย ต่างมีความร่วมมือ และมีกระบวนการในการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ โดยในทุกกระบวนการความร่วมมือ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่างจะต้องมีการทำงานภายใต้ข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้วิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Browallia New ขนาด 16 pt)

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการศึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องในการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย 1) อาจารย์ผู้วิจัย 2) ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาและบ่มเพาะวิสาหกิจ 3) ผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องในการต่อยอดงานวิจัยของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สู่เชิงพาณิชย์ ซึ่งขั้นตอนในการศึกษาวิจัยประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

1. การศึกษาวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Literature Study) เพื่อศึกษากิจกรรมของกระบวนการในการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ และข้อบังคับมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในทางทฤษฎี
2. การศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Study) ด้วยวิธีการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Observation)... (Browallia New ขนาด 14 pt)

ผลการวิจัย (Browallia New ขนาด 16 pt)

1. กระบวนการต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ (Commercialization Process)

จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature Study) สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เชิงลึก (Observation and In-Depth Interview) สามารถแบ่งกระบวนการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์ได้เป็น 4 ขั้นตอน...(Browallia New ขนาด 14 pt)

ตารางที่ 1 กิจกรรมในกระบวนการต่อยอดงานวิจัยสู่เชิงพาณิชย์

ขั้นตอน (Process)	กิจกรรมหลัก (Activity)
ขั้นตอนที่ 1 การค้นพบแนวคิด (Idea Generation)	1.1 การค้นพบแนวคิด 1.2 การประเมินแนวคิด 1.3 การหาแหล่งเงินทุนสนับสนุน 1.4 การวิจัยและพัฒนา
ขั้นตอนที่ 2 การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Protection)	2.1 การเปิดเผยข้อมูลสิ่งประดิษฐ์ 2.2 การประเมินสิ่งประดิษฐ์สำหรับการจดสิทธิบัตร 2.3 การจดสิทธิบัตร
ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototyping)	3.1 การประเมินความสามารถด้านการตลาด 3.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3.3 การทดสอบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
ขั้นตอนที่ 4 การนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization)	4.1 การประเมินมูลค่าของสิทธิบัตร 4.2 การเจรจาต่อรองการซื้อขายสิทธิบัตร 4.3 การขายสิทธิบัตรและการทำสัญญาให้ใช้ใบอนุญาต

อภิปรายผล (Browallia New ขนาด 16 pt)

“ข้อบังคับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ว่าด้วยการมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2561” เป็นข้อบังคับที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสร้าง

ประสิทธิภาพทางด้านนวัตกรรม ด้านการวิจัยและพัฒนา และการนำรายได้กลับคืนสู่มหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ambec and Barla (2006) และ Lounsbury and Crumley (2007) ที่ระบุว่าการมีกฎระเบียบ หรือ ข้อบังคับ... (Browallia New ขนาด 14 pt)

References (Browallia New ขนาด 16 pt)

- Alfons, B. (2010). Knowledge and the Regulation of Innovation. *Poiesis & Praxis*. 7(1/2), 73-86. DOI: 10.1007/s10202-010-0073-7.
- Ambec, S., & Barla, P., (2006). Can environmental regulations be good for business? An assessment of the Porter hypothesis. *Energy Stud. Rev.* 14(2), 42-62. DOI: /10.15173/esr.v14i2.493.
- Armando, E., Boaventura, G., Mauricio, J., Emanuela, T., Pereira, C., & Espinheira, C.(2017).Triple Helix Influence on Competitiveness Factors: Comparison between Wine Clusters in Brazil and Chile. *Revista Electronica de Negocios Internacionais da ESPM*. 12(3), 43-60. Retrieved from Academic Search Complete.
- Bandarian, R. (2007). From Idea to Market in RIPI: An Agile Frame for NTD Process. *Journal of Technology Management & Innovation*. 2(1). Retrieved from J. Technol. Manag. Innov. 2007.
- Banker, R. D., Bardhan, I., & Asdemir, O. (2006). Understanding the Impact of Collaboration Software on Product Design and Development. *Information Systems Research*. 17(4), 352-373. DOI: 10.1287/isre.1060.0104.
- Belitski, M., Aginskaja, A., & Marozau, R. (2018). Commercializing University Research in Transition Economies: Technology Transfer Offices or Direct Industrial Funding ?. *Research Policy*. 48(3), 601-615. DOI: 10.1016/j.respol.2018.10.011.
- Butenko, A., & Larouche, P., (2015). Regulation for Innovativeness or Regulation of Innovation?.*Law, Innovation & Technology*. 7(1), 52-82. DOI: 10.1080 /17579961.2015.1052643. (Browallia New ขนาด 14 pt)

สารบัญ

หน้าบรรณาธิการ

- บทบรรณาธิการ 1

บทความวิจัย

- ผลกระทบของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งกับความ
เสี่ยงของบริษัท
ดวงนภา สุขะหุต 1-12
- โมเดลอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร 10
สุทธมา ธัญญะชัย 13-22
- การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในบริบทประเทศไทยกับ
ต่างประเทศ
อัศวิน แสงพิกุล 23-36
- การสร้างพฤติกรรมการชำระเงินผ่านมือถือผ่านโครงการคนละครึ่ง 50:50 ของรัฐบาลในการช่วยเหลือประชาชน
ในช่วงโควิด 19
วรัญพศ์ บุญศิริธรรมชัย พลอย สุดอ่อน และนพดล มโนสุทธิ 37-48
- การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0
นรภัทร จินาห้อง และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า 59-63
- ปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการ
บัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
วรพรรณ รัตนทรงธรรม 64-81
- ผลกระทบของแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ต่อความสำเร็จของธุรกิจ: หลักฐานจากนิคมอุตสาหกรรม
ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย
อนุชา ภาพยอม 82-104
- การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี
สุรีย์ เข้มทอง ทิพวรรณ บุญย์เพิ่ม ภูริพัฒน์ ขาญกิจ 105-131
- การศึกษาการลดต้นทุนการสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกท้องถิ่นโดยใช้วิธี EOQ: กรณีศึกษาร้าน “ล้านกระทุ่มครับ”
ธิบดินทร์ แสงสว่าง, ณัฐธิดา ชลותרพย์, สุนิสา โฉมชิต และ วีระชัย สุระโชติเวศย์ 132-143

TABLE OF CONTENTS

EDITORIAL

- Editorial 1

RESEARCH ARTICLE

- The Moderating Effect of CEO Gender on Relationship between CEO Tenure and Risk-taking
Duangnapa Sukhahuta 1-12
- The Influence of Green Supply Chain Management Practices on Firm Performance
Sutama Thunyachai 13-22
- A Comparative Analysis of Service Quality Measurements in the Hotel Industry between Thai and International Contexts
Aswin Sangpikul 23-36
- Creating habitual usage of mobile payment via government's 50:50 co-payment scheme in helping people during the COVID-19
Waranpong Boonsiritomachai Ploy Sud-On and Noppadol Manosuthi 37-48
- Service quality improvement in Kuakarun nursing library, Navamindradhiraj University in 4.0 Era
Norabhat Chinahong and Manassinee Boonmeesrisa-nga 59-63
- Casual Factors of Modern Accountant's Professional Quotients Influencing Accounting Practice Efficiency and Sustainable Accounting Success of Accountants in Companies Listed on The Stock Exchange of Thailand
Worapan Ratanasongtham 64-81
- The Impact of Contemporary Management Accounting Practices on Business Success: Evidence from Industrial Estates in the Eastern Economic Corridor, Thailand
Anucha Thapayom 82-104
- Promoting Cultural Tourism in the Thai Way of Life along with Canal in Nonthaburi Province
Suree Khemthong Thippawan Boonyaperm and Puripat Charnkit 105-131
- The Study of the Order Quantity Cost Saving of a Local Retail Store by EOQ Method: A Case Study of "Lan Kathum Krub"
Thobordin Sangsawang Nattida Chalorsap Sunisa Chomchit and Teerachai Surachotivet 132-143

ผลกระทบของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่ผู้บริหาร
สูงสุดดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท

The Moderating Effect of CEO Gender on Relationship between
CEO Tenure and Risk-taking

ดวงนภา สุขะหุต^{1*}

Duangnapa Sukhahuta^{**}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัทและ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัทที่จดทะเบียนในประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาจากบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 2395 บริษัท-ปี ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ระยะเวลาดำรงตำแหน่งมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเสี่ยงของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทน ที่อธิบายได้ว่าผู้บริหารจะสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้กับตัวเองและไม่คำนึงว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ถือหุ้นอย่างไร ผลการวิจัยยังพบว่า 2) เพศของผู้บริหารสูงสุดในฐานะตัวแปรกำกับมีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งและความเสี่ยงของบริษัทเปลี่ยนทิศทาง แสดงให้เห็นว่าเพศของผู้บริหารสูงสุดส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเรื่องความเสี่ยงในการลงทุน จากทำการวิเคราะห์กลุ่มย่อยพบว่าเฉพาะผู้นำชายมีผลทำให้ระยะเวลาดำรงตำแหน่งมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเสี่ยงของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แต่กลุ่มผู้นำหญิงพบว่าความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าผู้นำชายยังดำรงตำแหน่งนานยังไม่กล้าลงทุนที่มีความเสี่ยง

คำสำคัญ: เพศของผู้บริหารสูงสุด ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง ความเสี่ยงของบริษัท

Abstract

The objects of this study are 1) to analyze the relationship between CEO tenure and firm risk-taking and 2) to examine the effect of CEO gender as a moderator on the CEO tenure and risk-taking relationship of firms listed on Thai stock exchange. The data were collected from the stock exchange of Thailand The samples were 2,395 firm-year observations by using purposive sampling method. The result of the study shows that 1) CEO tenure has significantly negative association with risk-taking. According to Agency theory, CEOs as an agent concern making utilities for themselves instead of maximizing benefits to the shareholders. 2) The result also confirms that CEO gender is a moderator. The effect of the interaction between CEO gender and CEO tenure is significantly positive to risk-taking at 0.01 level. This implied that the gender of CEO affects decision-making about investment risk. According to sub-group analysis, the relationship

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อีเมล: duangnapa@live.com

^{**} Corresponding Author, Faculty of Business Administration, Maejo University, E-mail: duangnapa@live.com

วันที่รับบทความ (Received date): 25 December 2019 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 23 July 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 30 November 2021

between CEO tenure and firm risk-taking is significantly negative at 0.01 level for male group. For female group, it shows the positive relationship between CEO tenure and firm risk-taking. But it is not significant. Thus, it can be concluded that the longer the male CEO held the position, the more dare they invested at risk.

Keywords: CEO gender, CEO tenure, Risk-taking

บทนำ

สำหรับองค์กรภาคธุรกิจ การที่องค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญหลากหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของผู้บริหารระดับสูง (CEO) ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงจึงเป็นบุคคลที่น่าจับตามอง CEO นั้นได้รับมอบอำนาจหน้าที่จากคณะกรรมการของบริษัทให้มีอำนาจในการจัดการ ซึ่งรวมถึงการกำหนดนโยบาย การตัดสินใจ และการใช้อำนาจจัดการบริษัทอย่างเด็ดขาด จึงทำให้ CEO เป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญที่จะทำให้บริษัทมีกำไรหรือขาดทุน มีความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอด CEO ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ มีความสามารถ มีความเด็ดขาดในการตัดสินใจ เพราะในวงการธุรกิจ เต็มไปด้วยการแข่งขัน ฉกฉวยแย่งชิงโอกาส ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตหรือการชิงส่วนแบ่งการตลาด ในขณะเดียวกันก็ต้องดูแลควบคุมการใช้งบดุลการให้เต็ม ศักยภาพ และทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามการดำเนินกิจการภายใต้การตัดสินใจของ CEO บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงที่ส่งผลได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบและก่อให้เกิดผลลัพธ์ต่อองค์กรทั้งระยะสั้นและระยะยาว การตัดสินใจของ CEO นั้นไม่ได้มีผลกระทบแค่ในองค์กรเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจหรือผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกับองค์กรจำนวนมาก รวมถึง เศรษฐกิจของประเทศด้วย ดังนั้นการตัดสินใจของ CEO จึงมีบทบาทอย่างมากต่อองค์กร อย่างไรก็ตามถึงแม้ CEO ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ CEO ก็ยังมีสถานะเป็นพนักงานบริษัทเหมือนพนักงานอื่น ๆ ในองค์กร การบริหารงานที่สำเร็จและก่อให้เกิดกำไรมหาศาลต่อองค์กรอาจไม่ได้ก่อให้เกิดประโยชน์กับ

CEO มากนักเพราะ CEO ยังคงรับเป็นเงินเดือนหรือค่าตอบแทนเพิ่มบางส่วน แต่การตัดสินใจที่ผิดพลาดหรือการกล้าตัดสินใจที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงกับองค์กรผลที่เกิดขึ้นนั้น CEO ต้องรับผิดชอบการตัดสินใจโดยตรง ซึ่งในบางกรณีถ้าการตัดสินใจนั้นทำให้องค์กรล้มเหลว CEO อาจต้องลาออกจากองค์กร ดังนั้นการตัดสินใจที่เสี่ยงมากๆ อาจมีผลต่ออาชีพของ CEO เอง ยิ่งถ้า CEO อยู่ในองค์กรยิ่งนานก็ยิ่งทำให้ไม่ยากที่จะต้องพ้นจากตำแหน่ง ดังนั้นการตัดสินใจเลือกลงทุนที่มีความเสี่ยงจึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงกับอาชีพของ CEO ด้วย งานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งของผู้บริหารสูงสุดกับการรับความเสี่ยง เช่น Chen and Zheng (2012), Coles, Daniel, and Naveen (2006), Chakraborty, Sheikh, and Subramanian (2007), Simsek (2007), Hirshleifer, Low, and Teoh (2012), Ryan and Wang (2012), Muscarella and Zhao (2013), Serfling (2013) และ Cain and McKeon (2014) ผลการทดสอบนั้นมีทิศทางที่แตกต่างกันไป สำหรับประเทศไทยที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกับประเทศทางตะวันตกก็อาจมีส่งผลที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้สังคมไทยมีวัฒนธรรม จริยธรรม และมีระเบียบสังคมที่แตกต่างจากต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในฝั่งตะวันตก สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีส่วนในการถ่ายทอดวิธีคิดต่างๆ เห็นได้จาก บทบาทของผู้ชายไทยและผู้หญิงไทยในอดีตที่แตกต่างกัน ผู้ชายไทยมักทำงานนอกบ้านขณะที่ผู้หญิงไทยเป็นแม่บ้าน การบ่มเพาะเลี้ยงดูของครอบครัวที่ปลูกฝังให้ผู้ชายมีสถานะเหนือกว่าผู้หญิง แต่เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลง ผู้หญิงไทยต้องรับบทบาททั้งทำงาน

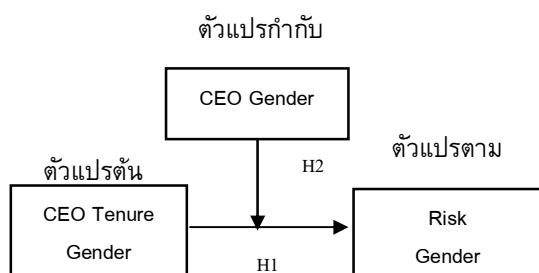
นอกบ้านและงานในบ้าน และในปัจจุบันผู้หญิงก็สามารถทำงานได้หลากหลาย ได้รับการยอมรับในสังคมไทย แต่การถูกบ่มเพาะปลูกฝังโดยสังคมไทยทำให้ผู้หญิงไทยและผู้ชายไทยจึงยังคงมีมุมมองที่แตกต่างกัน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงสนใจที่จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสียงของบริษัท และศึกษาบทบาทของเพศของผู้บริหารที่อาจมีต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสียงของบริษัท จึงทำการกำหนดวัตถุประสงค์งานวิจัยดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งสูงสุดดำรงตำแหน่งกับความเสียงของบริษัท
2. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสียงของบริษัท

กรอบแนวคิดของการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานการวิจัย

ทฤษฎีตัวแทน

ทฤษฎีตัวแทน (Agency Theory) นั้นมาจากแนวคิดของ Jensen and Meckling (1976) ที่เสนอว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นตามสัญญา (Contact) ระหว่างบุคคลสองฝ่าย คือ ฝ่ายตัวการ (Principal) กับฝ่ายตัวแทน (Agent) โดยที่ตัวการหรือผู้ถือหุ้นไม่สามารถ

บริหารงานได้เพียงลำพัง จึงจำเป็นต้องมีตัวแทนมาบริหารงานให้ ทฤษฎีนี้มีสมมติฐานว่า ตัวแทนซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบอำนาจจากตัวการในการบริหารงาน ซึ่งถ้าผู้บริหารทำงานอย่างเต็มความสามารถ ตรงตามที่คุณต้องการ โดยไม่เอาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นมาเป็นของตนเอง จะทำให้เกิดมูลค่าสูงสุดให้กับบริษัทในทางกลับกัน ถ้าผู้บริหารใช้อำนาจที่ได้รับเพื่อตักตวงผลประโยชน์ให้แก่ตนเองแทนที่จะเห็นแก่ประโยชน์แก่บริษัท จะก่อให้เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ (Conflict of interest) ระหว่างตัวการกับตัวแทน หรือที่เรียกว่า ปัญหาตัวแทน (Agency Problem) โดยทฤษฎีตัวแทนมีแนวคิดที่ว่า คนทั่วไปจะมีแรงผลักดันที่จะทำผลประโยชน์ให้กับตนเอง จึงก่อให้เกิดความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ ระหว่างตัวการกับตัวแทน นอกจากนี้เมื่อตัวการมอบหมายอำนาจให้ตัวแทน ไม่ได้รับรู้ข้อมูลการตัดสินใจของฝ่ายตัวแทนซึ่งเป็นผู้บริหาร ทำให้เกิดต้นทุนที่เกิดจากการมอบอำนาจดังกล่าว เรียกว่า ต้นทุนตัวแทน (Agency costs) ซึ่งรวมถึง ต้นทุนในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ผู้บริหารจะสร้างอรรถประโยชน์สูงสุดให้กับตัวเองและไม่คำนึงว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้ถือหุ้นอย่างไร ซึ่งจะรวมถึงการไม่คำนึงถึงผลกำไรและโอกาสที่องค์กรจะเจริญเติบโตในระยะยาว อาจละเลยการลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาเพื่อก่อให้เกิดการสร้างกำไรเพียงระยะสั้น

เพศของผู้บริหารสูงสุด

ผู้นำหญิงและผู้นำชายนั้นมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน เช่น ทักษะการสื่อสาร อนุรักษ์นิยม การตัดสินใจ และความสามารถในการรับความเสี่ยง โดยเฉพาะในสังคมไทยการคาดหวังในเพศชายในเรื่องความเป็นผู้นำนั้นมีมาตั้งแต่อดีต จะเห็นได้จากผู้นำประเทศส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย สำหรับองค์กรเพศของผู้บริหารสูงสุดนั้นมีบทบาทความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ผู้บริหารสูงสุดต้องจัดการองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ต้องนำพาองค์กรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งองค์กรอื่นๆ ได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการตัดสินใจที่เด็ดขาดของผู้นำ Martin,

Nishikawa, and Williams (2009) ทำการศึกษาถึงผลกระทบของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อการประเมินมูลค่าและความเสี่ยง พบว่าการเปลี่ยนแปลงความเสี่ยงลดลงอย่างมากหลังจากการแต่งตั้งผู้บริหารสูงสุดเป็นผู้หญิง สันนิษฐานมุมมองที่ตลาดมองว่า CEO หญิงค่อนข้างไม่ชอบความเสี่ยง นอกจากนี้ยังพบว่าบริษัทที่มีความเสี่ยงค่อนข้างสูง มีแนวโน้มที่จะแต่งตั้งซีอีโอหญิงมากขึ้น ดังนั้นความเสี่ยงอาจลดลง Peni and Vähämäa (2010) พบว่า ผู้บริหารหญิงมีความระมัดระวังในการตัดสินใจและดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจมากกว่าเพศชาย ผู้บริหารหญิงไม่ชอบที่จะรับความเสี่ยงมาก ทิศตกที่แตกต่างกันระหว่าง ผู้บริหารหญิงและผู้บริหารชาย นำไปสู่ความแตกต่างในการเลือกใช้กลยุทธ์และส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการดำเนินงานให้องค์กร Chaicharuscharoenlap (2015) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดกับผลการดำเนินงานของบริษัท: กรณีศึกษา บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100) พบว่า เพศของผู้บริหารสูงสุดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET100)

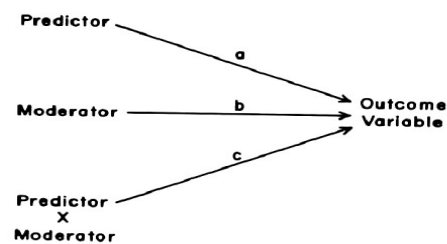
ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEO Tenure)

ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง เป็นเรื่องที่สำคัญที่มีผลกับการกำกับดูแลกิจการ และการลงทุนในกิจการที่มีความเสี่ยงแต่ให้ผลตอบแทนสูง ทั้งนี้เพราะระยะเวลาดำรงตำแหน่งยิ่งนานจะทำให้การเปลี่ยน CEO คนใหม่เป็นเรื่องยากมากขึ้น ถึงแม้ว่าการดำเนินงานจะไม่เพิ่มมูลค่าให้กับบริษัท งานวิจัยของ Shleifer and Vishny (1989) เสนอว่า ผู้บริหารเลือกการลงทุนที่ว่าพวกเขาได้รับประโยชน์ส่วนตัวจากโครงการลงทุนของบริษัท ทั้ง ๆ ที่โครงการลงทุนอาจจะหรือไม่เพิ่มมูลค่าให้กับบริษัท จุดมุ่งหมายของผู้บริหารคือการทำให้ตนเองมีคุณค่าและลดความน่าจะเป็นที่จะถูกแทนที่ ทำให้สามารถดำรงตำแหน่งได้นาน นอกจากนี้ Hermalin and Weisbach (1998) แนะนำว่าอำนาจในการต่อรองของผู้บริหารนั้นจะเพิ่มขึ้นเมื่อผู้บริหารดำรงตำแหน่งนานขึ้น ดังนั้นการที่ผู้บริหารมีส่วนในการเลือก

กรรมการเข้าเป็นคณะกรรมการบริษัทนั้นจะมีผลทำให้ผู้บริหารจะถูกตรวจสอบน้อยลงจากคณะกรรมการบริษัท ซึ่งหมายถึงการที่ผู้บริหารมีวาระการดำรงตำแหน่งนานขึ้นนั้นมีความน่าจะเป็นการลดลงของการเลิกจ้าง

ตัวแปรกำกับ (moderator)

Baron and Kenny (1986) ได้ให้นิยามว่าตัวแปรกำกับ (moderator) คือตัวแปรที่มีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามเข้มแข็งยิ่งขึ้นหรืออ่อนแอลง นอกจากนี้ ตัวแปรกำกับอาจทำให้ผลของความสัมพันธ์เปลี่ยนทิศทางจากบวกเป็นลบหรือจากลบเป็นบวกได้ โดย Baron and Kenny (1986) ได้เสนอโมเดลในการทดสอบดังนี้



ภาพที่ 2 โมเดลตัวแปรกำกับ

ระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท

ผู้บริหารสูงสุดต้องนำพาองค์กรให้ประสบความสำเร็จและให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งองค์กรอื่นๆ ได้ การตัดสินใจของผู้บริหารสูงสุดจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีความเสี่ยง และการตัดสินใจครั้งใหญ่ เช่น การซื้อบริษัท การลงทุนขยายกิจการ เป็นต้น การตัดสินใจนั้นอาจเกิดการผิดพลาดได้เพราะไม่มีใครรับรู้ล่วงหน้าได้ว่าผลลัพธ์จะแตกต่างกันอย่างไร ความเสี่ยงของบริษัทส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทนั้น ก็จะส่งอิทธิพลต่อตำแหน่งหน้าที่ของผู้บริหารสูงสุดได้ด้วย Martino, Rigolini, and D'Onza (2020) ได้ทำการตรวจสอบอิทธิพลของคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริหารสูงสุด ที่มีต่อการรับความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ของ บริษัท ครอบครัว

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของซีอีโอ เป็นปัจจัยสำคัญในการอธิบายความแตกต่างในการรับ ความเสี่ยงระหว่าง บริษัท ครอบครัว งานวิจัยของ Wambugu, Gichira, Wanjau, and Mung'atu (2015) พบว่าการรับความเสี่ยงเป็นคุณลักษณะที่โดดเด่นของ การเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากยิ่งแนวรับความเสี่ยง สูงขึ้นความสามารถในการทำกำไรและการเติบโตของ บริษัท ก็จะยิ่งสูงขึ้น นอกจากนี้ บริษัท ในประเภทที่ ยอมรับความเสี่ยงสูงมีผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่า บริษัท ที่เต็มใจรับความเสี่ยงทางการเงินน้อยกว่ามาก Walls (2005) ทำการศึกษาบริษัทปีโตรเลียมของที่ ใหญ่ที่สุดใน U. S. 50 แห่ง ในช่วงปี 2524-2545 จาก การทดสอบพบว่าบริษัทประเภทที่ยอมรับความเสี่ยง สูงมีผลการดำเนินงานที่ต่ำกว่า บริษัทที่รับความเสี่ยง ทางการเงินน้อยกว่ามาก นอกจากนี้มีงานวิจัย เชิงประจักษ์จำนวนมากที่ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของ บริษัท (Hirshleifer et al., 2012; Ryan and Wang, 2012; Muscarella and Zhao, 2013; Serfling, 2013; Cain and Mckee, 2014) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยที่ ได้นั้นแตกต่างกัน เช่น งานวิจัยจำนวนมากพบ ความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุด ดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท (Coles, Daniel and Naveen, 2006; Chakraborty et al., 2007; Hirshleifer et al., 2012) งานวิจัยที่พบความสัมพันธ์ เชิงบวกระหว่างระยะเวลาที่ผู้บริหารสูงสุดดำรง ตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท เช่น Serfling (2013) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริบทของประเทศหรือ สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไป

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1(H1) : ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงของบริษัท

สมมติฐานที่ 2(H2): เพศของผู้บริหารสูงสุดมี อิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรง ตำแหน่งและความเสี่ยงของบริษัท

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตในการศึกษาเฉพาะ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2557-2561 โดยกลุ่มที่เลือกมา ทำการศึกษาในงานวิจัยนี้จะไม่รวมกลุ่มบริษัทใน สถาบันทางการเงินที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) บริษัททั้งหมดของบริษัทที่ ถูกคัดเลือกต้องไม่อยู่ระหว่างการพิทักษ์ทรัพย์ และ การฟื้นฟูกิจการ นอกจากนี้บริษัทที่จะนำมาศึกษา จะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลในรายงานประจำปีต่อสาร ธารณชนของตัวแปรที่ต้องการศึกษาครบถ้วนตาม ช่วงเวลาที่กำหนด จำนวนตัวอย่างเท่ากับ 2395 ปี บริษัท

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นแบบข้อมูลทุติย ภูมิ (Secondary Data) โดยข้อมูลส่วนผู้บริหาร สามารถรวบรวมได้จากแบบแสดงรายการข้อมูล ประจำปีของบริษัท (แบบ 56-1) ข้อมูลผลการ ดำเนินงานและข้อมูลทางการเงินอื่นๆ สามารถรวม รวมได้จากฐานข้อมูลของ Bloomberg DATA STREAM และ SET Market Analysis and Reporting Tool (SETSMART)

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้เทคนิคทางด้านสถิติมาทำการวิเคราะห์ ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบทุติยภูมิ เป็นแบบ Cross-sectional data จะนำมาทดสอบ ความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยใช้วิธี Ordinary Least Square ซึ่งการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยนี้จะประกอบ ไปด้วย การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และในการทดสอบความสัมพันธ์ตาม สมมติฐานของงานวิจัยนี้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้ สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อ ความสัมพันธ์ระหว่าง ระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับ ความเสี่ยงของบริษัท การทดสอบ Moderator effect ใช้การวิเคราะห์ interaction terms จากสมการถดถอย

เชิงพหุคูณ สำหรับงานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แบบ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ตามสมมติฐาน และกำหนดรูปแบบการจำลองไว้ดังนี้

$$Risk_{it} = \beta_0 + \beta_1 CEOTenure_{it} + \beta_2 MBV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 ROE_{it} + \beta_6 Profit_{it} + \beta_7 INDDummy_{it} + \beta_8 YearDummy_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$Risk_{it} = \beta_0 + \beta_1 CEOTenure_{it} + \beta_2 CEOGen_{it} + \beta_3 CEOTenure_{it} * CEOGen_{it} + \beta_4 MBV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 ROE_{it} + \beta_8 Profit_{it} + \beta_9 INDDummy_{it} + \beta_{10} YearDummy_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

ตัวแปรต้น ได้แก่ ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure_{it})

ตัวแปรตาม ได้แก่ ความเสี่ยงของบริษัท (Risk_{it}) ความเสี่ยงของบริษัท วัดได้จากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (standard

deviation of ROA) (Kim and Buchanan, 2011) ตัวแปรกำกับ ได้แก่ เพศของผู้บริหารสูงสุด (CEOGen_{it}) กำหนดให้ 0=เพศชาย 1=เพศหญิง ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง* เพศของผู้บริหารสูงสุด (CEOTenure_{it}* CEOGen_{it})

ตัวแปรควบคุม ได้แก่ มูลค่าทางการตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (MBV_{it}) ขนาดของกิจการ (SIZE_{it}) ใช้ค่าลอการิทึมของสินทรัพย์วัดโดยมูลค่าทางตลาดของบริษัท (Market Capitalization) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Lev_{it}) คำนวณได้จากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม = Total Debt/Total Asset (Berger and Udell, 1997) ผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น (ROE_{it}) คำนวณได้จาก กำไรสุทธิ / ส่วนผู้ถือหุ้น อัตรากำไรสุทธิ (Profit_{it}) คำนวณได้จาก กำไรสุทธิ / ยอดขายทั้งหมด ประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม (INDUSTRY) เป็นตัวแปรหุ่น และเวลา (TIME) เป็นตัวแปรหุ่น

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

Variable	N	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ค่ามัธยฐาน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Risk	2395	0.13	43.63	4.71	3.38	4.94
CEOTenure	2395	0.01	50.03	10.03	7.39	8.43
MBV	2395	-16.18	57.98	2.41	1.58	3.15
Size	2395	6.53	27.90	14.21	12.53	4.66
Lev	2395	0.00	2.52	0.43	0.43	0.23
ROE	2395	-143.98	119.04	7.06	8.46	19.31
Profit	2395	-199.02	181.55	5.59	5.71	23.78

ผลจากตารางที่ 1 ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร โดยแสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ตัวแปรตามได้แก่ ความเสี่ยงของบริษัท (Risk) มีค่าเฉลี่ย (mean) เท่ากับ 4.71 ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุดเท่ากับ 43.63 และ 0.13 ตามลำดับ ตัวแปรต้น คือระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure) หน่วยปี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 10.03 ปี ค่าสูงสุดเท่ากับ 50.03 ปี ค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.01 ปี

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของเพศของผู้บริหารสูงสุด

เพศของผู้บริหารสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	2,143	89.48
ผู้หญิง	252	10.52
รวม	2,395	100

ผลจากตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้บริหารสูงสุดรวม 2395 คน จำแนกเป็นผู้บริหารชาย 2,143 คน คิดเป็นร้อยละ 89.48 ผู้บริหารหญิง 252 คน คิดเป็นร้อยละ 10.52

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

	Risk	CEOTenure	MBV	Size	Lev	ROE	Profit
Risk	1	-.153**	.148**	-.090**	-.074**	-.199**	-.226**
CEOTenure	-.153**	1	-.038	.039	.006	.055**	.040
MBV	.148**	-.038	1	.044*	.095**	.156**	.078**
Size	-.090**	.039	.044*	1	.126**	.144**	.129**
Lev	-.074**	.006	.095**	.126**	1	-.107**	-.060**
ROE	-.199**	.055**	.156**	.144**	-.107**	1	.571**
Profit	-.226**	.040	.078**	.129**	-.060**	.571**	1

** แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.01 * แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผลจากตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ พบว่าแต่ละระดับของความสัมพันธ์ไม่สูงมากนัก แสดงให้เห็นว่าเบื้องต้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่มีปัญหา Multicollinearity ผลที่ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงของบริษัท (Risk) กับตัวแปรอื่นๆ พบว่าความเสี่ยงของบริษัทมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 กับระยะเวลาดำรง

ตำแหน่ง (CEOTenure) ขนาดของบริษัท (Size) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Lev) ผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตรากำไรสุทธิ (Profit) และพบว่าความเสี่ยงของบริษัทมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับมูลค่าทางการตลาดต่อมูลค่าทางบัญชี (MBV) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure) มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกับผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ของแบบจำลอง ที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท

$$Risk_{it} = \beta_0 + \beta_1 CEOTenure_{it} + \beta_2 MBV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 ROE_{it} + \beta_6 Profit_{it} + \beta_7 INDDummy_{it} + \beta_8 YearDummy_{it} + \varepsilon_{it}$$

Variables	Coefficient	t-value	VIF
Intercept		.837	
CEOTenure	-0.120**	-6.221	1.022
MBV	-0.176**	8.914	1.070
Size	-.030	-1.167	1.801
Lev	-0.116**	-5.907	1.059
ROE	-0.138**	-5.751	1.577
Profit	-0.155**	-6.643	1.493
Industry Dummies	Yes		
Year Dummies	Yes		
Adjust R2	0.126		
Durbin-Watson	1.966		
N	2395		

** แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.01 * แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ตามแบบจำลองที่ 1 ทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) : ระยะเวลาดำรงตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงของบริษัท ผลจากการทดสอบพบว่าระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure) ความสัมพันธ์ทางลบกับ ความเสี่ยงของบริษัท (Risk)) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่ายิ่งระยะเวลาดำรง

ตำแหน่งนาน CEO ยิ่งไม่กล้าลงทุนโครงการที่มีความเสี่ยง นอกจากนี้พบว่าขนาดของบริษัท (Size) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์รวม (Lev) ผลตอบแทนส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตรากำไรสุทธิ (Profit) ก็มีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญกับ ความเสี่ยงของบริษัท (Risk) และค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.966 ซึ่งแสดงว่าไม่มีปัญหา autocorrelation

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ของแบบจำลอง ที่ 2 แสดงอิทธิพลของตัวแปรกำกับ :

$$Risk_{it} = \beta_0 + \beta_1 CEOTenure_{it} + \beta_2 CEOGen_{it} + \beta_3 CEOTenure_{it} * CEOGen_{it} + \beta_4 MBV_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 ROE_{it} + \beta_8 Profit_{it} + \beta_9 INDDummy_{it} + \beta_{10} YearDummy_{it} + \varepsilon_{it}$$

	แบบจำลองที่ 1		แบบจำลองที่ 2	
Independent Variable	Coefficient	t-value	Coefficient	t-value
CEOTenure	-0.120**	-6.221	-0.136**	-6.785
CEOGen			-0.081**	-2.886
CEOTenure* CEOGen			0.060*	2.159
R ²	0.129		0.132	
Adjust R ²	0.126		0.129	
Durbin-Watson	1966		1.959	
N	2395		2395	

** แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.01 * แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผลจากตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณของอิทธิพลที่เพศของผู้บริหารสูงสุด (CEOGen) มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure) กับความเสี่ยงของบริษัท (Risk) ตาม แบบจำลองที่ 2 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2(H2): เพศของผู้บริหารสูงสุด มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ผลการวิจัยตามแบบจำลองที่ 2 พบว่า ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเสี่ยงของบริษัท (Risk) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.136 แต่อิทธิพลร่วมระหว่างเพศของผู้บริหารสูงสุดกับระยะเวลาดำรงตำแหน่ง (CEOTenure* CEOGen)

มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเสี่ยงของบริษัท (Risk) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.06 สามารถสรุปได้ว่าเพศของผู้บริหารสูงสุดทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับที่ส่งอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท แบบจำลองที่ 2 นี้แสดงค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.959 แสดงว่าแบบจำลองไม่มีปัญหา autocorrelation และแบบจำลองที่ 1 แสดงค่า Adjusted R² เท่ากับ 12.9% แบบจำลองที่ 2 แสดงค่า Adjusted R² เท่ากับ 13.2% แสดงว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองที่ 2 สามารถอธิบายตัวชี้วัดความเสี่ยงของบริษัท (Risk) ได้ดีกว่าแบบจำลองที่ 1

ตารางที่ 6 ค่าสถิติจากการวิเคราะห์กลุ่มย่อย (Subgroup Analysis) ของแบบจำลอง

โมเดลที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท

$$Risk_{it} = \beta_0 + \beta_1 CEOTenure_{it} + \beta_2 MBV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 ROE_{it} + \beta_6 Profit_{it} + \beta_7 INDDummy_{it} + \beta_8 YearDummy_{it} + \varepsilon_{it}$$

Moderator: Gender	ผู้บริหารสูงสุดเพศชาย			ผู้บริหารสูงสุดเพศหญิง		
	Beta	t-value	VIF	Beta	t-value	VIF
Tenure	-.132**	-6.466	1.029	.075	1.241	1.012
Number of samples	2143			252		
R ²	.135			.126		
Adjust R ²	.132			.098		

** แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.01 * แสดงถึงค่าสถิติมีนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงการวิเคราะห์กลุ่มย่อย (Subgroup Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ตามแบบจำลองที่ 1 ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน กลุ่มผู้บริหารสูงสุดเพศชาย พบว่า ความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างระหว่าง

ระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.132 ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 แต่กลุ่มผู้บริหารสูงสุดเพศหญิงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.075 แต่ความสัมพันธ์นี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ผลจากการวิจัยพบว่า ระยะเวลาดำรงตำแหน่ง มีความสัมพันธ์ทางลบ กับความเสี่ยงของบริษัทที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -.120 สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีตัวแทน (Agency theory) ดังนั้นผู้บริหารสูงสุดจะไม่สร้างความมั่งคั่งสูงสุดให้กับผู้ถือหุ้น แต่กลับสร้างผลประโยชน์ให้กับตนเอง การที่ผู้บริหารสูงสุดซึ่งไม่ใช่เจ้าของกิจการแต่ทำงานในฐานะตัวแทนทำหน้าที่บริหารกิจการแทนผู้ถือหุ้น ดังนั้นการที่ผู้บริหารสูงสุดดำรงตำแหน่งยาวนานขึ้นและมีความกังวลเกี่ยวกับตำแหน่งตน จึงไม่ชอบความเสี่ยงหรือไม่ชอบเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ ถึงแม้การเปลี่ยนแปลงนั้นอาจนำมาสู่กำไร เพราะมีความเสี่ยงที่อาจกระทบกับตำแหน่งหน้าที่งานวิจัยที่ผ่านมา ได้แก่ Grimm and Smith (1991), Hambrick, Cho, and Chen (1996), และ Meijer

(2017) พบความสัมพันธ์เชิงลบที่สอดคล้องกับทฤษฎีตัวแทนเช่นกัน วัตถุประสงค์ของงานวิจัย 2) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของเพศของผู้บริหารสูงสุดต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ระยะเวลาดำรงตำแหน่งกับความเสี่ยงของบริษัท ผลจากการวิจัยพบว่าการใช้ปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างเพศของผู้บริหารสูงสุดกับระยะเวลาดำรงตำแหน่งส่งผลต่อความเสี่ยงของบริษัท ในเชิงบวก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แสดงว่าเพศของผู้บริหารสูงสุดทำหน้าที่เป็นตัวแปรกำกับที่เปลี่ยนแปลง อิทธิพลที่ระยะเวลาดำรงตำแหน่งมีผลกับความเสี่ยงของบริษัท และเมื่อทดสอบกลุ่มย่อยพบว่าเฉพาะผู้บริหารเพศชายที่ยังดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหารเป็นระยะเวลานานยิ่งส่งผลต่อความเสี่ยงของบริษัท

ข้อเสนอแนะ คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดที่เป็นสิ่งดึงดูดมนุษย์มาแต่กำเนิด เช่น เพศ เชื้อชาติ อุปนิสัย บุคลิกภาพ นิสัยใจคอ งานวิจัยนี้ได้ทดสอบ

เพศเป็นตัวแปรกำกับ ดังนั้นการใช้คุณสมบัติอื่นๆ เช่น ความสามารถ สถิติปัญญา ความรู้ความสามารถในการพูด การตัดสินใจ และทักษะทางสังคม อาจเป็นตัวแปร

กำกับที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารสูงสุดที่บริหารองค์กร และทำให้องค์กรประสบความสำเร็จต่างกัน

References

- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*. 51(6), 1173–82.
- Berger, P., Ofek, E., & Yermack, D. (1997). Managerial Entrenchment and Capital Structure Decisions. *The Journal of Finance*. 52(4), 1411–1438.
- Cain, M. D., & Mckee, S. B. (2014). CEO Personal Risk-Taking and Corporate Policies. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. 51(1), 139–164.
- Chaicharuscharoenlap, P. (2015). CEO Characteristics on Corporate Performance: The Case Study of Listed Companies on SET 100. (Master of Science Program in Finance). Bangkok University. [In Thai]
- Chakraborty, A., Sheikh, S., & Subramanian, N. (2007). Termination Risk and Managerial Risk Taking. *Journal of Corporate Finance*. 13(1), 170–188.
- Chen, D., & Zheng, Y. (2012). CEO Tenure and Risk-Taking. *Working Paper*. University of Baltimore. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2038064.
- Coles, J. L., Daniel, N. D., & Naveen, L. (2006). Managerial Incentives and Risk-Taking. *Journal of Financial Economics*. 79(2), 431–468.
- Grimm, C., & Smith, K. (1991). Management and Organizational Change: A Note on the Railroad Industry. *Strategic Management Journal*. 12(7), 557–562.
- Hambrick, D. C., Cho, T. S., & Chen, M. J. (1996). The Influence of Top Management Team Heterogeneity on Firms 'Competitive Moves'. *Administrative Science Quarterly*. 41(4), 659–684.
- Hermalin, B. E., & Weisbach, M. S. (1998). Endogenously Chosen Boards of Directors and their Monitoring of the CEO. *The American Economic Review*. 88(1), 96–118.
- Hirshleifer, D. A., Low, A., & Teoh, S. H. (2012). Are Overconfident CEOs Better Innovators? *Journal of Finance*. 67(4), 1457–1498.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. 3(4), 305–360.
- Kim, K., & Buchanan, R. (2011). CEO Duality Leadership and Firm Risk-Taking Propensity. *Journal of Applied Business Research*. 24(1), 27–41.
- Martin, A. D., Nishikawa, T., & Williams, M. A. (2009). CEO Gender: Effects on Valuation and Risk. *Quarterly Journal of Finance and Accounting*. 48(3), 23–40.
- Martino, P., Rigolini, A., & D'Onza, G. (2020). The Relationships Between CEO Characteristics and Strategic Risk-Taking

- in Family Firms. *Journal of Risk Research*. 23(1), 95-116.
- Meijer, M. (2017). *CEO Compensation and Risk-Taking: Evidence from the US Banking Industry*. Master of Science in Finance. Tilburg University. Retrieved June 24, 2020, from <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cDdVkr8FytsJ:arno.uvt.nl/show.cgi%3Ffid%3D145043+&cd=1&hl=en&ct=clnk&gl=th>
- Muscarella, C., & Zhao, J. (2013). *Promoting The Quiet Life or Risk-Taking? CEO Severance Contracts and Managerial Decision-Making*. Working paper, Penn State University.
- Peni, E., & Vähämaa, S. (2010). Female Executives and Earnings Management. *Managerial finance*. 36(7), 629-645.
- Ryan, H. E., & Wang, L. (2012). *CEO Mobility and the CEO-Firm Match: Evidence from CEO Employment History*. Working paper, Georgia State University.
- Serfling, M. A. (2013). CEO Age and the Riskiness of Corporate Policies. *Journal of Corporate Finance*. 25(C), 251-273.
- Simsek, Z. (2007). CEO Tenure and Organizational Performance: An Intervening Model. *Strategic Management Journal*. 28(6), 653-662.
- Shleifer, A., & Vishny, R. (1997). A Survey of Corporate Governance. *The Journal of Finance*. 52(2), 737-783.
- Wambugu, A. W., Gichira, R., Wanjau, K., & Mung'atu, J. (2015). The Relationship Between Risk Taking and Performance of Small and Medium Agro Processing Enterprises in Kenya. *International Journal of Economics, Commerce and Management*. 3(12), 441-455.
- Walls, M. R. (2005). Corporate Risk-Taking and Performance: A 20 Year Look at the Petroleum Industry. *Journal of Petroleum Science and Engineering*. 48,127-140.

โมเดลอิทธิพลของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ที่มีต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร

The Influence of Green Supply Chain Management Practices on Firm Performance

สุทามา ฐัญญะชัย^{1*}

Sutama Thunyachai^{**}

บทคัดย่อ

ปัจจุบันองค์กรหรือธุรกิจมีการแข่งขันที่รุนแรงและซับซ้อนมากกว่าในอดีต สืบเนื่องจากการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับต้นทุนเท่านั้น แต่การตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ภาวะโลกร้อน รวมไปถึงการเรียกร้องจากผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตหรือธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น ดังนั้นจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญในการอยู่รอดของธุรกิจ การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับธุรกิจที่นำมาปฏิบัติในองค์กร เพื่อให้เกิดการได้เปรียบทางการแข่งขันจากคู่แข่งทางธุรกิจ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า วัตถุประสงค์ของบทความนี้ เป็นการสร้างกรอบแนวคิดในเรื่องของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในแต่ละด้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการในธุรกิจมีความเข้าใจในหลักปฏิบัติการจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียวและผลปฏิบัติงานที่ถูกต้อง และส่งผลดีกับองค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทานสีเขียว ประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร

Abstract

Nowadays, the business has highly competitive and dynamic, because it does not depend on cost only. The concern about the environment, climate change and customer concerns impact the environment and society for the survival of the businesses. Green supply chain management is an organizational tool for customer satisfaction and competitive advantage. The objective of this article is to construct a conceptual framework for the study impact of green supply chain management practices on firm performance. This will lead practitioners to a deep understanding of implement this practice for performance and long-term success.

Keywords: Green Supply Chain Management Practices, Firm Performance

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อีเมล: sutama_th@cmu.ac.th

^{**} Corresponding Author, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce,

Email : sutama_th@cmu.ac.th

วันที่รับบทความ (Received date): 23 November 2020 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 17 January 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 30 June 2021

Introduction

As the world is changed from the past for many reasons, and businesses or organizations face complex markets, and many competitors can be able to make cheaper costs (Christopher & Holweg, 2011). The challenge on supply chain management with the globalization of the market in which the products consist of many items that produced all the world and assembly at one location. Therefore, it believed that businesses could not operate on individually or independently; it needs a network (Min & Zhou, 2002). The supply chain (SC), a set of the network which starts from supplier taken the resource (raw material), combines activities and finishes with the transfer of finish goods to consumers. The supply chain in the automotive sectors can be quite complex, which complicated by additional suppliers and customers. Firms or organizations can have hundreds or even thousands of suppliers (Zacharia, Nix, & Lusch, 2011). Therefore, the management of the supply chain is challenging more than before because of supply chains often include multiple firms, multiple countries, how firms manage the supply chain at the lowest cost while satisfying customers (Cohen & Lee, 2020). The issues relating to supply chain practices have been a subject of interest to practitioners and researchers (Zhou & Benton Jr, 2007; Zimon, D., Tyan, J., & Sroufe, R, 2020). to solve the challenge. Many organizations have increased supply chain management (SCM) practices in an organization because of the hope of reducing supply chain costs and securing the business (Li, Ragu-Nathan, Ragu-Nathan, & Rao, 2006; Zimon, et al., 2020) Therefore, the organization has adopted supply chain management (SCM) practices to strengthen their organizational performance. The supply chain management practices in different industrial sectors allow their

unique features which distinguished to the applied practices and improvement of SCM theories. There are many supply chain practices in supply chain management. In recent years, awareness of the environment increased in manufacturers. Especially, the southeast Asia including China, Taiwan, India, Malaysia, Indonesia, Thailand, and South Korea, the majority of manufacturers that are consumed in the developing country by cheap labor and low material costs (Lai, Wu, & Wong, 2013; Khan, N., Mustapha, I., & Qureshi, M. I., 2020), which contribute increasing economic growth in the next decade while need to balance the economic growth and the environment (Lee, 2008; Parhi, S. S., Rangaiah, G. P., & Jana, A. K., 2020).

Furthermore, manufacture in Southeast Asia should realize urgently to adopt green practices with their supply chain partner to reduce environmental impact in their product to make competitiveness (Geng, Mansouri, & Aktas, 2017). These practices require that manufacturers work among supply chain partners to enhance environmental performance. The green supply chain management practices implementation is expected to reach environmental performance as assessed by reductions in air emissions, effluent waste, solid waste, and the consumption of toxic materials. There is a concern, however, whether such environmental performance efforts will ultimately translate into improved market share and profitability (Miroshnychenko, Barontini, & Testa, 2017). Ultimately, manufacturing managers are responsible for the overall performance of the organizations for which they work (Green Jr, Whitten, & Inman, 2008). This challenge emerged whether the adoption of environmental results in a win-win situation or environmental and economic tradeoffs for the supply chain partners.

The previous studies have not concluded with these practices lead to better economic performance because the adoption has a negative impact, which requires investment and increases operational cost in the organization. In contrast, recent studies have a positive relationship between GSCM practices and economic performance and the firm's performance (Kuei, Chow, Madu, & Wu, 2013 ; Le, T., 2020). The conflict of the results and the need to gain insights between GSCM practices and performance have motivated this study. Moreover, there is still a lack of significant study of supply chain practices and its performance in developing countries (Austin, 2002; Ali, S. S., Kaur, R., Ersöz, F., Altaf, B., Basu, A., & Weber, G. W., 2020; Nguyen, X., & Le, T., 2020), has not been broadly explored. It is essential to emphasize that supply chain management is complex and to be challenging to implement green supply chain management practices to be the success (Hu & Hsu, 2006). Therefore, this study will be focus on an important issue related to the environment. These studies have been precious. In particular, the automotive sector was interested, a significant driver of the Thai economy with secure infrastructures and multiple networks of small and large, local, and foreign companies all along the car-production supply chain. The automotive industry is a fast-growing industry in Thailand, which has a significant contributor to the Thailand economy. The industry contributed 12% of the GDP, with more than 1.94 million vehicles produced (Thailand Board of Investment, 2017). Thailand automotive industry as the largest automotive producer in Southeast Asia and 12th in the world. As an "Automotive Hub of Asia." The purpose of this study is to explain and understand the influence of green supply chain management practices on firm performance in a developing

country based on the case of the Thailand automotive sector. As the contextual problems, which can lead to research questions in the following: 1) How are green supply chain management practices used by companies to achieve firm performance? 2) Which primary green supply chain management practices are implemented to improve firm performance in a balanced way? That is, how can businesses reduce their environmental impact while increasing economic and operational performance? 3) How do green supply chain management practices s affect the economic, operational, and environmental performance of businesses? This conceptual framework will help practitioners or managers understand the green supply chain management concepts and thus develop to success firm performance. Besides, this conceptual framework will be useful for researchers and can be applied to improve the efficiency of the organization.

Supply chain management practices and Green supply chain management practices In the early-1980s, the manufacturing industry has applied the supply chain management practices in its supply chain to maintain competitiveness (Leong et al., 2019). The objective of supply chain practices to enhance a firm's performance while lower cost and customer satisfaction. Therefore, supply chain practice plays a vital role and weapon to business to make competitiveness. Supply chain management practices have been defined as activities practiced among supply chain members, including suppliers, firms, and customers, to promote effective management of its supply chain (Li et al., 2006). (Alvarado & Kotzab, 2001) describe SCM practices focus on core competencies, including communication, long-term relationship, cross-functional teams, and supplier involvement, and environmental and social issues

in business practice for business sustainability (Awaysheh, 2008). The increasing global environmental awareness, green supply chain management (GSCM) has emerged as a supply chain practices and combined with environmental thinking along with the firm of the upstream and downstream supply chain (Walker & Jones, 2012). Green supply chain management (GSCM) emerged, which helps organizations and their partners to achieve performance by reducing environmental risk. The pressure from an external factor, including government and customer, has to lead to force manufacturers to integrate the environment into their practices (Yang, Lin, Chan, & Sheu, 2010).

Moreover, GSCM can generate sustainable competitive advantage, improve long-term performance. The lack of studies between GSCM and performance measurement need for future studies (Hervani, Helms, & Sarkis, 2005). Also, the need for in-depth studies of the links between GSCM and supply chain performance (Zhu, Sarkis, & Lai, 2008). Green supply chain management (GSCM) as integrating environmental thinking into supply chain management started from product design, material sourcing, and selection, manufacturing processes, product delivery, packaging as well as after-sale service. Many works of literature investigate categorize GSCM practices constructs based on different types of activities along the supply chain (Yang et al., 2010). A few studies in Asian countries, Hu and Hsu (2006) developed a critical factor of GSCM practices in Taiwan in the implementation and adoption of these practices. The survey conducted in the electronics industry. The result has shown that four factors consist of supplier management, product recycling, organization and involvement, and lifecycle management. GSCM is a relatively

new concept in Southeast Asia (Rao & Holt, 2005). Another study in China country (Zhu, Sarkis, & Lai, 2007). The survey developed GSCM drivers, practices, and performance. The result has shown that an essential factor is regulatory, competitive, and marketing pressures that increased Chinese corporate environmental awareness. To conclude, this study used the classification by Zhu et al. (2008) as a guideline, GSCM practices include internal environmental management, green purchasing, cooperation with customers, investment recovery, and eco-design. More importantly, five practices have been studied in prior research about GSCM (Choi & Hwang, 2015; Gopal & Thakkar, 2016).

Internal environmental management

The internal environmental management refers to intra-organizational activities and practices such as middle or top management support to adopt GSCM practices, environmental compliance programs, and inter-departmental cooperation for environmental improvements (Feng, Cai, Wang, & Zhang, 2016; Zhu, Sarkis, & Geng, 2005) Because of green initiative activities involved with high investment and need to updating production systems. Therefore, management teams need to understand the need of GSCM practices.

Green purchasing

Green purchasing links to upstream (supplier) with the specific requirement of the environment when purchased products or parts from suppliers and collaborating with them to realize its environmental targets and minimize negative environmental impacts (Eltayeb, Zailani, & Ramayah, 2011) of manufacturing, transportation, use, and recycling or disposal. Bai and Sarkis (2010) developed a model for green supplier development, including green knowledge transfer and communication, investment and resource

transfer, and management and organizational practice.

Cooperation with customers

As mention above, GSCM practices related upstream (supplier), could involve cooperation with downstream (customers) which involves information sharing and collaboration between the focal company and their customers, and its purposes to improve visibility and joint planning for the environment (Yu, Chavez, Feng, & Wiengarten, 2014; Zhu et al., 2005)

Investment recovery

The investment recovery factor that involves regaining benefits from the existing investment. Generally, the revenue from the company came from selling the product or service. However, companies could minimize another resource, such as excessive inventories and inventory costs. Moreover, scraps and excess capital equipment could be sold to recover the investment (Zhu et al., 2005)

Eco-design

Eco-design is a beginning process with designing products consist of ecological attributes in process and product as well as the demands from supply chain partners in the company for product design and development (Bai & Sarkis, 2010; Zhu et al., 2005). One such green product is the hybrid car, which reduction petroleum supply. Carmaker manufacturers needed to redesign the new engine to consume less fuel or none at all.

Green supply chain management practices and Performance

The finding of performance on green supply chain management may confuse practitioners when they want to the adopt of green supply chain management practices. For instance, Rao and Holt (2005) studied the positive competitiveness and economic performance of the GSCM in Southeast Asia, In contrast, In contrast, Zhu et al. (2007) found that the economic performance of companies adopting GSCM in China was not very important. After reviewing the empirical studies, The objectives of green supply chain management have three dimensions. Some dimensions are conflicted. In order to increase environmental performance, there must be an additional cost. Base on the completion world, the organization must be adoption practice to make competitiveness, but how can organization adoption supply chain management practices and balance way while conflicted goals will be addressed in this study. The dimensions of green supply chain management performance, comparing and contrast green supply chain practices on firm's performance, including economic, environmental, operational performance as following:

Table 1 Green supply chain management practices and Performance

Type of performance of GSCM	Description	Authors
Economic performance	Related with profitability including the growth of sales, profit and market share	Kuei et al., 2013 Rao, P., & Holt, D. (2005).
Environmental performance	Related with saving energy and reducing waste, pollution, and emissions	Eltayeb, T. K., Zailani, S., & Ramayah, T. (2011)
Operational performance	Related with efficiency of the operation such as scrap rate, delivery time, inventory levels, and capacity utilization	Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K.-h. (2007)

Economic performance

The basic principle of adoption GSCM practices is to reduce waste and relate to environmental. However, GSCM practices can increase the operational cost at the early stage, such as additional manufacturing cost or machine cost, which reduces carbon emissions or energy consumption (Lindemann, Jahnke, Moi, & Koch, 2012). Although, with high cost, the positive between GSCM practices with economic performance are support with much extant literature. For instance, GSCM practices have a positive relationship with economic performance in terms of market share and on their stock prices (Klassen & McLaughlin, 1996) or GSCM practices with a long term orientation could lead to significant sales growth, return on assets, profit and cash flows. Thereby, the study relative to the economic outcome of GSCM will be examined.

Environmental performance

GSCM practices designed to increase environmental performance. Prior studies found the positive impact GSCM practices effect on environmental performance (Zhu & Sarkis, 2004)

such as empirical surveys in the Chinese automotive industry found out that support from middle or top management has a significant impact on environmental performance.

Operational performance

Operational performance related to efficiency of the operation. GSCM practices easy to facilitate another supply chain management practice to enhance operational performance, such as Just-in-time, Lean systems (Zhu et al., 2007). Moreover, GSCM practices help to improve inventory level, quality, lead-time and customer satisfaction (Ashby, Leat, & Hudson-Smith, 2012)

From previous research can summarize the relationship between the cause and effect factors of the organization's performance. As shown in Figure 1, the green supply chain management practice consists of Internal environmental management, Green purchasing Cooperation with customers, Investment recovery, Eco-design. The result of the organization's performance, including Economic performance, Environmental performance, and Operational performance.

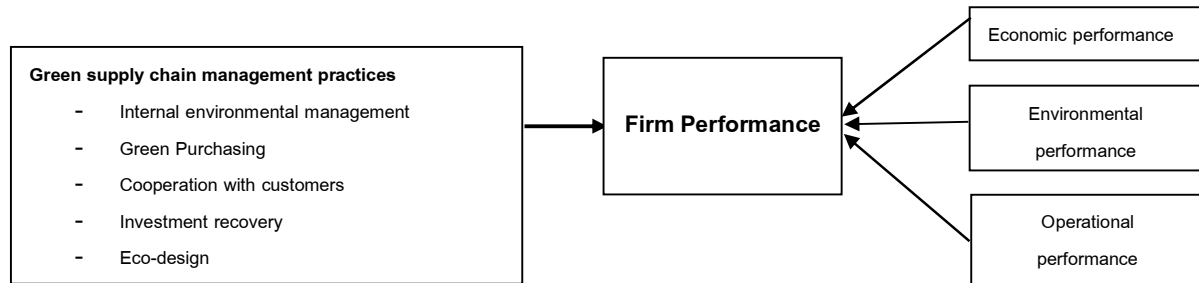


Figure 1 Conceptual Framework of green supply chain practice on firm's performance

Conclusion

Environmental responsibility is one of the main elements of sustainable development and it fosters environmental sustainability. Worldwide businesses implement green practices in order to reduce their environmental impact and improve their financial performance (Miroshnychenko et al., 2017). The significance of this research is to define, emphasize, and validate green supply chain management practices that influence the performance of the automotive industry. GSCM was related to the principle of the green supply chain practice model. Based on a review of the

comprehensive literature, this research develops an assessment framework that identifies green supply chain practices and the impacts of the performance of the companies. In order to achieve the goals of the organization in the long term, it is essential to understand the integration of green supply chain management practices and the supply chain management aspects simultaneously. Management will benefit from the effective implementation of green supply chain practices to companies and will sharpen the competitive advantage.

REFERENCE

- Ali, S. S., Kaur, R., Ersöz, F., Altaf, B., Basu, A., & Weber, G. W. (2020). Measuring Carbon Performance for Sustainable Green Supply Chain Practices: A Developing Country Scenario. *Central European Journal of Operations Research*, 1-28.
- Alvarado, U. Y., & Kotzab, H. (2001). Supply Chain Management: the Integration of Logistics in Marketing. *Industrial marketing management*. 30(2), 183-198.
- Ashby, A., Leat, M., & Hudson-Smith, M. (2012). Making Connections: a Review of Supply Chain Management and Sustainability Literature. *Supply Chain Management: An International Journal*. 17(5), 497-516.
- Austin, J. E. (2002). *Managing in Developing Countries: Strategic Analysis and Operating Techniques*. Simon and Schuster.
- Awaysheh, A. (2008). *Socially Responsible Practices in Operations & Supply Chains*: ProQuest.

- Bai, C., & Sarkis, J. (2010). Integrating Sustainability into Supplier Selection with Grey System and Rough Set Methodologies. *International Journal of Production Economics*. 124(1), 252-264.
- Choi, D., & Hwang, T. (2015). The Impact of Green Supply Chain Management Practices on Firm Performance: the Role of Collaborative Capability. *Operations Management Research*. 8(3-4), 69-83.
- Christopher, M., & Holweg, M. (2011). "Supply Chain 2.0": Managing Supply Chains in the Era of Turbulence. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 41(1), 63-82.
- Cohen, M. A., & Lee, H. L. (2020). Designing the Right Global Supply Chain Network. *Manufacturing & Service Operations Management*. 22(1), 15-24.
- Eltayeb, T. K., Zailani, S., & Ramayah, T. (2011). Green Supply Chain Initiatives among Certified Companies in Malaysia and Environmental Sustainability: Investigating the outcomes. *Resources, conservation and recycling*. 55(5), 495-506.
- Feng, T., Cai, D., Wang, D., & Zhang, X. (2016). Environmental Management Systems and Financial Performance: the Joint Effect of Switching Cost and Competitive Intensity. *Journal of Cleaner Production*. 113, 781-791.
- Geng, R., Mansouri, S. A., & Aktas, E. (2017). The Relationship between Green Supply Chain Management and Performance: A Meta-Analysis of Empirical Evidences in Asian Emerging Economies. *International Journal of Production Economics*. 183, 245-258.
- Gopal, P., & Thakkar, J. (2016). Sustainable Supply Chain Practices: an Empirical Investigation on Indian Automobile Industry. *Production Planning & Control*. 27(1), 49-64.
- Green Jr, K. W., Whitten, D., & Inman, R. A. (2008). The Impact of Logistics Performance on Organizational Performance in a Supply Chain Context. *Supply Chain Management: An International Journal*. 13(4), 317-327.
- Hervani, A. A., Helms, M. M., & Sarkis, J. (2005). Performance Measurement for Green Supply Chain Management. *Benchmarking: An International Journal*. 12(4), 330-353.
- Hu, A. H., & Hsu, C.-W. (2006). *Empirical Study in the Critical Factors of Green Supply Chain Management (GSCM) Practice in the Taiwanese Electrical and Electronics Industries*. Paper presented at the 2006 IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology.
- Khan, N., Mustapha, I., & Qureshi, M. I. (2020). Review Paper on Sustainable Manufacturing in ASEAN countries. *Systematic Literature Review and Meta-Analysis Journal*. 1(1), 7-29.
- Klassen, R. D., & McLaughlin, C. P. (1996). The Impact of Environmental Management on Firm Performance. *Management science*. 42(8), 1199-1214.

- Kuei, C.-h., Chow, W. S., Madu, C. N., & Wu, J. P. (2013). Identifying Critical Enablers to High Performance Environmental Management: an Empirical Study of Chinese Firms. *Journal of environmental planning and management*. 56(8), 1152-1179.
- Lai, K.-h., Wu, S. J., & Wong, C. W. (2013). Did Reverse Logistics Practices Hit the Triple Bottom Line of Chinese Manufacturers? *International Journal of Production Economics*. 146(1), 106-117.
- Lambert, D. M., Cooper, M. C., & Pagh, J. D. (1998). Supply Chain Management: Implementation Issues and Research Opportunities. *The International Journal of Logistics Management*. 9(2), 1-20.
- Le, T. (2020). The Effect of Green Supply Chain Management Practices on Sustainability Performance in Vietnamese Construction Materials Manufacturing Enterprises. *Uncertain Supply Chain Management*. 8(1), 43-54.
- Lee, S.-Y. (2008). Drivers for the Participation of Small and Medium-Sized Suppliers in Green Supply Chain Initiatives. *Supply Chain Management: An International Journal*. 13(3), 185-198.
- Leong, W. D., Lam, H. L., Ng, W. P. Q., Lim, C. H., Tan, C. P., & Ponnambalam, S. G. (2019). Lean and Green Manufacturing—a Review on its Applications and Impacts. *Process Integration and Optimization for Sustainability*. 1-19.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T., & Rao, S. S. (2006). The Impact of Supply Chain Management Practices on Competitive Advantage and Organizational Performance. *Omega*. 34(2), 107-124.
- Lindemann, C., Jahnke, U., Moi, M., & Koch, R. (2012). *Analyzing Product Lifecycle Costs for a Better Understanding of Cost Drivers in Additive Manufacturing*. Paper presented at the 23th Annual International Solid Freeform Fabrication Symposium—An Additive Manufacturing Conference. Austin Texas USA 6th-8th August.
- Min, H., & Zhou, G. (2002). Supply Chain Modeling: Past, Present and Future. *Computers & industrial engineerin*. 43(1-2), 231-249.
- Miroshnychenko, I., Barontini, R., & Testa, F. (2017). Green Practices and Financial Performance: a Global Outlook. *Journal of Cleaner Production*. 147, 340-351.
- Nguyen, X., & Le, T. (2020). The Impact of Global Green Supply Chain Management Practices on Performance: The Case of Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*. 8(3), 523-536.
- Parhi, S. S., Rangaiah, G. P., & Jana, A. K. (2020). Mixed-Integer Dynamic Optimization of Conventional and Vapor Recompressed Batch Distillation for Economic and Environmental Objectives. *Chemical Engineering Research and Design*. 154, 70-85.
- Rao, P., & Holt, D. (2005). Do Green Supply Chains Lead to Competitiveness and Economic Performance? *International Journal of Operations & Production Management*. 25(9), 898-916.
- Thailand's Automotive Industry the Next Generation. Retrieved from: <https://www.boi.go.th/upload/content/BOI-brochure%202015-automotive>.

- Thailand Board of Investment, 2017. Thailand: Food Industry. Retrieved from: www.boi.go.th/upload/content/TIR-SEP2017_81650.pdf.
- Walker, H., & Jones, N. (2012). Sustainable Supply Chain Management Across the UK Private Sector. *Supply Chain Management: An International Journal*. 17(1), 15-28.
- Yang, C.-L., Lin, S.-P., Chan, Y.-h., & Sheu, C. (2010). Mediated Effect of Environmental Management on Manufacturing Competitiveness: an Empirical Study. *International Journal of Production Economics*. 123(1), 210-220.
- Yu, W., Chavez, R., Feng, M., & Wiengarten, F. (2014). Integrated Green Supply Chain Management and Operational Performance. *Supply Chain Management: An International Journal*. 19(5/6), 683-696.
- Zacharia, Z. G., Nix, N. W., & Lusch, R. F. (2011). Capabilities that Enhance Outcomes of an Episodic Supply Chain Collaboration. *Journal of Operations Management*. 29(6), 591-603.
- Zhou, H., & Benton Jr, W. (2007). Supply Chain Practice and Information Sharing. *Journal of Operations Management*. 25(6), 1348-1365.
- Zhu, Q., & Sarkis, J. (2004). Relationships between Operational Practices and Performance among Early Adopters of Green Supply Chain Management Practices in Chinese Manufacturing Enterprises. *Journal of Operations Management*. 22(3), 265-289.
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Geng, Y. (2005). Green Supply Chain Management in China: Pressures, Practices and Performance. *International Journal of Operations & Production Management*. 25(5), 449-468.
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K.-h. (2007). Green Supply Chain Management: Pressures, Practices and Performance within the Chinese Automobile Industry. *Journal of Cleaner Production*. 15(11-12), 1041-1052.
- Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K.-h. (2008). Confirmation of a Measurement Model for Green Supply Chain Management Practices Implementation. *International Journal of Production Economics*. 111(2), 261-273.
- Zimon, D., Tyan, J., & Sroufe, R. (2020). Drivers of Sustainable Supply Chain Management: Practices to Alignment with UN Sustainable Development Goals. *International Journal for Quality Research*. 14(1).

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม ในบริบทประเทศไทยกับต่างประเทศ

A Comparative Analysis of Service Quality Measurements in the Hotel Industry between Thai and International Contexts

อัศวิน แสงพิกุล^{1*}

Aswin Sangpikul^{1*}

บทคัดย่อ

นักวิชาการชาวไทยส่วนใหญ่มักคุ้นเคยกับการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม โดยใช้โมเดล SERVQUAL เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วยมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การเอาใจใส่ ความไว้วางใจ และความเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม มีข้อสังเกตว่านักวิชาการชาวต่างชาติเริ่มมีการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในบริบทที่แตกต่างกันและหลากหลาย และอาจไม่จำเป็นต้องใช้โมเดล SERVQUAL ครบทั้ง 5 ด้านเสมอไป ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในปรากฏการณ์ดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบงานวิจัยในเรื่องการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในบริบทของประเทศไทยกับต่างประเทศ โดยเป็นการวิจัยเชิงเอกสารและเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ และใช้สถิติเชิงพรรณนา (ความถี่และร้อยละ) ในการนำเสนอผลการวิจัยให้มีความชัดเจน

ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการชาวไทยนิยมใช้โมเดล SERVQUAL เป็นหลัก พร้อมกับมิติคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรม ในขณะที่นักวิชาการชาวต่างชาติหลายคนได้เริ่มพัฒนาหรือดัดแปลงมิติคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมที่แตกต่างกันออกไป เช่น มิติการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม มิติการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับแขก มิติด้านกายภาพ/สิ่งแวดล้อม และมิติด้านผลลัพธ์หลังการใช้บริการ เป็นต้น นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังได้จัดกลุ่มโมเดลที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) Original Model 2) Extended Model และ 3) Modified Model อย่างไรก็ตาม หากวิเคราะห์ในรายละเอียด พบว่า ข้อคำถามที่สอบถามผู้ใช้บริการเพื่อประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมจากทั้ง 3 รูปแบบข้างต้นนั้น ต่างก็เกี่ยวข้องกับมิติคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของโมเดล Original SERVQUAL เพียงแต่นักวิชาการบางท่านอาจดัดแปลงมิติคุณภาพการบริการที่แตกต่างกันออกไปบ้าง เพื่อให้ตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัยและประเภทหรือลักษณะของโรงแรมที่ศึกษา งานวิจัยนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการและภาคธุรกิจ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การประเมินคุณภาพการบริการ รูปแบบการบริการ โรงแรม

^{1*} คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ อีเมล: aswin.sal@dpu.ac.th

^{**} Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University

วันที่รับบทความ (Received date): 14 July 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 1 November 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 12 November 2021

Abstract

Most Thai scholars are familiar with the assessments of hotel service quality through the 5 original SERVQUAL dimensions: reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles. However, many international scholars had assessed hotel service quality in different models, and did not necessarily use the whole 5 SERVQUAL dimensions. To gain a better understanding about this phenomenon, this research had the objective to examine and compare past studies regarding the assessments of hotel service quality between Thai and international contexts. It was conducted through a documentary-research method by collecting data from secondary data sources, and descriptive statistics (e.g. frequency and percentage) were used to describe the findings.

The study found that Thai scholars mainly employed the 5 original SERVQUAL dimensions to measure hotel service quality, whereas most international scholars had extended or modified their dimensions to evaluate hotel service quality in different contexts, for instance, food & beverage dimension, staff & guest interaction, environmental quality, and outcome quality. With the comparative analysis, the study identified the three models of service quality which had been employed in Thai and international studies, namely, "Original Model", "Extended Model", and "Modified Model". However, although the three models had been employed in many studies, most of their measurement items were still fallen under the 5 SERVQUAL dimensions. Implications are discussed to provide the proper implementation of service quality measurements for the hotel industry.

Keywords: Service Quality, SERVQUAL, Service Measurement, Service Model, Hotels

Introduction

Hotel industry is one of the highly service-oriented businesses because their main products are the services which are intangibles by providing customers with the services through accommodation, food & beverage, and other facilities (Sangpikul, 2021). In order to provide these services to customers, there are service encounters or direct interaction between employees and customers at the hotels. Most of these services are delivered by employees and their performances to offer the services as customers expect, for example, prompt check-in, friendly & helpful staff, a comfortable and clean room, and a good service restaurant with tasty food (Sangpikul, 2021). Customers usually judge the quality of these services from what they expect and what they actually receive from service providers (Ali, 2015; Lai & Hitchcock, 2016). According to the literature (Ali, 2015;

Lai & Hitchcock, 2016; Lo, Wu, & Tsai, 2015; Sangpikul, 2019), if customers perceive the services delivered to them are better than what they expect, they are likely to be satisfied with the services. In contrast, if the delivered services are lower or poorer than what they expect, this may lead to customer dissatisfactions, and may affect their intention to repurchase. With these matters, it is mainly concerned with a concept of service quality.

Service quality is a service concept used to measure customers' perceived service performances from a service provider in terms of expectation and perception (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988). If customers perceive the delivered service higher than what they expect, this leads to customer satisfaction and future repurchase. Service quality, therefore, is important for the hotel industry because it is a management tool to gain the competitive advantage

over the competitors and leads to the success of the business (Lai & Hitchcock, 2016; Lo et al., 2015; Sangpikul, 2021b). Due to the importance of service quality, international scholars have widely used it to obtain the useful feedback from hotel guests by employing a service measurement, which is called 'SERVQUAL' consisting of 5 dimensions: reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles. The SERVQUAL has been widely used in various fields during the past decades such as banking, consulting firms, event & entertainment businesses, health care industry, and tourism industry (Sangpikul, 2021b). Hotel business, one of the important sectors in the tourism industry, also highly relies on the service quality because the hotels need to deliver the services to meet customer expectations (Sangpikul, 2021a; Wu & Ko, 2013). Given the contributions of service quality in the hotel industry, there were a number of service quality studies conducted both in Thai and international contexts.

In relation to Thai context, the review of literature indicates that most Thai scholars widely use the SERVQUAL model (with 5 dimensions) in their research to provide the useful implications for Thailand's hotel industry (e.g. Chaisaengpratheep, 2018; Dhiratanuttidlok, 2017; Mongkhonvanit & Chattiwong, 2018; Sittichai, Kun-oon, & Hathaiwasiwong, 2017). However, it is also interesting to learn that international scholars tend to use the modified SERVQUAL model to measure hotel service quality in different contexts. For example, Mohsin & Lockyer (2010) used 3 important service areas of the hotel (front office, room service, and restaurants) to measure service quality in New Delhi hotels. Ali (2015) investigated hotel service quality by using 5 modified service dimensions (hotel ambience, food & beverage products, staff knowledge, reservation services, and overall value for money) to

evaluate service quality in Langkawi and Penang hotels. A recent study by Cevik & Simskek (2017) used 4 quality dimensions to examine service quality in theme-park hotels in Turkey, namely: program quality, interaction quality, physical environment, and outcome quality.

With the above evidences, it is obvious that Thai and international scholars are likely to use different service quality measurements to evaluate hotel service quality. This may lead to a doubtful academic phenomenon of such issue, and worthy of further investigation to find out appropriate answers for Thai scholars and hotel practitioners. The measurement of service quality in the hotel industry is important because it is concerned with customers' evaluation on hotel performance and their employees, which is regarded as the crucial factor for the success of the hotel business, and also being the key management tool to enhance customer satisfactions (Ali, 2015; Sangpikul, 2021c; Wu & Ko, 2013). Therefore, this research has the following objectives 1) to examine and compare past studies regarding the assessments of hotel service quality between Thai and international contexts and 2) to analyze how the service models being employed are different from the SERVQUAL dimensions. The research will be conducted through a documentary method to explain such phenomenon. It is expected that the findings will yield a better understanding about the differences of using hotel service quality assessments, and will also provide proper implementations for Thai scholars and hotel practitioners. They may apply the knowledge from the current study to modify and measure hotel service quality more appropriately.

Literature review

Understanding service quality

Service quality is important to the hotel industry because the nature of the hotel products is the services which are intangibles. These intangibles are complex attributes for customers to judge about its quality when compared to consumer products. Moreover, hotel services are very experienced-oriented (Luo & Qu, 2016). This means that customers normally judge the quality of hotel services based on their experiences and personal feelings regarding the services delivered by hotel employees such as friendly and helpful front desk staff, a clean and comfortable room, a tasty and quality meal, or a well-organized meeting room (Luo & Qu, 2016; Sangpikul, 2021a). Similarly, according to the hotel literature, customers experience the hotel services, and judge the quality of these intangibles based on what they expect and receive from hotels and their employees (Ali, 2015; Mohsin & Lockyer, 2010; Luo & Qu, 2016; Sangpikul, 2021c). What customers experience from hotel services may result in both positive and negative outcomes (i.e. customer satisfaction and dissatisfaction), which can significantly affect customers' future repurchase and word-of-mouth communication (Mohsin & Lockyer, 2010; Luo & Qu, 2016). With these matters, it is concerned about the service quality which is one of the important factors for the hotel industry to professionally deliver the services to meet customers' expectation, and enhance their satisfaction.

In general, service quality may refer to an evaluation of the difference between expectations

and performances along the quality dimensions (Parasuraman et al., 1988). In other words, service quality can be assessed by a comparison of expectations of a service with perceived performances (Lewis & Booms, 1983; Parasuraman et al., 1988; Lo et al., 2015). In particular, service quality is a management concept focusing on the evaluation of how well a delivered service meets customer expectations (Memarzadeh & Chang, 2015; Lo et al., 2015).

To measure hotel service quality, SERVQUAL instrument is widely applied as it is a multi-dimensional research tool designed to measure consumer expectations and perceptions of the service in terms of 5 dimensions (Parasuraman et al., 1988), which are: 1) reliability 2) assurance 3) tangibility 4) empathy and 5) responsiveness. The SERVQUAL instrument was created based on an expectancy-disconfirmation paradigm (Oliver, 1981) by measuring a difference or disconfirmation between customers' expectations of service performances and the actual service received. According to the literature, when performance is exceeded or better than expected, positive disconfirmation is the result (likely satisfactory). In contrast, when performance is less or lower than expected, negative disconfirmation occurs (less satisfactory). These five dimensions may be referred as RATER (an abbreviation from the first letter of each of the five dimensions), and each of them is as follows:

1. Reliability: employees' ability to perform or deliver the service correctly and/or to provide customers with the promised service
2. Assurance: courtesy of employees and their ability to convey trust and confidence
3. Tangible: appearance of environment or physical surrounding, facilities, and amenities

4. Empathy: employees' ability to provide customers with personalized or individual service or attention

5. Responsiveness: employees' readiness to help customers and/or provide rapid services

Due to the importance of service quality in the hotel industry in terms of enhancing service improvement and leading to customer satisfaction (Cevik & Simskek, 2017; Mohsin & Lockyer, 2010; Wu & Ko, 2013), there were several studies examining this topic to enhance a greater understanding of hotels' service performances both in Thai and international contexts which will be addressed in the following topic.

Past studies about hotel service quality

Given the importance of service quality in the hotel industry as earlier mentioned, it has been observed that, through an analysis of past studies, Thai scholars mainly used the SERVQUAL instrument in their research to provide the useful contributions for Thailand's hotel industry. They usually employed the 5 dimensions of SERVQUAL, which originally are reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles, to examine customers' perception or satisfaction on hotel service quality (e.g. Chaisaengpratheep, 2018; Dhiratanuttidlok, 2017; Mongkhonvanit & Chattiwong, 2018).

However, through the literature review, it is also interesting to learn that most international scholars tend to use the modified SERVQUAL instrument or different service dimensions as previously addressed (e.g. guest-staff interaction, environmental quality, food & beverage products, and overall value for money) to measure hotel service quality in various settings. For example, Wo & Ko (2013) used a 3 major service-dimension to

examine hotel service quality in Taiwan. These 3 dimensions were 1) interaction quality 2) environmental quality and 3) outcome quality. In each dimension, there were specific characteristics of hotel service quality to be measured. For example, under interaction quality, it was measured about employee conduct, expertise, and problem-solving skill (see more detail in Wo & Ko, 2013). Likewise, Ali (2015) employed 5 different service dimensions to examine hotel service quality in Malaysia, which included hotel ambience, food & beverage products, staff knowledge, reservation services, and overall value for money. A recent study by Cevik & Simskek (2017) used 4 different service dimensions to examine service quality in theme-park hotels in Turkey which were 1) program quality 2) interaction quality 3) physical environment quality, and 4) outcome quality.

Given the above evidences with the different use of hotel service quality measurements between Thai and international scholars, this academic phenomenon is important to further investigate because it is concerned about the service quality which is widely regarded as one of the important tools for the success of hotel industry (Mohsin & Lockyer, 2010; Sangpikul, 2021a; Wu & Ko, 2013). The findings are expected to yield an important implication for Thai scholars and hotel practitioners to appropriately measure hotel service quality.

Methodology

In this study, the subjects being examined were studies related to hotel service quality by comparing 2 groups between Thai and international studies. They had to be full published articles available online during the past ten years (2010 –

2020). A 10-year period is argued to be sufficient to understand the mentioned phenomenon with a preliminary investigation about the studies on hotel service quality in Thai and international contexts.

To explore Thai studies, the author used “Google Scholar” as the database because it was tested and had yielded more satisfactory result when compared to other online channels available through university library. One of the obvious advantages of using Google Scholar is that it can provide a direct link to a wide coverage of TCI articles with full texts (peer reviewed articles). For international studies, the authors used “Tourism and Hospitality Complete”, available through university library, as the database which is a well-known source for international studies in tourism and hospitality. This database is also directly linked to a wide coverage of peer reviewed

articles with full texts (e.g. Scopus articles). All studies were searched through a set of key words for Thai and English versions such as service quality, hotel service quality, hotel (resort) and service quality, service dimensions, and SERVQUAL.

Only the studies examining about service quality in the hotel industry (including all types of accommodation) were taken in the analysis. Major information was recorded in an analysis form (instrument) to record the necessary information such as research titles, authors, research framework, variables, and key findings. Main analysis involved research variables, framework, and findings to comprehend how the studies examined hotel service quality. Descriptive statistics were used to describe the data in terms of frequency and percentage.

Results

Table 1 Number of studies about hotel service quality categorized by type of scholars

Type of scholars	Number of studies
Thai scholars	33 (53%)
International scholars	29 (47%)
Total	62 (100%)

It should be noted that Tables 1 – 4 are the findings based on research objective # 1 while Table 5 represents the findings from research objective # 2. According to Table 1, it was found that there were a total of 62 Thai and international articles published on hotel service quality. Among them, Thai scholars had produced articles with slightly higher proportion (53%) than international scholars (47%). Most

Thai scholars conducted their research about tourists’ perception or satisfaction on hotel service quality while international scholars were interested in various topics such as tourists’ perception on hotel service quality, relationships between service quality and other variables, and expected & perceived service quality in the hotel industry.

Table 2 Number of studies employing the original SERVQUAL dimensions and different service dimensions categorized by type of scholars

Type of scholars	Number of studies employing the 5 original SERVQUAL dimensions	Number of studies employing different service dimensions	Total
Thai scholars	32 (97%)	1 (3%)	33 (100%)
International scholars	9 (31%)	20 (69%)	29 (100%)

Table 2 presents interesting findings by revealing that most Thai scholars (97%) mainly employed 5 original SERVQUAL dimensions to examine hotel service quality, except one study (3%) which had developed the extended SERVQUAL dimensions. This exceptional study used factor analysis to derive 6 dimensions to better understand hotel service quality in another perspective in Koh Samui, Surat Thani (Sittichai, Kun-oon, & Hathaiwasiwong, 2017).

The 6 dimensions were named as trust, assurance, responsiveness, servicescape, willingness, and empathy. Overall, Thai scholars seem to be familiar with 5 original SERVQUAL dimensions (i.e. reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles),

and mainly applied them to examine hotel service quality in similar ways.

However, for the international studies, even though there were some international scholars (31%) used the 5 original SERVQUAL dimensions in their research but the majority (66%) had employed different service dimensions to examine hotel service quality. Among the majority, some international scholars had extended certain SERVQUAL dimensions or differently modified them in their research. Tables 3 & 4 will provide more detail by presenting Thai and international studies which used different service dimensions to measure hotel service quality. These 2 tables will help to gain a better understanding about the measurements of service quality in wider scope.

Table 3 An analysis of Thai studies examining hotel service quality

Studies	Types of accommodation	Service dimensions being employed	Category of service quality model
1. For example, Chaisaengpratheep (2018); Dhiratanuttidlok (2017); Mongkhonvanit & Chattiwong (2018)	3-5 stars hotels	reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles	Original Model 32 studies (97%)
2. Sittichai, Kun-oon, & Hathaiwasiwong (2017)	luxury resorts	trust, assurance, responsiveness, servicescape, willingness, and empathy	Extended Model 1 study (3%)

According to Table 3, the findings show the service dimensions which were employed by Thai scholars to examine hotel service quality. It was found that most Thai scholars (32 studies) focused on using the 5 original SERVQUAL dimensions (i.e. reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles) while there was only 1 study employing the extended model. This study (Sittichai et al., 2017) used the extended model with 6 dimensions (i.e. trust, assurance, responsiveness, servicescape, willingness, and empathy) to measure hotel service quality by arguing that the original dimensions may not be adequate to specifically respond to their research objectives.

It should be noted that we categorized a study with “**Original Model**” when the 5 original SERVQUAL dimensions were employed whereas any studies employing 3 or more similar dimensions to the original SERVQUAL model will be called as “**Extended Model**”. Table 4 will have another category of service quality model which is called “**Modified Model**” because the names of service dimensions were relatively different from the original SERVQUAL dimensions (e.g. front office, technology, food & beverage products). A reason to call such three models is to separate and categorize the overall studies into 3 groups to gain a better understanding about the different measurements of hotel service quality.

Table 4 An analysis of international studies examining hotel service quality

Authors	Types of accommodation	Service dimensions being employed	Category of service quality model
1. For example, Grobelna & Marciszewska (2013); Keith & Simmers (2013)	3-5 stars hotels	reliability, responsiveness, empathy, assurance, and tangibles	Original Model 9 studies (31%)
2. For example, Lai & Hitchcock (2016) Kurtulmusoglu & Pakdil (2017) Priporas, Stylos, & Vedanthachri (2017)	luxury hotels lodging industry Airbnb accommodation	tangible, reliability, assurance, empathy, environment, technology, and entertainment assurance & responsiveness, tangibles, features of rooms & housekeeping, communication & accessibility, reliability, equipment, and food assurance, tangibles, convenience, understanding & care, and adequacy service supply	Extended Model 7 studies (24%)
3. For example, Mohsin & Lockyer (2010) Wu & Ko (2013) Ali (2015) Padlee, Thaw, & Zulkiffli (2019)	luxury hotels luxury hotels resorts Business hotels	front office, room service, and restaurants employee conduct, expertise, problem-solving, atmosphere, room quality, facilities, design, sociability, outcome, and waiting time hotel ambience & staff courtesy, food & beverage products, staff presentation & knowledge, reservation services, and overall value employee behavior, room amenities, physical evidence, and food quality	Modified Model 13 studies (45%)

According to Table 4, the findings show the service dimensions which were employed by international scholars to examine hotel service quality. It was found that a number of international scholars (45%) employed the modified models to measure hotel service quality while 31% used the original model, and 24% employed the extended models.

In regard to the modified model, for example, Mohsin & Lockyer (2010) employing 3 service areas of the hotels to examine hotel service quality in India which were 1) front office 2) room service, and 3) restaurants. They argued that most hotels' services were delivered (occurred) in these service areas, and therefore, were appropriate to examine through the 3

dimensions (functions). However, Priporas et al., (2017) employed the extended model with 5 dimensions to examine service quality of Airbnb accommodation in Thailand. These dimensions were 1) assurance 2) tangible 3) convenience 4) understanding & care, and 5) adequacy of service supply. They argued that the extended model seemed to be more suitable for this type of lodging because Airbnb accommodation provided different services from the business hotels.

In order to further understand how the service models being employed are different from the original SERVQUAL dimensions among international studies, Table 5 will provide an in-depth analysis about this issue.

Table 5 An analysis of international studies using different service dimensions and SERVQUAL dimensions

Model category and their service dimensions	Reliability	Responsiveness	Empathy	Assurance	Tangibles	Additional dimensions
1. Original model Grobelna & Marciszewska (2013); Ogunjinmi & Binuyo (2018)	√ √	√ √	√ √	√ √	√ √	- -
2. Extended model Kurtulmusoglu & Pakdil (2017): assurance & responsiveness, tangibles, features of rooms, housekeeping, communication & accessibility, reliability, equipment, and food Priporas et al. (2017): assurance, tangibles, convenience, understanding & care, adequacy service supply	√ √	√ √	√ √	√ √	√ √	1. adequacy of service supplies 2. food specialty 1. adequacy of service supply
3. Modified Model Wo & Ko (2013): Conduct, expertise, problem-solving, atmosphere, room quality, facility, design, location, sociability, valence, waiting time	√	√	√	√	√	1. socialability 2. service outcome

Model category and their service dimensions	Reliability	Responsiveness	Empathy	Assurance	Tangibles	Additional dimensions
Ali (2015): hotel ambience & staff courtesy, food & beverage products, staff presentation & knowledge, reservation services, overall value	√	√	√	√	√	1. food & beverage 2. service value
Padlee, Thaw, & Zulkiffli (2019): Employee behavior, room amenities, physical evidences, food quality	√	√	-	√	√	1. food quality

Table 5 deeply analyzes how the extended and modified models are different from the 5 original SERVQUAL dimensions. To analyze this, there are certain steps to explain. Firstly, the 5 original SERVQUAL dimensions (reliability, responsiveness, empathy, assurance, tangible) were established as a benchmark. SERVQUAL can be recognized as the benchmark or the standard of service quality which allows other service models to be compared with because it is original and widely accepted across the disciplines including tourism and hospitality research (Ali, 2015; Priporas et al., 2017; Sangpikul, 2021b; Wo & Ko, 2013). Secondly, the international studies were examined and compared to the 5 SERVQUAL dimensions. Thirdly, all of the measurement items from international studies were carefully examined in detail and determined if they were relevant and fallen into any dimension of SERVQUAL. For example, in a study of Kurtulmusoglu & Pakdil (2017), a measurement item in a questionnaire like “rapid restaurant services” was taken under responsiveness dimension with a sign (√) or “error free for check-in and check-out process” was classified into reliability dimension with a sign (√). Only the item that is not relevant to any dimension of SERVQUAL, it will be grouped in an additional dimension which was labeled (named) based on that

study. For instance, “provision of adequate amenities in guest room” was not matched with any 5 SERVQUAL dimensions, therefore, this item consequently was grouped into the additional dimension under name “adequacy of service supplies” dimension which was labeled by Kurtulmusoglu & Pakdil (2017) as shown in Table 4.

Similarly, in a study of Wu & Ko (2013), a measurement item in a questionnaire like “the room size is adequate” was taken under tangible dimension with a sign (√) or “the behavior of hotel employees allows me to trust their services” was classified into assurance dimension with a sign (√). The item “I am provided with opportunities for social interaction while staying in the hotel” was not matched with any 5 SERVQUAL dimensions, therefore, this item was grouped in the additional dimension under name “sociability” dimension which was labeled by Wu & Ko (2013).

According to Table 5, it is evident that although past studies used different service dimensions to examine hotel service quality in different contexts. However, it was proved that most measurement items from past studies were fallen under the 5 SERVQUAL dimensions. This implies that the SERVQUAL dimensions are still applicable and relevant to the

measurement of hotel service quality. Overall, the above analysis implies that most international scholars still used similar measurement items in accordance with the 5 original SERVQUAL dimensions but they may prefer to extend or modify some specific/special items or dimensions to measure hotel service quality differently due to their research objectives and hotel characteristics. Reasons for using different service dimensions will be further discussed in the following section.

Discussion

To discuss, this section will discuss the major findings in Tables 4 & 5 regarding the reasons why international scholars employed the extended or modified service models to examine hotel service quality. Even though the SERVQUAL model (with 5 dimensions) have been widely employed in service industries including the hotel industry, however, the model has been often criticized about its weaknesses in several aspects (Ali, 2015; Mohsin & Lockyer, 2010; Luo & Qu, 2016; Sangpikul, 2021c). This may be one of the major reasons why international scholars tended to extend or modify the SERVQUAL model to measure hotel service quality in different contexts, and it will be the main discussion to justify the above findings.

Firstly, scholars argue that the SERVQUAL model presents the general quality dimensions for service industries (from banking to tourism industry) but it does not include specific dimensions for each business category (Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017). It may not be fully applicable to all service industries including the tourism industry (Ali, 2015; Tamagni, Micheli, & Zanfardini, 2003; Wu & Ko, 2013). The SERVQUAL model was originally developed in other service industries (e.g. finance & banking), not the

hotel industry (Olorunniwo, Hsu, & Udo, 2003). Its implementations, therefore, may be not fully applicable to the hotel industry as well because the hotels have different service characteristics from others (Sangpikul, 2021a; Wu & Ko, 2013). Moreover, the hotel industry offers a wide range of services to cater customers such as accommodation, food & beverage, recreation facilities, and MICE services. Therefore, it is properly arguable that the original SERVQUAL may not be fully covered all aspects of hotel services.

Secondly, according to Olorunniwo et al. (2003), the measurement items in the SERVQUAL model are global in nature. Thus, the outcome of using SERVQUAL instrument to different groups of customers from various service industries may be little value. In addition, the number of service dimensions and the measurement items should be industry specific (rather than general) or vary from one service industry to another. The modified or extended service dimensions, along with the assessment items, may be dependent on the nature or specific characteristics of the particular industry. This may be an important reason why international scholars had modified their service dimensions to be more specific for examining hotel service quality.

Thirdly, past studies revealed that certain dimensions of the SERVQUAL were not clearly perceived by customers (Llosa, Chandon, & Orsingher, 1998). Generally, customers may well perceive what are tangibles, empathy and responsiveness of the services. However, the terms like reliability and assurance seem to be unclearly perceived by many customers (Olorunniwo et al. (2003). For example, assurance could be differently interpreted by many customers and hotel practitioners. Consequently, certain dimensions of the SERVQUAL may be modified

or extended into more specific meaning, when appropriate.

Fourthly, several researchers argue that certain factors (e.g. authenticity, sociability) and special characteristics of service providers should be considered in the assessment of service quality as well (Cevik & Simskek, 2017; Yildiz, 2012). This is because certain dimensions of SERVQUAL cannot provide specific or sufficient information to assess the service quality of some aspects of hotels (e.g. recreation services, sport/wellness facilities, meeting/conference services). They argued that these special hotel services should be measured based on a separate dimension from the original SERVQUAL to provide deeper/sufficient information.

Finally, a number of scholars argue that the evaluation of service quality is multi-dimensional (Ekinci, 2002; Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017; Wu & Ko, 2013), not limited to 1 or 2 dimensions. This suggests that measuring service quality should reflect various dimensions of the services being examined. By nature, the quality of hotel services comprising various aspects or dimensions, and requires more specific measurement. For example, the assessments of quality of restaurants, front desk services, and conference facilities, are usually different from guest rooms; suggesting multi-dimensional measurements from department to department. Furthermore, the criteria to judge the quality of budget hotels are certainly different from a truly wellness resort (e.g. Chiva-Som); suggesting using different service dimensions.

With the above arguments, international scholars, therefore, had employed various service models (dimensions) to suitably measure hotel service quality (likely tailor made) in their studies. In particular, scholars argue that the original SERVQUAL is a global-based perspective rather than the industry

specific, and there is no universally accepted model for measuring service quality in a particular industry (Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017; Wu & Ko, 2013). Researchers may be flexible to modify certain service dimensions when appropriate (Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017; Wu & Ko, 2013).

Conclusion and implications

Conclusion

This study had the objective to examine and compare past studies regarding the assessments of hotel service quality between Thai and international contexts, as well as to analyze how the service models being employed are different from the SERVQUAL dimensions. The study was conducted through a documentary method by collecting data from secondary data sources, and descriptive statistics (e.g. frequency and percentage) were used to describe the findings.

According to the findings, the study found that Thai scholars mainly employed the original SERVQUAL model with the 5 dimensions to assess hotel service quality, whereas most international scholars had extended or modified their measurements and service dimensions to evaluate hotel service quality, for instance, service value, service outcome or quality dimensions. Through the comparative analysis, the study identified the three models of service quality which had been employed in Thai and international studies, namely, "Original Model", "Extended Model", and "Modified Model". The study also found that although the three models had been employed differently in many studies, most of their measurement items were still fallen under the 5 SERVQUAL dimensions. Interestingly, the measurement items of the "Extended Model" and "Modified Model" were highly similar to those of the "Original Model". This

implied that the 5 original SERVQUAL dimensions are still applicable and relevant to measure hotel service quality in various hotel setting. With the interesting findings, it is appropriate to provide the following implications for Thai scholars and hotel practitioners.

Implications

This part will provide the implications and recommendations for future research aiming to examine hotel service quality. Thai scholars and hotel practitioners may apply the knowledge from this part to develop the measurements of hotel service quality more appropriately.

1) With the empirical findings as shown in Tables 3 & 4, it is suggested that scholars may modify the measurement items (individual items in the questionnaire) and the dimensions of SERVQUAL, when appropriate, to purposively measure hotel service quality based on their research objectives and hotel characteristics being examined (e.g. business hotels, conference hotels, wellness resorts, hostels). They may use the 5 original SERVQUAL dimensions along with the extended or modified models to measure service quality of a particular hotel category. But the basic rule is that the measurement items should cover the 5 original SERVQUAL dimensions since they are still applicable and relevant to most services of the hotels (see Table 5). Whereas the additional dimension(s) may be added, when appropriate, and should be named differently from the original SERVQUAL dimensions to represent the exact service attributes the researchers particularly wish to examine. However, which models to be used, scholars should carefully employ it through the in-depth literature review (review of past studies) with appropriate academic argument.

2) Currently, most upscale hotels (e.g. 4-5 stars) have invested a lot in the development of technology and innovation in certain hotel services (e.g. online reservation, online registration, in-room technology, room service technology, and conference facilities). The technology dimension is likely to be more appropriate as an additional or new dimension of hotel service quality in upscale hotel categories (Lai & Hitchcock, 2016). Past studies indicated that technology and innovation can impact service quality because it can enhance the quality of services, and offer more efficiency and convenience in delivering the services to meet customers' expectation (Arshad & Su, 2015; Lai & Hitchcock, 2016; Santos, 2003). In addition, the assurance dimension (mostly about room cleanliness, guests' security & safety) may be further separated to establish a new dimension, for example, "hygienic/sanitary dimension" due to the current outbreak of COVID-19 to ensure customers about the health standard of the hotels. This hygienic dimension (new dimension) may be more important in the future even after the COVID-19 has been recovered because customers' behaviors and their awareness (or perceptions) about personal health issues have been changed.

3) According to Table 3, there are several researchers measured service quality based on major service areas of the hotels such as front office (Mohsin & Lockyer, 2010), guest rooms & housekeeping (Kurtulmusoglu & Pakdil, 2017), food & beverage services (Ali, 2015), and hotel facilities (Wu & Ko, 2013). It is suggested that future research may modify and employ major service areas to be the service dimensions to measure hotel service quality, for example, front desk services, guest room services, food & beverage services, and facility services. Conceptually, in each service area, it may contain the measurement items adapted from the 5 SERVQUAL

instrument when appropriate. This type of model (being more specific) may yield another interesting finding more relevant to employee performance in each major service areas of the hotel rather than the general 5 SERVQUAL dimensions as they are relatively too general.

4) According to past studies like Cevik & Simskek (2017) and Wu & Ko (2013), they added another dimension, 'outcome dimension', to measure hotel service quality. This dimension may be aimed to measure the overall services perceived by customers, for example, post-consumption opinions or overall experience after using the services. This dimension is regarded as an important element because hotel service quality is generally measured based on customer perception on the particular services (Cevik & Simskek, 2017; Ekinci, 2002; Wu & Ko, 2013). Most studies still lack the assessment of service quality in terms of the result of service transaction (Cevik & Simskek, 2017; Ekinci, 2002; Wu & Ko, 2013). In particular, hotel services are experienced-oriented, which should be assessed its result after the services are completely delivered (finished) (Ekinci, 2002; Luo & Qu, 2016). Furthermore, this dimension may help hotel manager to deeper understand whether the overall services a hotel offers or provides customers are worth for their money or beyond than their expectations (Alexandris, Kouthouris, & Meligdis, 2006; Wu & Ko, 2013). Future studies (e.g. business/convention hotels or wellness resorts) may consider this additional dimension if they wish to determine the service outcome and how well the hotels perform to meet overall customers' expectation. Understanding this may help to appropriately target the repeat customers or loyal customers.

5) According to Mohsin & Lockyer (2010) and Padlee et al., (2019), researchers may be flexible to modify and employ a particular set of service dimensions or framework to measure hotel service quality. For example, Padlee et al., (2019) intensively reviewed the literature and proposed to use only 4 modified dimensions (employee behavior, room amenities, physical evidence, and food quality) to evaluate hotel service quality. This suggestion may be appropriate when the researchers can intensively review the relevant literature and establish strongly theoretical framework.

6) Finally, it is argued that evaluation of hotel service quality is multi-dimensional (consisting of various dimensions), and the dimensions should be specific to the characteristics of different hotel categories (e.g. resorts, upscale hotels, conference hotels, guesthouses, homestay, ecolodges) (Ali, 2015; Ekinci, 2006; Kurtulusoglu & Pakdil, 2017; Olorunniwo et al., 2003; Wu & Ko, 2013). In this regard, future studies may carefully modify the measurement items to be more relevant (important) and specific to particular hotel categories. For example, the measurement items of a resort may focus on beautiful and relaxing environment (tangible) while a guest house may concern on room cleanliness (assurance), and homestay may add a local or host interaction dimension which is a special characteristic and important element of homestay.

References

- Alexandris, K., Kouthouris, C., & Meligdis, A. (2006). Increasing Customers' Loyalty in a Skiing Resort: The Contribution of Place Attachment and Service Quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 18(5), 414-425.
- Ali, F. (2015). Service Quality as a Determinant of Customer Satisfaction and Resulting Behavioral Intention: A SEM Approach Towards Malaysian Resort Hotels. *TOURISM*. 63(1), 37-51.
- Arshad, A.M. & Su, Q. (2015). Interlinking Service Delivery Innovation and Service Quality: A Conceptual Framework. *The Journal of Applied Business Research*. 31(5) 1807-1822.
- Cevik, H. & Simskek, K. Y. (2017). The Quality of Five-Star Hotel Animation Services in Turkey with Regard to Tourists' Demographics. *Tourism*. 65(3), 280-293.
- Chaisaengpratheap, N. (2018). Service Quality of Hotel Business in Nhonkai. *Journal of Humanities and Social Sciences Valaya Alongkorn*. 13(1), 98-106.
- Dhiratanuttidlok , T. (2017). Dimensions of Hotel Service Quality of Four-Star Hotels in Pattaya from Tourists' Perspectives. *Journal of Far Eastern University*. 11(2), 144-161.
- Ekinici, Y. (2002). A Review of Theoretical Debates on the Measurement of Service Quality: Implications for Hospitality Research. *Journal of Hospitality and Tourism Research*. 26(3), 199-216.
- Keith, N. & Simmers, C. (2013). Measuring Hotel Service Quality Perceptions: The disparity between Comment Cards and LODGSERV. *Academy of Marketing Studies Journal*. 17(2), 119-131.
- Kurtulmusoglu, F. B. & Pakdil, F. (2017). Combined Analysis of Service Expectations and Perceptions in Lodging Industry through Quality Function Deployment. *Total Quality Management*. 28(12), 1393-1413.
- Lai, I. K. W. and Hitchcock, M. (2016). A Comparison of Service Quality Attributes for Stand-Alone and Resort-Based Luxury Hotels in Macau: 3-Dimensional Importance-Performance Analysis. *Tourism Management*. 55, 139-159.
- Llosa, S. Chandon, J., & Orsingher, C. (1998). An Empirical Study of SERVQUAL's Dimensionality. *The Service Industries Journal*. 18(2), 16-44.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H., (1983). The Marketing Aspects of Service Quality. *Emerging Perspectives on Services Marketing*. 65(4), 99-107.
- Lo, A., Wu, C. & Tsai, H. (2015). The Impact of Service Quality on Positive Consumption Emotion in Resort and Hotel Spa Experiences. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 24, 155-179.
- Luo, Z. & Qu, H. (2016). Guest-Defend Hotel Service Quality and its Impacts on Guest Loyalty. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 17(3), 311-332.
- Mohsin, A. & Lockyer, T. (2010). Customer Perceptions of Service Quality in Luxury Hotels in New Delhi, India: An Exploratory Study. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 22(2), 160-173.

- Memarzadeh, F. & Chang, H.J. (2015). Online Consumer Complaints about Southeast Asian Luxury Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 24, 76-98.
- Mongkhonvanit, C. & Chattiwong, R. (2018). Customer Expectation and Perception of the Service Quality of Front Office Staff in Five Star Hotels. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*. 13(2), 78-90.
- Olorunniwo, F., Hsu, M.K., & Udo, G.J. (2003). Operationalizing the Service Quality Construct: The Case of the Lodging Industry. *Services Marketing Quarterly*. 24(4), 57-76.
- Oliver, R.C. (1981). Measurement and Evaluation of Satisfaction Process in Retail Setting. *Journal of Retailing*. 57(3), 25-48.
- 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.
- Padlee, S. F., Thaw, C.Y., & Zulkiffli, S. N. (2019). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions in the Hospitality Industry. *Tourism and Hospitality Management*. 25(1), 2-19.
- Priporas, C., Stylos, N., & Vedanthachari, L. N. (2017). Service Quality, Satisfaction, and Customer Loyalty in Airbnb Accommodation in Thailand. *International Journal of Tourism Research*. 29, 693-704.
- Sangpikul, A. (2019). The Analysis of Customers' e-Complaints and Service Quality at Spa Services in Thailand. *e-Review of Tourism Research*. 6(6), 45-62.
- Sangpikul, A. (2021a). The Analysis of Service Quality with 2 Dimensions in Hotels and Resorts. *Journal of the University of Thai Chamber of Commerce*. 41(1), 181-199.
- Sangpikul, A. (2021b). Understanding Subjective and Objective Assessments of Service Quality Through Spa Customers' E-Complaints in Bangkok. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*. Advance online publication. DOI: 10.1080/1528008X.2021.1891598
- Sangpikul, A. (2021c). Understanding Resort Service Quality through Customer Complaints. *Anatolia: An International Journal of Hospitality and Tourism Research*. Advance online Publication. DOI: 10.1080/13032917.2021.1925937
- Santos, J. (2003). E-Service Quality: A Model of Virtual Service Quality Dimensions. *Managing Service Quality*. 13(3), 233-246.
- Sittichai, S., Kun-oon, S. & Hathaiwasiwong, N. (2017). Dimensions of Service Quality in Hotels, Koh Samui, Surat Thani Province. *Phuket Rajabhat University Academic Journal*. 13(2), 182-202.
- Tamagni, L., Micheli, E., & Zanfardini, M. (2003). Multidimensional Scaling Analysis in the Determination of Hotel Quality Dimension – Patagonia, Argentina. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 4(1), 111-128.
- Wu, H. C. & Ko, Y. J. (2013). Assessment of Service Quality in the Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 14(2), 218-244.

Yildiz, S. M. (2012). Instruments for Measuring
Service Quality in Sport And Physical Activity
Services. *Collegium Antropologicum*.
36(2), 689-696.

การเพิ่มความตั้งใจอย่างต่อเนื่องในการชำระเงินผ่านมือถือผ่านโครงการคนละครึ่ง

Increasing Continual Intention to use Mobile Payment through a Half-Price Subsidy Campaign

วรัญพงษ์ บุญศิริธรรมชัย^{1*}
Waranpong Boonsiritomachai^{**}
พลอย สูดอ่อน²
Ploy Sud-On
นพดล มโนสุทธิ³
Noppadol Manosuthi

บทคัดย่อ

รัฐบาลไทยได้เสนอโครงการคนละครึ่งให้กับประชาชนจำนวน 21.4 ล้านคน โดยโครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นเศรษฐกิจที่รัฐบาลออกค่าใช้จ่ายให้ครึ่งหนึ่งซึ่งเป็นการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือโดยเฉพาะ และสำหรับประชาชนบางส่วนการชำระเงินผ่านมือถือถือว่าเป็นประสบการณ์ครั้งแรกของพวกเขา งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจตัวแปรที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่องในชีวิตประจำวัน โดยพิจารณาจากทัศนคติของผู้ใช้งานที่อยู่ในโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยชิ้นนี้มีทั้งสิ้น 506 คน ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามถูกรวบรวมและวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ความพึงพอใจ ประโยชน์ต่อสุขภาพ และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลต่อทัศนคติในการชำระเงินผ่านมือถือ นอกจากนี้ทัศนคติเชิงบวกยังมีนัยสำคัญทางสถิติในการอธิบายความตั้งใจในการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่อง ผลจากการศึกษานี้ทำให้ผู้บริหารและหน่วยงานของรัฐได้รับทราบถึงข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญและข้อพิจารณาในทางปฏิบัติเพื่อสนับสนุนและกระตุ้นการชำระเงินผ่านมือถือ นอกเหนือจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์กับการยอมรับเทคโนโลยีอื่นได้อีกด้วย เพื่อนำมาซึ่งความเข้าใจที่ดีและการส่งเสริมประโยชน์ที่เหมาะสมในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ของประชาชน

คำสำคัญ: การชำระเงินผ่านมือถือ ทัศนคติ รัฐบาล เศรษฐกิจ โควิดไวรัส

Abstract

The Thailand government offered 21.4 million citizens a 50:50 co-payment scheme as part of the economic stimulus program. The payment scheme specifically involved the use mobile phone payments

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ อีเมล: waranpong@gmail.com

^{**} Corresponding Author, Department of Management, Kasetsart Business School, Kasetsart University,

Email: waranpong@gmail.com

² วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล

Mahidol University International College, Mahidol University

³ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Tourism Industry Management, Faculty of Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

วันที่รับบทความ (Received date): 1 August 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 17 November 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 2 December 2021

(m-payment) and for many of the citizens, this was their first experience with m-payment. This paper aims to understand the variables that accelerate continual usage intention of m-payment in everyday life by considering the user's attitude during the Government's economic stimulus scheme. A sample of 506 respondents through a questionnaire approach was collected and analyzed with the Structural Equation Modeling. The findings of the research revealed that economic benefits, enjoyment, health benefit and ease of use pose as the impact on attitude toward m-payment under the government's co-payment scheme. Also, simply positive attitude was statistically significant to explain continual intention to use m-payment. The key findings from this study provide management and government authorities with key insights and practical considerations to encourage and stimulate adoption of m-payment. The findings can also equally be applied to adoption of other technologies by better understanding and promotion of the appropriate benefits that encourage usage of new technologies.

Keywords: M-payment, Attitude, Government, Economic, Coronavirus

บทนำ

การระบาดทั่วของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตหลายล้านคน รัฐบาลทั่วโลกได้ใช้การควบคุมชายแดน การกักกัน และการล็อกดาวน์เพื่อช่วยยับยั้งการแพร่ระบาด ถึงแม้มาตรการเหล่านี้ก่อให้เกิดผลดีแต่ก็ส่งผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับชาติหรือแม้แต่ธุรกิจขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ ต่างก็ต้องปรับตัวเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด (Saipheth, 2021) ธุรกิจบางแห่งปรับตัวโดยการปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ การลดขนาดขององค์กร การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น การลดเงินเดือนหรือลดชั่วโมงการทำงานของพนักงาน และมีอีกหลายหลายธุรกิจที่ปรับตัวทางเทคโนโลยีโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) เป็นหลัก โดยการเปลี่ยนคำสั่งซื้อ สินค้าและบริการไปสู่สภาพแวดล้อมดิจิทัลมากขึ้น (Poompruk and Erb-im, 2021) กิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของพวกเขา และส่งผลต่อวิธีการติดต่อสื่อสารของผู้คนอีกด้วย

รัฐบาลไทยได้ออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการฟื้นฟูสังคมหลายโครงการ เพื่อรับมือกับการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (เช่น โครงการคนละครึ่ง เราเที่ยวด้วยกัน เราชนะ โครงการยิ่งใช้ยิ่งได้ และโครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ) โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมสภาพคล่องทางเศรษฐกิจ สร้างงานในชุมชน โครงการคนละครึ่งเป็นหนึ่งใน

โครงการทางเศรษฐกิจที่เน้นการกระตุ้นในการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยมียอดการใช้จ่ายสะสมรวม 33,061 ล้านบาท แบ่งเป็นเงินที่ประชาชนจ่ายสะสม 16,713 ล้านบาท และรัฐร่วมจ่ายสะสม 16,348 ล้านบาท ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2564 (Fiscal Policy Office, 2021) โครงการนี้มี 3 ระยะ ได้แก่ ระยะแรกเริ่มตั้งแต่วันที่ 23 ตุลาคม ถึง 31 ธันวาคม 2563 ระยะที่สองระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มีนาคม 2564 และระยะที่สามระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 31 ธันวาคม 2564 โครงการนี้เปิดให้ประชาชนจำนวน 21.4 ล้านคนที่ลงทะเบียนโครงการผ่านเว็บไซต์ของรัฐบาลและใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันเป๋าตังค์ โดยสามารถนำไปใช้กับสินค้าและบริการที่หลากหลาย โครงการนี้ให้เงินอุดหนุนส่วนบุคคลร้อยละห้าสิบของราคาซื้อที่ผู้ขายที่เข้าร่วมได้รับเงินคืนสูงสุด 150 บาทต่อวันและส่วนลดสูงสุด 3,000 บาทต่อคนต่อแคมเปญ (Bangkokbiznews, 2021) ผู้เข้าร่วมโครงการจำเป็นต้องมีสมาร์ตโฟนพร้อมอินเทอร์เน็ตและต้องชำระเงินผ่านมือถือเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำธุรกรรมด้วยเงินสดเมื่อทำการพิจารณาการใช้สมาร์ตโฟนและการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมือถือคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลกโดยมีผู้ใช้สมาร์ตโฟน 3.8 พันล้านคนภายในปี 2566 ซึ่งคิดเป็นเกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ของประชากรโลกในปีเดียวกันนั้น ประเทศไทยคาดว่าจะมีผู้ใช้งาน 58.71 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 80 ของประชากรไทย (Statista, 2020) ในแง่ของแอปพลิเคชันมือถือ ผู้บริโภคทั่วโลกดาวน์โหลดแอปมือถือทั้งหมด 218 พันล้านแอปในปี 2019 และคาดว่าจะดาวน์โหลด 258.2

พันล้านในปี 2020 (Apptopia, 2021) แนวโน้มการชำระเงินด้วยมือถือก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะผู้บริโภคชาวไทยที่การชำระเงินผ่านมือถือมีการเติบโตอย่างรวดเร็วเกินกว่าที่คาดการณ์ไว้ และจัดอันดับการเติบโตเป็นอันดับที่ 2 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (PWC, 2019) แม้ความนิยมของการชำระเงินผ่านมือถือจะเพิ่มขึ้น แต่คาดว่าจะมีเพียง 20 เปอร์เซ็นต์ของประชากรโลกและ 30 เปอร์เซ็นต์ของคนไทยเท่านั้นที่คาดว่าจะชำระเงินผ่านมือถือภายในปี 2566 (Statista, 2020) ดังนั้นการชำระเงินผ่านมือถือ ยังถือว่าเป็นช่วงเริ่มต้นเท่านั้น และการใช้มือถือในการชำระเงินยังค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการใช้รูปแบบการชำระเงินอื่นๆ (เช่น บัตรเครดิต เงินสด บัตรเดบิต)

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มความเข้าใจทางทฤษฎีของการนำเทคโนโลยีการชำระเงินผ่านมือถือมาใช้ โดยการสำรวจตัวแปรที่สามารถกระตุ้นการชำระเงินผ่านมือถือในชีวิตประจำวัน โดยพิจารณาจากทัศนคติของผู้ใช้และความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบการชำระเงินผ่านมือถือนั้น ถือเป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภคในการชำระเงิน และมีประโยชน์สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา ประโยชน์ที่เด่นชัดคือการเปิดใช้งานธุรกรรมเชิงพาณิชย์ที่มากขึ้น และยังสามารถปฏิบัติตามมาตรการควบคุมไวรัสโคโรนา ร้านค้าสามารถเพิ่มความสะดวกโดยการเพิ่มช่องทางการชำระเงินให้กับลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดการบริการที่ดีขึ้น นอกจากนี้ในระยะยาวรัฐบาลยังสามารถได้รับประโยชน์จากธุรกรรมผ่านมือถือเนื่องจากจะสร้างความโปร่งใสในการทำธุรกรรม และลดการทุจริตในการทำธุรกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การทำความเข้าใจในตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการชำระเงินผ่านมือถือของผู้ใช้งานจึงมีความสำคัญต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย งานวิจัยชิ้นนี้ได้สำรวจในบริบทของโครงการของรัฐบาลซึ่งน่าสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากโครงการนี้ให้สิ่งจูงใจแก่ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือ โดยเฉพาะมีจำนวนไม่น้อยสำหรับที่ไม่เคยชำระเงินผ่านมือถือมาก่อนได้หันมาสนใจ และสมัครเข้าร่วมกับโครงการคนละครึ่งนี้

ทบทวนวรรณกรรม

การนำเทคโนโลยีมาใช้งานมีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยทฤษฎีและแบบจำลองต่าง ๆ ได้รับการนำเสนอ และมีการตรวจสอบจากนักวิจัยรุ่นต่อ ๆ มา ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) เป็นทฤษฎีที่ถูกคิดค้น ขึ้นในปี ค.ศ. 1975 โดย Icek Ajzen และ Martin Fishbein เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่ได้รับความนิยม อย่างแพร่หลายที่นำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ตามทฤษฎีได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ความเชื่อและทัศนคติต่อพฤติกรรม ว่าการเปลี่ยนแปลงความเชื่อจะส่งผลต่อการกระทำ (Fishbein and Ajzen, 1975) ต่อมาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptant Model: TAM) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎี TRA โดย TAM จะเน้นการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ (Davis, 1989)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเกี่ยวข้องกับ การรับรู้ที่สำคัญสองประการ ประการแรกคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ซึ่งอธิบายว่าการใช้เทคโนโลยีเฉพาะจะช่วยสร้างประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค หรือสามารถสร้างประสิทธิภาพการทำงานให้กับผู้บริโภค ประการที่สองคือ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานซึ่งอธิบายถึงระดับที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าระบบที่นำมาใช้งานจะปราศจากความพยายามในการใช้งาน เนื่องจากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) นั้นได้อิงตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (TRA) ดังนั้น จุดแข็งของความสัมพันธ์ จะอยู่ระหว่าง ความเชื่อ-ทัศนคติ-เจตนา-พฤติกรรม นักวิจัยหลายคนได้นำแนวคิดเหล่านี้ไปใช้กับบริบทของการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งยืนยันว่าการประเมินความเชื่อทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญ แทนที่จะประเมินเฉพาะตัวเทคโนโลยีเท่านั้น (Jaziri and Miralam, 2019) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี ยังคงเป็นรากฐานสำคัญในการทำความเข้าใจในการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน โดยประโยชน์อย่างหนึ่งของการใช้แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี คือ มีกรอบแนวคิดที่จะตรวจสอบผลกระทบของตัวแปรภายนอกต่อการใช้เทคโนโลยี ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงประยุกต์แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ร่วมกับทฤษฎีบัญชีในใจ

(Mental Accounting Theory: MAT) โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะใช้ทฤษฎี MAT ในการอธิบาย การรับรู้ที่สำคัญ ในประการแรกของ TAM นั่นก็คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งปกติแล้วใน TAM จะอธิบายเป็นในมุมมองเดียวด้วยปัจจัยเดียว แต่ใน MAT จะอธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของธุรกรรมรวมถึงประโยชน์ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้งานจะได้รับ (Thaler, 1985) โดยใช้มุมมองหลายมุมมองที่แสดงถึงประโยชน์ในหลาย ๆ ด้านที่ผู้ใช้งานจะได้รับ ตัวอย่างเช่น ความสะดวกสบาย ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ความเพลิดเพลิน ความรู้ และผลประโยชน์ทางสังคม ประโยชน์เหล่านี้ถูกนำมาศึกษาในงานวิจัยต่าง ๆ ในปัจจุบัน แต่งานวิจัยชิ้นนี้ได้เพิ่มเติมประโยชน์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสถานะการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส ซึ่งประโยชน์นั้นคือ ประโยชน์ต่อสุขภาพ เป็นการลดการสัมผัสทางกายภาพด้วยการชำระเงินผ่านมือถือ ซึ่งสามารถลดโอกาสการแพร่กระจายของไวรัสได้ (Aji et al., 2020) อย่างไรก็ตาม การชำระเงินผ่านมือถือก็ยังเป็นเรื่องยากสำหรับประชากรบางส่วน ไม่ว่าจะเป็นการกังวลในด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน หรือแม้แต่ว่าความรู้ในการใช้เทคโนโลยี

ในการชำระเงินผ่านมือถือนั้น ก่อให้เกิดมูลค่าการใช้ประโยชน์ที่มีทั้งผลประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย และด้านความประหยัด เป็นผลมาจากประสิทธิภาพที่คาดหวังจากการใช้บริการชำระเงินผ่านมือถือ (Gan and Wang, 2017) โดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย หมายถึงความสะดวกและความเร็วของระบบการชำระเงินผ่านมือถือ เป็นการลดขั้นตอนต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องพกพาเงินสดตลอดเวลา ส่วนในแง่ของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจนั้น การชำระเงินผ่านมือถือบางครั้ง ร้านค้าต่าง ๆ ก็เสนอผลประโยชน์และสิ่งจูงใจจากการชำระเงินผ่านมือถือ เช่น ของขวัญ ส่วนลด และคะแนนแลกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่นๆ (Wu et al., 2017) ในกรณีของโครงการคนละครึ่ง รัฐบาลจะเสนอผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ใช้งาน โดยการช่วยออกค่าชำระสินค้าครึ่งหนึ่ง

นอกจากประโยชน์ที่ได้กล่าวถึง ความเพลิดเพลินในการใช้มือถือ ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ ความเพลิดเพลินที่ได้มาจากการใช้เทคโนโลยี เมื่อลูกค้าใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่เพียงแต่เทคโนโลยีจะช่วยในการ

ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน แต่หลายเทคโนโลยีก็ยังเป็นแหล่งของความบันเทิงอีกด้วย (Venkatesh et al., 2011) ดังนั้น ความเพลิดเพลินจึงเป็นตัวกำหนดหลักของทัศนคติต่อความตั้งใจของลูกค้าที่ชำระเงินผ่านมือถือ ลูกค้าที่มีประสบการณ์การรับรู้ถึงความเพลิดเพลินในระดับที่สูงขึ้นจะมีระดับความวิตกกังวลที่ลดลง และมองข้ามความเสี่ยงจากการใช้เทคโนโลยี ความสัมพันธ์นี้ได้รับการยืนยันจากงานวิจัยก่อน ๆ ที่เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ธุรกรรมทางธนาคารผ่านอินเทอร์เน็ต (Lee, 2009) มีงานวิจัยต่าง ๆ ได้เน้นย้ำถึงอิทธิพลทางสังคมว่าสามารถส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นเชิงบวกหรือเชิงลบของการนำเทคโนโลยีมาใช้งาน โดยการใช้งานนั้นส่วนมากมักจะมีการอ้างอิงจากกลุ่มทางสังคมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน โดยความคาดหวังของบุคคลรอบข้างจะส่งผลต่อบุคคลนั้น ๆ (Park et al., 2019) โดยคุณค่าทางสังคมนั้น อาจจะเป็นสถานะและความภาคภูมิใจในตนเองที่พวกเขาได้รับหรือได้จากความคิดเห็นของผู้อื่นที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมเดียวกัน ดังนั้นถ้าบุคคล ๆ หนึ่งอยู่รอบคนที่ชำระเงินผ่านมือถือ แล้วคนนั้นก็จะมีโอกาสในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการชำระเงินด้วยเงินสดสู่การชำระเงินด้วยมือถือเพื่อให้เหมือนกับคนรอบข้างได้เอง

นอกจากนี้ในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรนา รัฐบาลหลายแห่งทั่วโลกได้แนะนำและบังคับใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) การชำระเงินผ่านมือถือสามารถลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อจากเงินที่จับต้องได้ องค์การอนามัยโลกแนะนำให้ใช้เงินสดให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ (Brown, 2020) ดังนั้นธุรกรรมการชำระเงินผ่านมือถือก่อให้เกิดประโยชน์ด้านสุขภาพ โดยเป็นการลดการปนเปื้อนและการแพร่กระจายของไวรัสผ่านธนบัตร (Aji et al., 2020) การใช้งานง่ายโดยปราศจากความพยายามก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานได้เร็วขึ้น เมื่อผู้ใช้รู้สึกว่าการชำระเงินผ่านมือถือใช้งานง่ายและไม่ยากต่อการเรียนรู้ พวกเขาก็พร้อมที่จะยอมรับตัวเทคโนโลยี ตัวแปรความง่ายในการใช้งานที่รับรู้มานี้มาจากแบบจำลอง TAM (Davis, 1986) โดยปัจจัยนี้ถือว่าเป็นตัวทำนายที่นำเชื่อถือต่อของทัศนคติและความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ (Liébana-Cabanillas et al., 2021) มี

งานวิจัยเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนผลการศึกษามากมายของผลกระทบเชิงบวกของการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานต่อทัศนคติในการชำระเงินผ่านมือถือจำนวนมาก เช่น การศึกษาการชำระเงินผ่านมือถือโดยผ่าน QR code ของ Khumthinkaew and Parncharoen (2019) พบว่าความง่ายในการชำระเงินผ่านมือถือด้วย QR code นั้นมีผลต่อการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งานหรือแม้แต่การศึกษาในการใช้บริการโมบาย แบงก์กิ้ง “เอสซีบีอีซี” ของ ธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด ก็พบว่าการใช้งานง่ายเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้ายอมรับการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ (Karnate and Vannavanit, 2021) แต่อย่างไรก็ตามหลังจากที่โครงการคนละครึ่งได้ดำเนินการสำเร็จแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคก็หวังว่าจะเปลี่ยนไปโดยมีการชำระเงินผ่านมือถือมากขึ้น จากแนวคิด TAM ระบุว่าทัศนคติจะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้ใช้ และจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่แท้จริงของพวกเขา (Ajzen and Fishbein, 1980) เมื่อปัจเจกบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี พวกเขาจะมีความตั้งใจที่แน่วแน่ที่จะนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ และมีแนวโน้มที่จะใช้มันอย่างต่อเนื่องมากขึ้น ดังนั้นจึงมีเหตุผลที่เป็นไปได้ว่าเมื่อผู้ใช้งานมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่านมือถือแม้ว่ารัฐบาลไทยจะหยุดโครงการคนละครึ่งก็ตาม ผู้ใช้งานจะยังคงชำระเงินผ่านมือถือต่อไปและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงนำเสนอ 7 สมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ผลประโยชน์ด้านความสะดวกสบายส่งผลดีต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 2: ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่งผลดีต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 3: ประโยชน์ด้านความเพลิดเพลินส่งผลดีต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 4: ผลประโยชน์ทางสังคมส่งผลดีต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 5: ประโยชน์ด้านสุขภาพส่งผลในเชิงบวกต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 6: การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานส่งผลดีต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่ง

สมมติฐานที่ 7: ทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือในโครงการคนละครึ่งส่งผลดีต่อความตั้งใจที่จะยังคงชำระเงินผ่านมือถือในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและเคยชำระเงินผ่านระบบมือถือโดยต้องเข้าร่วมโครงการและการสุ่มตัวอย่าง

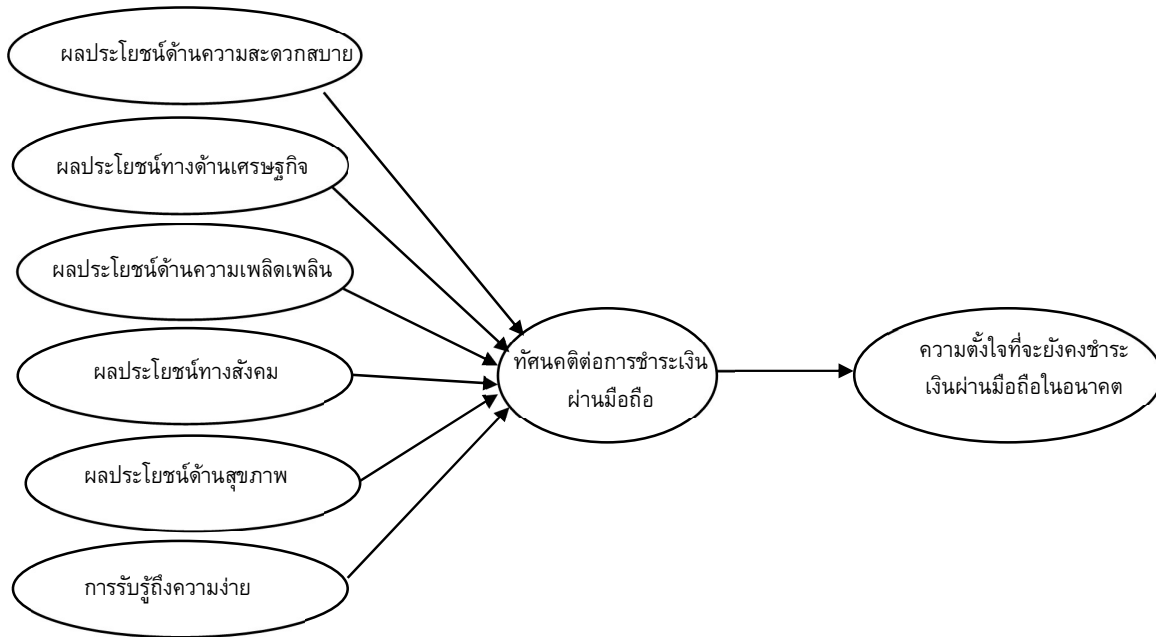
โครงการคนละครึ่งของรัฐบาล วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรของ Cochran (1997) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง โดยเป็นการกระจายแบบสอบถามไปยัง 524 ตัวอย่างเพื่อลดจำนวนแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบสมบูรณ์ ตัวอย่างที่ได้กลับมา 506 ตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยข้อคำถามในแบบสอบถามนำมาจากบททบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยด้านผลประโยชน์ด้านความสะดวกสบายใช้ 3 ข้อคำถามดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Lee (2009) ตัวอย่างคำถาม เช่น การชำระเงินผ่านโครงการคนละครึ่งช่วยให้ฉันประหยัดเวลาในการซื้อของ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจใช้ 3 ข้อคำถามดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Mimouni-Chaabane and Volle (2010) ตัวอย่างคำถาม เช่น การจ่ายเงินผ่านโครงการคนละครึ่งจะช่วยให้ฉันประหยัดเงินได้ ประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน ใช้ 3 ข้อคำถามดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Venkatesh et al (2011) ตัวอย่างเช่นฉันรู้สึกสนุกสนานเมื่อใช้จ่ายผ่านโครงการนี้ ปัจจัยผลประโยชน์ทางสังคมใช้ 3 ข้อคำถามดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Park et al. (2019) เช่น การเข้าร่วมโครงการนี้ทำให้ผู้อื่นประทับใจฉัน ปัจจัยด้านประโยชน์ต่อสุขภาพใช้ 4 ข้อคำถามดัดแปลงมาจากงานวิจัยของ Aji et al (2020) ตัวอย่างเช่น ฉันกังวลน้อยลงที่จะติดโควิดเพราะไม่ได้จับ

เงินสด ปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งานใช้ 5 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Kim et al (2010) ตัวอย่างเช่น การเรียนรู้การชำระเงินผ่านมือถือเป็นเรื่องง่ายสำหรับฉัน ปัจจัยด้านทัศนคติใช้ 3 ข้อคำถามดัดแปลงมาจาก Law et al (2016) ตัวอย่างเช่น การชำระสินค้าผ่านมือถือเป็นความคิดที่ดี ปัจจัยด้านความตั้งใจใช้งานต่อเนื่องวัดโดย

ใช้ 3 ข้อคำถามที่ดัดแปลงมาจาก Venkatesh et al (2011) ตัวอย่างเช่น ฉันจะพยายามจ่ายเงินผ่านมือถือในชีวิตประจำวัน โดยข้อคำถามใช้มาตราวัดแบบ Likert ตั้งแต่ 1 = 'ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง' ถึง 5 = 'เห็นด้วยอย่างยิ่ง' โดยข้อคำถามทั้งหมดเหล่านี้แสดงถึงตัวปัจจัยต่าง ๆ ที่อยู่ในโมเดลของงานวิจัยชิ้นนี้ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือผ่านโครงการคนละครึ่ง

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการทดสอบชุดตัวแปรแสดงในตารางที่ 1 โดยตัวแปรผลประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ ประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน ผลประโยชน์ทางสังคม ประโยชน์ด้านสุขภาพ และการรับรู้ถึงความง่าย พบว่าค่า Cronbach's Alpha ของชุดตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.749 – 0.946 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ 0.60 รวมไปถึงค่า Composite Reliability ซึ่งมีค่าตามเกณฑ์ที่ 0.70 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized estimates) แสดงในภาพที่ 2 พบว่าชุดตัวแปรมีค่าน้ำหนักอยู่ระหว่าง 0.71- 0.96 และสูงกว่า ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยสามารถบอกได้ว่าชุดตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อกันเพียงพอสำหรับนำมาสังเกตองค์ประกอบเพื่อใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

สังเกตและตัวแปรแฝงในความเชื่อมั่นระดับสูง ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับค่า Average Variance Extracted (AVE) ที่คำนวณได้สูงกว่าร้อยละ 50 ยืนยันว่าตัวแปรแฝงสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตต่าง ๆ ได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair et al., 2010)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structure Equation Modelling) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 506 คน โดยเป็นเพศชายจำนวน 275 คนคิดเป็นร้อยละ 54.3 จำนวนเพศหญิงจำนวน 231 คนคิดเป็นร้อยละ 45.7 และ

ส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 18-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.6 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทคิดเป็น 38.5 เปอร์เซ็นต์ มีรายได้ 10,000-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 51.4

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นในการบ่งชี้ตัวแปรงานวิจัย

ตัวแปรองค์ประกอบ	จำนวนตัวแปรสังเกต	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
ผลประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย	3	0.843	0.731	0.582
ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ	3	0.749	0.754	0.512
ประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน	3	0.946	0.834	0.642
ผลประโยชน์ทางสังคม	3	0.918	0.816	0.594
ประโยชน์ด้านสุขภาพ	4	0.919	0.875	0.610
การรับรู้ถึงความง่าย	5	0.929	0.928	0.685

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

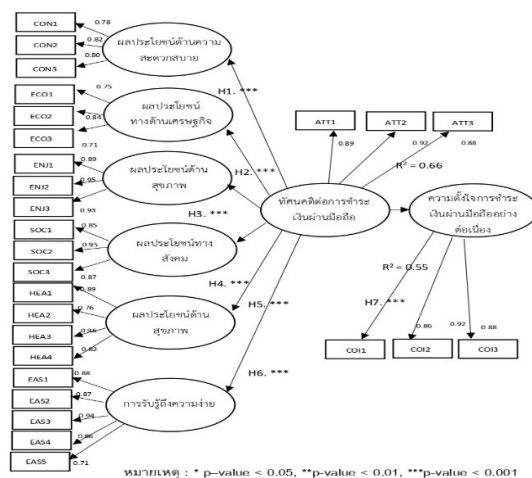
การทดสอบความกลมกลืน (Goodness-of-fit) ของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากการเก็บแบบสอบถาม จึงทำการปรับปรุงแบบจำลองด้วยการเพิ่ม

ความสัมพันธ์ระหว่างความแปรปรวนของ ค่าคลาดเคลื่อนจากการวัด (Measurement error) ของตัวแปรภายนอกและภายใน ทั้งนี้พบว่าค่าสถิติที่ใช้วัด ความกลมกลืนมีค่าภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ยกเว้นค่าไคสแควร์ (Chi-square) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเพื่อวัดความกลมกลืน (Goodness-of-fit)

ค่าสถิติเพื่อวัดความกลมกลืน	เงื่อนไข	ค่าที่ได้	ผลพิจารณา
1. χ^2	low χ^2 and not Sig	848.922 (p-value = 0.000)	x
2. χ^2 / df	≤ 3.00	2.811	✓
3. RMSEA	≤ 0.05	0.042	✓
4. SRMR	เข้าใกล้ 0.08	0.072	✓
5. Comparative Fit Index (CFI)	เข้าใกล้ 1	0.910	✓
6. Tucker Lewis Index (TLI)	เข้าใกล้ 1	0.950	✓

หมายเหตุ : χ^2 = Chi-square, RMSEA = root mean square error of approximation, SRMR = Standardized Root Mean Square Residual



ภาพที่ 2 : ผลการประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน

ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองโครงสร้างสมการที่ปรับปรุงแล้ว โดยการประเมินค่าความกลมกลืนระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness-of-fit) โดยใช้ค่า Chi-Square (χ^2) และค่า p-value พบว่าค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธ สมมติฐานหลักดังกล่าว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานหลักที่ว่า Covariance Matrix ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (S) เท่ากับ Covariance Matrix ของแบบจำลอง (Hair et al., 2010) อย่างไรก็ตามค่าสถิติ Chi-Square และค่า p-value เป็นค่าที่อ่อนไหวต่อขนาดจำนวนตัวอย่าง (Gefen, Rigdon and Straub, 2011; Tabachnick and Fidell, 2007) ดังนั้นจึงต้องพิจารณาค่าสถิติอื่น ๆ ประกอบด้วยจากข้อมูลในตารางที่ 2 พบว่าดัชนีวัดความกลมกลืน RMSEA, SRMR, CFI, และ TLI รวมทั้งค่าสถิติ Chi-ตารางที่ 3 สรุปผลสมมติฐาน

สมมติฐาน	Path Coefficients	β	P	R ²	ผลที่ได้
H1	Convenience → ATT	-0.023	0.350	0.66	ปฏิเสธ
H2	Economic Benefit → ATT	0.158***	>0.001		ยอมรับ
H3	Enjoyment → ATT	0.042***	0.026		ยอมรับ
H4	Social Benefit → ATT	0.017	0.769		ปฏิเสธ
H5	Health Benefit → ATT	0.226***	>0.001		ยอมรับ
H6	Ease of Use → ATT	0.816***	>0.001		ยอมรับ
H7	ATT → COI	0.722***	>0.001	0.55	ยอมรับ

หมายเหตุ : Convenience เป็นปัจจัยประโยชน์ด้านความสะดวกสบาย Economic Benefit เป็นปัจจัยผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ Enjoyment เป็นปัจจัยประโยชน์ด้านความเพลิดเพลิน Social Benefit เป็นปัจจัยผลประโยชน์ทางสังคม Health Benefit เป็นปัจจัย

ประโยชน์ด้านสุขภาพ Ease of Use เป็นปัจจัยการรับรู้ถึงความง่าย ATT เป็นปัจจัยด้านทัศนคติ COI เป็นปัจจัยความตั้งใจการชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผล

ในแง่ของการส่งเสริมทัศนคติในการชำระเงินผ่านมือถือของประชาชน การใช้งานง่ายถือเป็นผลกระทบสูงสุดต่อทัศนคติการชำระเงินผ่านมือถือภายใต้โครงการคนละครึ่งของรัฐบาล ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นว่าถ้าเทคโนโลยีนั้นง่ายต่อการนำมาใช้งาน ผู้บริโภคก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีนั้น (เช่น งานวิจัยของ Karlhate and Vannavanit, 2021) อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาไม่ได้ทำในบริบทที่มีสถานการณ์การระบาดของไวรัส และปัจจัยความง่ายเป็นแค่หนึ่งปัจจัยที่สำคัญ แต่งานวิจัยชิ้นนี้กลับชี้ให้เห็นว่า การรับรู้ถึงความง่ายของการชำระเงินผ่านมือถือเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุดและเป็นผลต่อการตัดสินใจของประชาชน ดังนั้นการที่รัฐบาลจะออกโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องออกแบบให้เรียบง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งานและเข้าถึงได้จากผู้บริโภคทุกกลุ่มประโยชน์ด้านสุขภาพและเศรษฐกิจได้รับการยืนยันในงานวิจัยชิ้นนี้ว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญและในเชิงบวกต่อทัศนคติในการชำระเงินผ่านมือถือ แม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่าสอดคล้องกับวรรณกรรมที่มีอยู่ (เช่น Wu et al., 2017; Aji et al., 2020) แต่การศึกษาการนำเทคโนโลยีมาใช้ในสถานการณ์โรคระบาดก็ยังมีจำนวนน้อย การชำระเงินออนไลน์ถือเป็นแนวทางที่จำเป็นและถูกเน้นในการลดการใช้เงินสดและป้องกันการแพร่กระจายของไวรัส ผู้บริโภคไม่เพียงได้รับประโยชน์ด้านสุขภาพ เท่านั้น แต่ยังได้รับการสนับสนุนทางการเงินผ่านโครงการคนละครึ่ง ที่รัฐบาลจะช่วยออกค่าใช้จ่ายครึ่งหนึ่งให้กับประชาชน ดังนั้นผลกระทบของการรับรู้ด้านสุขภาพและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อการยอมรับการชำระเงินผ่านมือถือดูเหมือนจะชัดเจนภายใต้การระบาดครั้งนี้

ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาจากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าประโยชน์ด้านความสะดวกสบายและผลประโยชน์ทางสังคมไม่มีผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อทัศนคติในการชำระเงินผ่านมือถือ ซึ่งตรงกันข้ามกับวรรณกรรมส่วนใหญ่ อย่างเช่น De Kerviler et al., 2016

ที่พบว่า ความสะดวกสบายและคุณค่าทางสังคมเป็นเหตุผลหลักในการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้งาน แต่ในสถานการณ์เช่นนี้ ที่มีการระบาดของไวรัส และโครงการที่ประชาชนเข้าร่วม กลุ่มตัวอย่างกลับไม่ได้ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย แต่อาจจะเป็นเพราะความจำเป็นที่จะต้องชำระเงินผ่านมือถือตามที่นโยบายของรัฐบาลกำหนดเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ด้านเศรษฐกิจที่รัฐบาลมอบให้ อย่างไรก็ตามผลของงานวิจัยชิ้นนี้พบว่า การมีทัศนคติที่ดีต่อการชำระเงินผ่านมือถือจะส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจที่จะใช้การชำระเงินผ่านมือถืออย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการยืนยันทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ และกรอบแนวคิด TAM ที่พยายามอธิบายว่าถ้าผู้ใช้งานมีทัศนคติที่ดีต่อตัวเทคโนโลยี ก็จะทำให้เกิดการต้องการใช้งานต่อเนื่องไปในอนาคต

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการชำระเงินผ่านมือถือภายใต้การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา โดยการวิจัยแบบบูรณาการระหว่าง Technology Acceptance Model (Davis, 1986) และ Mental Accounting Theory (Thaler, 1985) ซึ่งงานวิจัยได้นำทฤษฎีเหล่านี้มาประยุกต์และพัฒนาโมเดลเพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อการชำระเงินผ่านมือถือและปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคตินั้น ผลการวิจัยชิ้นนี้สามารถนำไปประยุกต์กับเทคโนโลยีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยไม่จำเป็นต้องเป็นการชำระเงินผ่านมือถือเพียงอย่างเดียว โดยชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีต่าง ๆ ควรได้รับการออกแบบให้ใช้งานง่ายต่อทุกกลุ่มผู้ใช้งาน เพราะจะส่งผลต่อทัศนคติของผู้ใช้งาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อผู้สูงอายุ เนื่องจากการใช้เทคโนโลยีถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งสำหรับผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มที่ไม่คุ้นชิน ดังนั้นการแนะนำเทคโนโลยีใหม่จึงไม่ควรซับซ้อน เข้าใจยาก โดยคุณสมบัติที่ใช้งานง่ายและความปลอดภัยสามารถช่วยลดพฤติกรรมต่อต้านและการปฏิเสธที่มีต่อการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้

นอกจากนี้การสื่อสารเกี่ยวกับประโยชน์ด้านสุขภาพจากการชำระเงินผ่านมือถือ เป็นอีกหนึ่งงานที่

สำคัญของหน่วยงานราชการ เอกชน การให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับโรคติดต่ออย่างเพียงพอ จะช่วยลดการใช้เงินสดและส่งเสริม “สังคมไร้เงินสด” ได้ มากไปกว่านั้น หากรัฐบาลสามารถบังคับให้เกิดการเว้นระยะทางสังคม (Social distancing) หรือให้มีพื้นที่ทางกายภาพระหว่างประชาชน โดยเฉพาะในช่วงที่มีการระบาดของไวรัสโคโรนา มาตรการที่ใช้เงินสดก็จะลดลง ดังนั้นสถานการณ์นี้อาจทำให้ประชาชนและธุรกิจต้องปรับตัวกับ ชีวิตวิถีใหม่ (New normal) เพื่อให้ผู้คนคุ้นชินกับการใช้โหมดการชำระเงินแบบไม่ต้องสัมผัส โดยผ่านโทรศัพท์มือถือ เช่น คิวอาร์โค้ด บัตรเครดิต และสแกนชำระเงิน นอกจากนี้ ธุรกรรมทางการเงินแล้วในอนาคต อาจเห็นธุรกิจจำนวนมากปฏิบัติตามแนวทางในการลดการสัมผัสขึ้นเรื่อยๆ สำหรับผู้กำหนดนโยบาย ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจะต้องตัดสินใจควบคู่ไปกับการลงทุนด้านเทคโนโลยี แน่นอนว่าการชำระเงินร่วมระหว่างประชาชน กับรัฐบาลจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดการชำระเงินผ่านมือถือ แต่ทางภาครัฐจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับกลับมาว่าคุ้มค่าหรือไม่

นอกจากนี้ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการวางแผนระยะยาวควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมโดยมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระดับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นในด้านการลดงานด้านเอกสาร เวลา และการประหยัดต้นทุนในการทำธุรกรรม ซึ่งสามารถสร้างเงื่อนไขสถานการณ์ที่ยอมรับเฉพาะการชำระเงินออนไลน์สำหรับสินค้าและบริการได้ การมีทัศนคติที่ดีนั้นสามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค และเกิดเป็นพฤติกรรมที่ทำให้เป็นนิสัย สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระยะยาวและเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดบางประการ ประการแรก งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาทัศนคติ

การชำระเงินผ่านมือถือในประเทศไทยในกรณีของผู้เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง ดังนั้นผลการศึกษาอาจจะแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการของรัฐ หรือแตกต่างจากประชากรในประเทศอื่น ๆ ที่มีลักษณะความแตกต่างทางวัฒนธรรมดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาในอนาคตในสภาพแวดล้อมของบริบทโครงการหรือประเทศที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นไปที่ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ที่รับรู้ของเทคโนโลยีและโครงการของรัฐบาลเป็นหลัก การวิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ ที่พบว่ามีนัยสำคัญในการนำเทคโนโลยีอื่นๆ เช่น ลักษณะบุคลิกภาพ นวัตกรรมส่วนบุคคล และทักษะการใช้อุปกรณ์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค ควรทำการศึกษาในวิจัยอื่น ๆ ในอนาคต อีกหนึ่งข้อจำกัดคือ งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติในการชำระเงินด้วยมือถือ โดยไม่ได้ศึกษาถึงปัญหาในขณะการชำระเงินผ่านมือถือผ่านโครงการคนละครึ่ง ดังนั้นวิจัยในอนาคตควรศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค ความโปร่งใสในการทำธุรกรรม และการฉ้อโกงของผู้เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น การแสวงงเงินสิทธิเป็นเงินสด การฉวยโอกาสขึ้นราคาขายสินค้าสูงเกินจริง เพื่อป้องกันกิจกรรมที่ผิดกฎหมายที่อาจเกิดขึ้น เพราะปัจจัยเหล่านี้ก็อาจจะนำไปสู่ทัศนคติเชิงบวกหรือลบต่อการชำระเงินผ่านมือถือ รวมไปถึงต่อการนำเทคโนโลยีอื่น ๆ มาใช้ของประชาชน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และขอบคุณ Mr.Gerald Lim ที่ช่วยให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยชิ้นนี้

References

- Aji, H.M., Berakon, I. & Husin, M.M. (2020). COVID-19 and E-wallet Usage Intention: A Multigroup Analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*. 7(1), 1804181. DOI:10.1080/23311975.2020.1804181.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior, Prentice Hall. New Jersey: Englewood Cliffs.
- Apptopia. (2021). Number of Mobile App Downloads in 2021/2022: Statistics, Current Trends, and Predictions. Accessed 25 March 2021, Available at: <https://financesonline.com/number-of-mobile-app-downloads/>
- Bangkokbiznews. (2021). The Co-payment Project, Phase 3', What Day will the Money go to the 'Pao Tang' App? Check Now, Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/944999>. [in Thai].
- Brown, D. (2020). Can Cash Carry Coronavirus? World Health Organization Says Use Digital Payments when Possible. Retrieved from <https://www.usatoday.com/story/money/2020/03/06/coronavirus-covid-19-concerns-over-using-cash/4973975002/>
- Cochran, W.G. (1997). Sampling Techniques. New York: Wiley.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Mis Quarterly*. 13(4), 319-340. DOI:10.2307/249008.
- De Kerviler, G., Demoulin, N.T. & Zidda, P. (2016). Adoption of in-store mobile payment: Are perceived risk and convenience the only drivers?. *Journal of retailing and consumer services*. 31, 334-344. DOI:10.1016/j.jretconser.2016.04.011.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Massachusetts: Addison-Wesley, Reading, DOI:10.2307/2065853.
- Fiscal Policy Office. (2021). Progress of the project Co-payment. Retrieved from <https://www.คณคลังร้ง.com/assets/download/ข่าวแถลงกระทรวงการคลังฉบับที่%20153-2564.pdf> [in Thai].
- Gan, C. & Wang, W. (2017). The Influence of Perceived Value on Purchase Intention in Social Commerce Context, *Internet Research*. 27(4), 772-785. DOI:10.1108/intr-06-2016-0164.
- Gefen, D., Rigdon, E. & Straub, D. (2011). An Update and Extension to SEM Guidelines for Administrative and Social Science Research. Editorial comment, *Mis Quarterly*. 35 (2), 1-7. DOI:10.2307/23044042.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Jaziri, R. & Miralam, M. (2019). Modelling the Crowdfunding Technology Adoption among Novice Entrepreneurs: an Extended TAM Model. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 7(1), 353. DOI: [doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1\(26\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.1(26)).
- Karlinate, T. & Vannavanit, Y. (2021). A Technology Acceptance Model and Trust As Influencers of "SCB Easy" Usage. *Journal of Suvamabhum Institute of Technology*

- (Humanities and Social Sciences). 7(1), 374-389. [in Thai].
- Khumthinkaew, C. & Parncharoen, C. (2019). Personal Characteristics and Technology Acceptance Towards Payment via QR Code System of Consumers in Bangkok. *Suthiparithat*. 33(106), 58-69 [in Thai].
- Lee, M.C. (2009). Factors Influencing the Adoption of Internet Banking: An Integration of TAM and TPB with Perceived Risk and Perceived Benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*. 8(3), 130-141. DOI:10.1016/j.elerap.2008.11.006
- Liébana-Cabanillas, F., García-Maroto, I., Muñoz-Leiva, F. and Ramos-De-Luna, I. (2020). Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: The case of Apple Pay. *Sustainability*. 12(13), 5443. DOI:10.3390/su12135443
- Park, J., Ahn, J., Thavisay, T. & Ren, T. (2019). Examining the Role of Anxiety and Social Influence in Multi-Benefits of Mobile Payment Service. *Journal of retailing and consumer services*. 47, 140-149. DOI:10.1016/j.jretconser.2018.11.015
- Poompruk, C. & Erb-im, N. (2021). Marketing Automation: The Business Success Tool for Digital Marketers. *Journal of Management Science Review*. 23(1), 221-230. [in Thai].
- PWC. (2019). It's Time for a Consumer-Centred Metric: Introducing Return on Experience. Retrieved from: <https://www.pwc.com/mx/es/publicaciones/archivo/2019/03/20190322-pwc-mx-global-consumer-insights-survey-2019.pdf>.
- Statista. (2020). Number of Smartphone Users in Thailand from 2017 to 2019 with a Forecast for 2020 to 2025 (in millions). Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/467191/forecast-of-smartphone-users-in-Thailand/>.
- Saipheth, K. (2021). The Coronavirus Disease 2019 (Covid-19) and Economic Adaptation Opportunities of the Hotel Industry of Thailand. *Journal of Management Science Review*. 23(1), 207-220. [in Thai].
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Thaler, R. (1985). Mental Accounting and Consumer Choice. *Marketing Science*. 4(3), 199-214. DOI:10.3386/w18248
- Venkatesh, V., Thong, J.Y., Chan, F.K., Hu, P.J.H. & Brown, S.A. (2011). Extending the Two-stage Information Systems Continuance Model: Incorporating UTAUT Predictors and the Role of Context. *Information Systems Journal*. 21(6), 527-555. DOI:10.1111/j.1365-2575.2011.00373.x.
- Wu, J., Liu, L. & Huang, L. (2017). Consumer Acceptance of Mobile Payment Across Time. *Industrial Management & Data Systems*. 117(8), 1761-1776. DOI:10.1108/imds-08-2016-0312.

การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์
มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0

Service Quality Improvement in Kuakarun Nursing Library,
Navamindradhiraj University in 4.0 Era

นรภัทร จินาห้อง^{1*}

Norabhat Chinahong

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า²

Manassinee Boonmeesrisa-nga

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0 โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่สมาชิกห้องสมุดกลางมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวน 350 คน และใช้แนวคิดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) มาใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 8 คน ได้แก่หัวหน้าฝ่ายบริการทางการศึกษา บรรณารักษ์ นักวิชาการศึกษา นักจัดการงานทั่วไป นักวิเทศสัมพันธ์ และเจ้าพนักงานห้องสมุด และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์มีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับสูง ทุกด้านและความพึงพอใจที่ได้รับโดยรวมอยู่ในระดับที่สูงทุกด้าน จำแนกตามรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนแนวทางปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0 สามารถแบ่งได้ 3 ระยะ ระยะที่ 1 เป็นระยะการวางแผน ประกอบด้วยแผนงาน โครงการ งบประมาณ การดำเนินงาน และการประเมินผล ตลอดจนการพัฒนาในด้านพื้นที่ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านเทคโนโลยี และด้านบุคลากร ระยะที่ 2 เป็นระยะดำเนินงานระยะสั้น และระยะที่ 3 เป็นระยะดำเนินงานระยะยาว

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ห้องสมุด ยุค 4.0 คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์

¹ ผู้นิพนธ์ประสานงาน คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

อีเมล: nung.nj@gmail.com; norabhat@nmu.ac.th

Corresponding Author, Kuakarun Faculty of Nursing, Navamindradhiraj University, E – mail: nung.nj@gmail.com; norabhat@nmu.ac.th

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science, Silpakorn University

วันที่รับบทความ (Received date): 17 January 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 17 May 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 30 June 2021

ABSTRACT

This research aims to improve the quality of library services in Kuakarun Faculty of Nursing, Navamindradhiraj University 4.0 Era. This study employed mixed methods of research between the quantitative research method and the qualitative research method. The samples for quantitative research was 350 of members of the Central Library of Navamindradhiraj University and used the concept of service quality (SERVQUAL) to collect data through questionnaires. And a group of 8 key informants in qualitative research methods, namely head of educational services, librarian, academic educators, General Administration Officer, Foreign Relations Officer and Library Service Officer, on focus group discussion.

The results of the research were as follows: Library users had high overall expectations in all aspects and overall satisfaction in all respects. It was found that the satisfaction with the reliability was at the highest level. Followed by the care, the users response, the creation of confidence And physical appearance respectively. Guidelines for improve the quality of library services, Kuakarun Faculty of Nursing Navamindradhiraj University 4.0 Era can be divided into 3 phases. The first Phase is the planning phase. It consists of a project plan, an operating budget, and an evaluation. As well as the development of the service area, public relations, technology and personnel. The second Phase is a short term operation and the third phase is a long term operation.

Keyword: Quality Service Library, 4.0 Era, Kuakarun Faculty of Nursing

บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศและข้อมูลในยุค 4.0 เป็นการผสมผสานกันระหว่างเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ และมีความเป็นพลวัตสูง มีการรับส่งข้อมูลข่าวสารกันอยู่ตลอดเวลา (Real-time) ทำให้สถาบันบริการสารสนเทศจะต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ตลอดจนผู้บริหารและผู้ให้บริการสารสนเทศจะต้องพัฒนาตนเองและพัฒนาสถาบันบริการสารสนเทศให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อตอบสนองต่อความต้องการรู้สารสนเทศ (Information Literacy) เนื่องจากการรู้สารสนเทศต้องบูรณาการความรู้และทักษะหลายด้าน เช่น ทักษะแบบดั้งเดิม คือการอ่านออกเขียนได้ (Traditional Literacy) การรู้คอมพิวเตอร์ขั้นพื้นฐาน (Computer Literacy) การคำนวณ (Numerical Literacy) การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) การรู้เรื่องเครือข่าย (Network Literacy) การรู้เรื่องทัศนภาพ (Visual Literacy) การรู้วัฒนธรรม (Cultural Literacy) และการสอน

เรื่องห้องสมุด (Library Instruction) (Sacchanand, 2013, April 2)

ห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้เป็นสถาบันบริการสารสนเทศประเภทหนึ่งเน้นให้บริการสารสนเทศเฉพาะสาขาวิชาแพทยศาสตร์และการพยาบาล และยังให้บริการสารสนเทศประเภทอื่นนอกเหนือจากสาขาวิชาดังกล่าว ห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้เป็นส่วนงานของคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช มีภารกิจให้บริการทางการศึกษา ช่วยผลิตบัณฑิต มหาบัณฑิต สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ แต่เดิมนั้น คือวิทยาลัยพยาบาลเพื่อการรู้ สำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร ถูกยกฐานะขึ้นเป็นส่วนงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2553 และพระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 ปัจจุบันห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อ

การณีย์ ต้องปรับปรุงคุณภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับยุค 4.0 ด้านกายภาพ ด้านการให้บริการ ด้านความเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และด้านการเข้าอกเข้าใจผู้ใช้บริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการให้บริการของห้องสมุดยุค 4.0 แต่ทั้งนี้เราไม่อาจรับรู้ความต้องการและคาดหวังของผู้ใช้บริการได้จึงจำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์ความต้องการถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของผู้ใช้บริการ เพื่อนำผลการศึกษามาค้นหาแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ เพื่อให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ชัดว่าห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศมีความตั้งใจจริงที่จะรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ตลอดจนแนวทางแก้ปัญหาและปรับปรุงการให้บริการจะดำเนินการอย่างไร ด้วยวิธีอะไร แบบไหน ใช้เวลานานเท่าไร จึงเป็นที่มาของงานวิจัยนี้เพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างแท้จริง และปัจจุบันเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ห้องสมุดจึงต้องตระหนักถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ทำให้บทบาทของผู้ให้บริการเปลี่ยนแปลงไป เกิดการส่งเสริมความตระหนักด้านสาธารณสุขเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เช่น คำแนะนำทั่วไปเกี่ยวกับการใช้หน้ากากอนามัย การล้างมือ และการใช้นายาฆ่าเชื้อ เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของไวรัสและลดความเสี่ยงของโรคนี้ได้มีสิ่งสำคัญที่ควรปฏิบัติด้วยกัน 3 ประการ คือ การรักษาระยะห่างทางสังคม การใช้มาตรการกักกัน และการหลีกเลี่ยงการให้คำแนะนำข้อมูลที่ผิด (Ali & Gatiti, 2020)

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศ ยุค 4.0

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยนี้จะเน้นเรื่องคุณภาพการบริการ โดยที่ เอ พาราซูราแมน, วาลารี เอ ซายทามล, และ ลีโอ นาร์ต แอล แบร์รี่ (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A.,

and Berry, L. L., 1985) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการ คือ ความสอดคล้องกันของความต้องการ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือกระบวนการคุณภาพ (Process Quality) คือส่วนที่ลูกค้าจะพิจารณาระหว่างได้รับบริการ และผลลัพธ์ของคุณภาพ (Output Quality) เป็นส่วนที่ลูกค้าจะพิจารณาหลังจากได้รับบริการ ซึ่งคุณภาพบริการจะเกิดจากการประเมินการบริการหลังจากการได้รับบริการเทียบกับความคาดหวังในการให้บริการของลูกค้า งานวิจัยนี้ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL Model) เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้ได้หลากหลายอุตสาหกรรม และเป็นเครื่องมือที่สามารถวัดได้หลายสัดส่วน (Multiple Scale) สำหรับการวัดการรับรู้ของลูกค้า มีทั้งหมด 10 ปัจจัย ต่อมาลดลงเหลือ 5 ปัจจัยหรือมิติ คือ RATER ประกอบด้วย Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy และ Responsiveness (Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L., 1988) นิยมนำไปใช้ในอุตสาหกรรมบริการเพื่อวัดและบริหารจัดการคุณภาพการบริการ สามารถนำมาปรับใช้กับแบบสอบถามได้เพื่อ 1) วัดความคาดหวังของลูกค้า 2) วัดสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการบริการแล้ว และแนวคิดช่องว่าง 5 ช่อง เป็นสิ่งที่ต้องค้นหาเพื่อที่จะตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า แนวคิดช่องว่าง (Gap Model) ถูกคิดค้นครั้งแรกโดย A. Parasuraman, Valarie Zeithaml และ Leonard L. Berry ในปี 1985 มีรายละเอียด ดังนี้ ช่องว่างที่ 1 (Gap 1) ระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการรับรู้ของผู้ให้บริการ เป็นช่องว่างอันเกิดจากการที่ผู้ให้บริการไม่ทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการ อาจเกิดจากการไม่เคยสำรวจความต้องการหรือการวิจัยตลาด หรือให้บริการโดยไม่ได้นำถึงความต้องการของผู้บริการอันดับแรก ช่องว่างที่ 2 (Gap 2) ระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการกับมาตรฐานกำหนดคุณภาพการบริการ เกิดจากผู้ให้บริการไม่มีมาตรฐานแน่นอนชัดเจนทำให้การบริการที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งไม่ถูกต้องไม่ได้มาตรฐาน แม้ว่ามีข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้ใช้บริการถูกต้องแล้ว แต่ปัญหาก็อาจจะตามมาอีกได้เนื่องจากความไม่ชัดเจนในการให้บริการ ช่องว่างที่ 3 (Gap 3) ระหว่างมาตรฐานกำหนดคุณภาพกับการส่งมอบการบริการ คือ

ช่องว่างที่เกิดจากผู้ให้บริการไม่ถูกต้อง ถึงแม้จะมีมาตรฐานกำหนดคุณภาพแล้ว ช่องว่างนี้อาจเกิดขึ้นได้ เนื่องจากการฝึกอบรมการให้บริการยังไม่เพียงพอ ผู้ให้บริการไม่มีการประสานงานกัน เป็นต้น ช่องว่างที่ 4 (Gap 4) ระหว่างการส่งมอบการบริการและสื่อสาร เกิดจากการสื่อสารของผู้ให้บริการที่อาจจะสร้างความคาดหวังให้กับผู้ใช้บริการ แต่ผู้ให้บริการกลับไม่สามารถส่งมอบบริการได้ตามที่ตกลงหรือตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการได้ ช่องว่างที่ 5 (Gap 5) ระหว่างการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับรู้ถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ เกิดจากผู้ให้บริการได้รับการบริการที่มีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการ อาจจะเป็นไปได้ว่าคุณภาพการให้บริการต่ำจนเกิดความไม่พอใจ หรือผู้ใช้บริการมีความคาดหวังสูงเกินจนผู้ให้บริการไม่สามารถให้บริการได้

นวัตกรรมบริการ

Schumpeter (1934) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม ออกเป็น 4 ประเภท (4Ps of innovations)

- 1) Product innovation การเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กร เช่น การพัฒนาคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กให้มีประสิทธิภาพรวดเร็วขึ้น
- 2) Process innovation การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด
- 3) Position innovation การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการหรือเปลี่ยนตำแหน่งนวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้รับรู้ใหม่ สินค้าบางอย่างเมื่ออยู่ในตำแหน่งใหม่ สามารถครองใจคนรุ่นใหม่ได้อย่างง่ายดาย
- 4) Paradigm innovation การผลักดันให้เกิดวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงความคิดริเริ่ม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

นวัตกรรมบริการ มีความหมายว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึงการทำความเข้าใจผลของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการ (Change Process) หรือกระบวนการของตัวเอง (Possessive) ด้วยเช่นสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นจากสิ่งที่ไม่มีตัวตนเกิดขึ้นในขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการและผู้ให้บริการ โดยบูรณาการความแตกต่างจากปัจจัย

ภายนอกให้เข้ากับลักษณะของปัจจัยภายในที่มีความแตกต่างตามลักษณะ และระดับของคนในองค์กร

จะได้นิยามนวัตกรรมบริการเป็นข้อสรุปใหม่เกี่ยวกับการให้บริการสำหรับธุรกิจในอนาคต การสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าในเรื่องระบบการส่งมอบการบริการที่จะแสดงความคิดเห็นว่านวัตกรรมบริการหมายถึงการพัฒนาที่สัมฤทธิ์ผลของการบริการใหม่หรือสินค้าใหม่รวมถึงกิจกรรมที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทุกระดับที่ต้องอยู่ภายใต้การแก้ไขและพัฒนา ดังนั้น จะเห็นได้ว่า นวัตกรรมบริการ คือ การยกระดับประสิทธิภาพไปพร้อมกับการเพิ่มประสิทธิภาพ ของการให้บริการและการสร้างมูลค่าเพิ่ม นวัตกรรมบริการหมายถึงความคิดสร้างสรรค์ ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่มีอย่างหลากหลายด้วยการบูรณาการการบริหารจัดการองค์การ รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของการบริการให้ดียิ่งขึ้น

Tajedini and Etc. (2020) ศึกษาเรื่องการทำอย่างไรให้สามารถเพิ่มผู้ใช้บริการที่ภักดีสำหรับห้องสมุดสาธารณะ งานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาแบบทฤษฎีฐานราก เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ข้อมูลหลัก จำนวน 24 ราย เนื่องจากความสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความภักดีและเกิดการใช้บริการซ้ำทำให้ห้องสมุด หรือสถาบันบริการสารสนเทศมีคุณค่าและสามารถดำเนินงานต่อไปได้ ความภักดีในการให้บริการมีความสำคัญมากกับองค์กร โดยเฉพาะในองค์กรธุรกิจสามารถใช้ความภักดีของผู้ค้าหรือผู้ใช้บริการสร้างกำไรได้ หรือแม้แต่องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ก็ทำให้ได้รับงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อการบริการที่ดีต่อไป สำหรับผลสรุปในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการ คือ ห้องสมุดสาธารณะต้อง มีการบริหารจัดการพื้นที่ให้เหมาะสมสวยงาม มีการบริการจัดการทรัพยากรสารสนเทศที่ดี ข้อมูลมีความทันสมัยมีคุณภาพ และผู้ให้บริการต้องอบรมผู้ใช้บริการให้ความรู้ด้านเทคนิคสำหรับการเข้าใช้งานทรัพยากรสารสนเทศ มีการบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลให้เป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ ความมุ่งมั่น ทักษะการทำงาน การปฏิสัมพันธ์

ตลอดจนต้องมีการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ แล้วเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติเพื่อคุณภาพการให้บริการจนเกิดความภาคภูมิใจและใช้บริการซ้ำ

ประเทศไทย 4.0

รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย "ไทยแลนด์ 4.0" เพื่อให้สามารถนำความรู้ใหม่ และนวัตกรรมมาพัฒนาระบบอุตสาหกรรม ให้สามารถผลิตสินค้า บริการที่มีคุณภาพ และใช้เวลาที่น้อยลง สินค้าและบริการสามารถแข่งขันกับนานาอารยประเทศได้ (The Secretariat of The House of Representatives, 2016) ยุค 4.0 มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วอันเกิดจากเทคโนโลยีและสารสนเทศอันมีพลวัตสูงในหลากหลายมิติ ในขณะที่ประเทศไทยกำลังเดินหน้าสู่ยุค 4.0 องค์ความรู้และนวัตกรรมต่าง ๆ ทั่วโลกก็ถูกพัฒนาให้ล้ำหน้าขึ้นไปเรื่อย ๆ เช่นกัน โดยอาศัยความรู้ เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ในการตอบโจทย์ความต้องการและมอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้คนยุคนี้ (Knowledge Management and Development Office, 2017)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) แบ่งออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1. กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้วิจัย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 340 คน โดยเลือกสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) คำนวณได้จากสมาชิกหอสมุดกลางมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ประกอบด้วย อาจารย์ บุคลากร นักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ นักศึกษาคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสุโขทัย นักศึกษาวิทยาลัยพัฒนามหานคร นักศึกษาวิทยาลัยพัฒนาชุมชนเมืองจำนวน 2,269 คน โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1967, p.876) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 และผู้ศึกษาวิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 350 ซึ่งไม่น้อยกว่า 340 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ และแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ประเภทของผู้ใช้บริการ จำนวนครั้งในการเข้าโดยเฉลี่ย ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ และจุดประสงค์การเข้าใช้บริการ ข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการห้องสมุด คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำนวน 21 ข้อ ถามด้านความคาดหวัง และสิ่งที่ได้รับการใช้บริการ ข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มาก มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่อยากให้มีเพิ่มเติมในห้องสมุด คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช เป็นแบบเลือกตอบ ใช่/ไม่จำเป็น จำนวน 15 ข้อคำถาม และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับห้องสมุดในยุค 4.0 (เป็นคำถามปลายเปิด)

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้ศึกษาวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการห้องสมุด มีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ราย ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ในแต่ละข้อ มีค่าระหว่าง 0.06 – 1.00 และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับผู้ให้บริการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.988 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ปรากฏว่าแบบสอบถามในส่วนของความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.984 และในส่วนของการรับรู้บริการนั้นมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.982 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลต่อไปได้

4. การรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลแบบออนไลน์ผ่านทางเพจเฟซบุ๊กองค์การนักศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช และสโมสรนักศึกษา คณะ

พยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2563 – 31 มกราคม 2564

5. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS) เพื่อหาความถี่ ร้อยละ สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และสิ่งที่อยากให้มีเพิ่มเติมในห้องสมุด และวิเคราะห์ Paired t-Test ระหว่างความคาดหวังและสิ่งที่ได้รับจากการใช้บริการ

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาแนวทางปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ยุค 4.0 ซึ่งดำเนินตามขั้นตอนดังนี้

1. การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักจากผู้ปฏิบัติงานและผู้ที่เคยปฏิบัติงานในห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ โดยมีแนวสนทนาคือ แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ยุค 4.0 เราจะมีวิธีการจัดการกับความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างไร และเราจะปรับปรุงการให้บริการได้อย่างไร ตลอดจนนำข้อมูลเชิงปริมาณมาเป็นประเด็นในการสนทนา

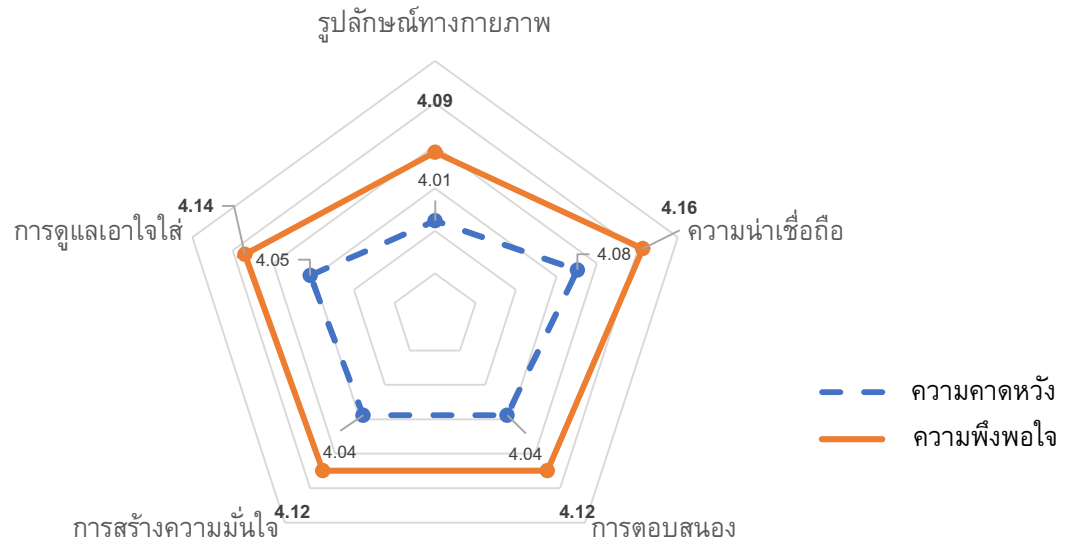
2. จัดสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 8 คน ประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายบริการทางการศึกษา 1 คน บรรณารักษ์ปฏิบัติการ 1 คน นักวิชาการศึกษาปฏิบัติการ 2 คน นักจัดการงานทั่วไปปฏิบัติการ 2 คน นักพิเศษสัมพันธ์ปฏิบัติการ 1 คน เจ้าหน้าที่งานห้องสมุดปฏิบัติงาน 1 ผู้ศึกษาวิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Moderator) และมีผู้ช่วย 1 คน สำหรับจดบันทึกและถ่ายภาพ ณ ห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2564 เวลา 14.00 น. เป็นต้นไป

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 คน ส่วนใหญ่พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 296 คน (ร้อยละ 84.6) และเป็นนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์เพื่อการรู้ 271 คน (ร้อยละ 77.4) การเข้าใช้งานโดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง 233 คน (ร้อยละ 66.6) โดยอยู่ในช่วงเวลา 14.00-17.00 น. 125 คน (ร้อยละ 35.7) โดยมีจุดประสงค์หลักในการเข้าห้องสมุด คือ การยืมหนังสือ จำนวน 153 คน (ร้อยละ 43.7)

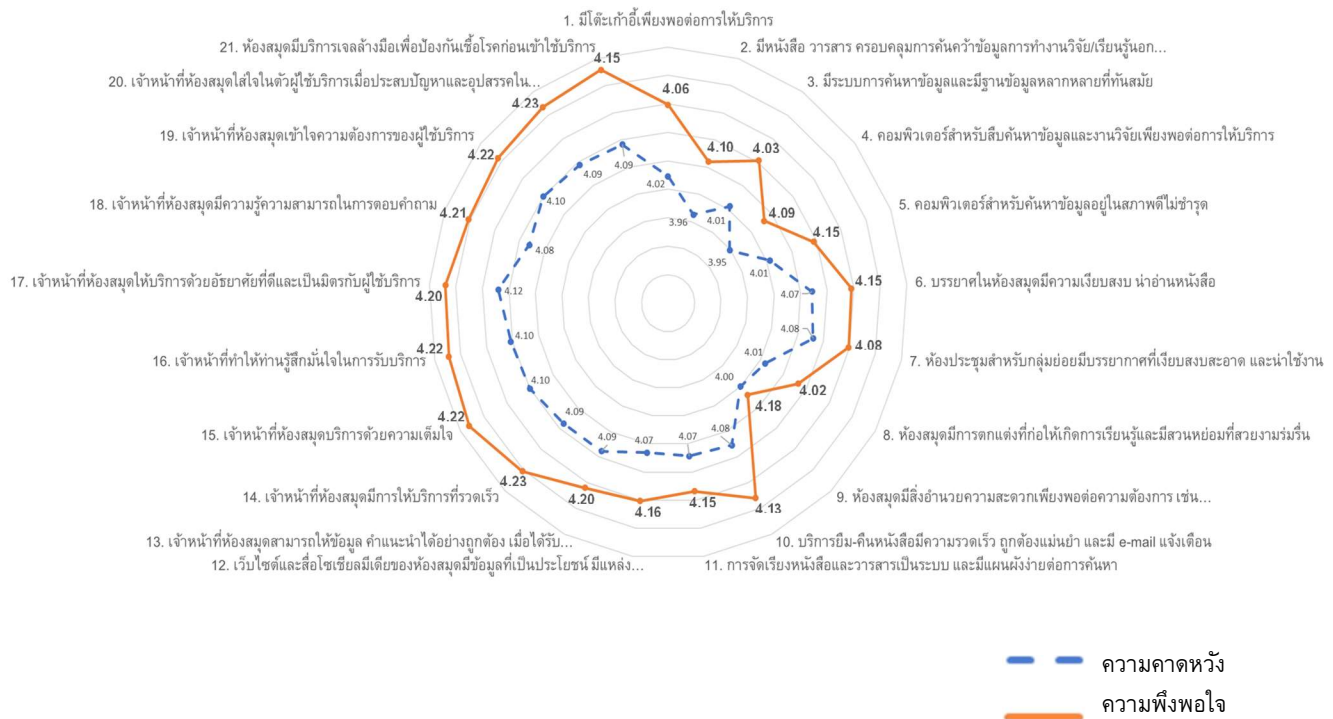
1.2 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.05$) เมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับปรากฏว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่ำกว่าความพึงพอใจ ดังภาพที่ 1 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังในมิติความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.08$) มากที่สุด รองลงมาคือ ความคาดหวังในมิติการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.05$) ความคาดหวังในมิติการตอบสนองอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.04$) ความคาดหวังในมิติการสร้างความมั่นใจอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.04$) และความคาดหวังในมิติรูปลักษณ์ทางกายภาพอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.01$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อในมิติความน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ห้องสมุดสามารถให้ข้อมูล คำแนะนำได้อย่างถูกต้องอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.09$) มิติการดูแลเอาใจใส่ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ห้องสมุดใส่ใจในตัวผู้ให้บริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.09$) มิติการตอบสนอง พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ห้องสมุดบริการด้วยความเต็มใจอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.10$) มิติการสร้างความมั่นใจ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าเจ้าหน้าที่ห้องสมุดให้บริการด้วยอัธยาศัยดีและเป็นมิตรกับผู้ให้บริการอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.12$) มิติรูปลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าห้องประชุมสำหรับกลุ่มย่อยมีบรรยากาศที่เงียบสงบ สะอาดและน่าใช้งานอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.08$) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 1 แผนภูมิเรดาร์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ผู้ให้บริการได้รับ

1.3 ความพึงพอใจที่ผู้ให้บริการได้รับโดยรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับปรากฏว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง ดังภาพที่ 1 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในมิติความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.16$) มากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจในมิติการดูแลเอาใจใส่อยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.14$) ความพึงพอใจในมิติการตอบสนองอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.12$) ความพึงพอใจในมิติการสร้างความมั่นใจอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.12$) และความพึงพอใจในมิติรูปลักษณ์ทางกายภาพอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.09$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายข้อในมิติความน่าเชื่อถือพบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจที่บริการยืม-คืนหนังสือมีความรวดเร็ว

ถูกต้องแม่นยำ และมี email แจ้งเตือนอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.18$) มิติการดูแลเอาใจใส่ พบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจที่ห้องสมุดมีบริการเจลล้างมือเพื่อป้องกันเชื้อโรคก่อนเข้าใช้บริการอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.23$) มิติการตอบสนอง พบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ห้องสมุดบริการด้วยความเต็มใจอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{x} = 4.23$) มิติการสร้างความมั่นใจ พบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจที่เจ้าหน้าที่ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการอยู่ในระดับที่สูงมาก ($\bar{x} = 4.22$) มิติรูปลักษณ์ทางกายภาพ พบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจที่มีโต๊ะเก้าอี้เพียงพอต่อการให้บริการและห้องประชุมสำหรับกลุ่มย่อยมีบรรยากาศที่เงียบสงบสะอาดและนำใช้งานอยู่ในระดับสูง ($\bar{x} = 4.15$) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนภูมิเรดาร์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการได้รับ รายข้อ 21 ข้อ

1.4 การทดสอบทางสถิติ Paired t-Test ปรากฏว่า ส่วนใหญ่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ มีเพียง 5 ข้อคำถามเท่านั้นที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับค่าความคาดหวังและความพึงพอใจ ได้แก่ ข้อคำถามข้อ 7 ห้องประชุมสำหรับกลุ่มย่อยมีบรรยากาศที่เงียบสงบสะอาดและนำใช้งาน ข้อคำถามข้อ 8 หอสมุดมีการตกแต่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และมีสวนหย่อมที่สวยงามร่มรื่น ข้อคำถามข้อ 9 หอสมุดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความต้องการ เช่น...

ต่อความต้องการ เช่น คอมพิวเตอร์, ปลั๊กไฟ, ปากกาและกระดาษโน้ตสำหรับจด, น้ำดื่ม, สัญญาณอินเทอร์เน็ต ข้อคำถามข้อ 11 การจัดเรียงหนังสือและวารสารเป็นระบบและมีแผนผังง่ายต่อการค้นหา ข้อคำถามข้อ 13 เจ้าหน้าที่หอสมุดสามารถให้ข้อมูลคำแนะนำได้อย่างถูกต้อง ส่วนข้ออื่น ๆ ต้องปรับปรุงต่อไป ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบทางสถิติแบบ Paired t-Test

NO.	SERVQUAL Question	Mean difference MDI	P-value
1	มีโต๊ะเก้าอี้เพียงพอต่อการให้บริการ	.12571	.001
2	มีหนังสือ วารสาร ครอบคลุม การค้นคว้าข้อมูลการทำงาน วิจัย/เรียนรู้ นอกห้องเรียน	.09714	.026
3	มีระบบการค้นหาข้อมูลและมีฐานข้อมูลหลากหลายที่ทันสมัย	.09714	.018
4	คอมพิวเตอร์สำหรับสืบค้นหาข้อมูลและงานวิจัยเพียงพอต่อการให้บริการ	.08286	.039

NO.	SERVQUAL Question	N = 350	
		Mean difference MD	P-value
5	คอมพิวเตอร์สำหรับค้นหาข้อมูลอยู่ในสภาพดีไม่ชำรุด	.08857	.033
6	บรรยากาศในห้องสมุดมีความ เจริญสงบ น่าอ่านหนังสือ	.07429	.038
7	ห้องประชุมสำหรับกลุ่มย่อยมีบรรยากาศที่เงียบสงบสะอาดและน่าใช้ งาน	.06857	.085
8	ห้องสมุดมีการตกแต่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และมีส่วนหย่อมที่ สวยงามร่มรื่น	.07143	.090
9	ห้องสมุดมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความ ต้องการ เช่น คอมพิวเตอร์, ปลั๊กไฟ, ปากกาและกระดาษโน้ต สำหรับจด, น้ำดื่ม, สัญญาณอินเทอร์เน็ต	.02000	.665
10	บริการยืม-คืนหนังสือมีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ และมี e-mail แจ้งเตือน	.10286	.004
11	การจัดเรียงหนังสือและวารสารเป็นระบบและมีแผนผังง่ายต่อการ ค้นหา	.06286	.093
12	เว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดียของห้องสมุดมีข้อมูลที่เป็นประโยชน์	.08571	.024
13	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดสามารถให้ข้อมูลคำแนะนำได้อย่างถูกต้อง	.07143	.053
14	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดมีการให้บริการที่รวดเร็ว	.11429	.001
15	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดบริการด้วยความเต็มใจ	.13143	.000
16	เจ้าหน้าที่ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจในการรับบริการ	.12000	.001
17	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดให้บริการด้วยอัธยาศัยที่ดีและเป็นมิตรกับ ผู้ใช้บริการ	.10000	.005
18	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดมีความรู้ความสามารถในการตอบคำถาม	.12286	.001
19	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ	.10857	.001
20	เจ้าหน้าที่ห้องสมุดใส่ใจในตัวผู้ใช้บริการ	.12286	.001
21	ห้องสมุดมีบริการเจลล้างมือเพื่อป้องกันเชื้อโรคก่อนเข้าใช้บริการ	.13714	.000

1.5 สิ่งที่ยากให้มีในห้องสมุด ยุค 4.0 จำนวน 15 รายการ ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าความถี่และร้อยละของสิ่งที่อยากให้มีในห้องสมุด ยุค 4.0

สิ่งที่อยากให้มีในห้องสมุด ยุค 4.0	ความต้องการ		มิติ ร้อยละ
	ใช่	ไม่ จำเป็น	
1. ออกแบบตกแต่งภายในห้องสมุดให้มีบรรยากาศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้	335	15	95.7
2. ใช้ระบบ Open Athens เพื่อเข้าใช้ห้องสมุดออนไลน์ระยะไกล แทนระบบ VPN	335	15	95.7
3. เครื่องจ่ายเจลล้างมืออัตโนมัติ	332	18	94.9
4. เครื่องสแกนหนังสือด้วยตนเอง	330	20	94.3
5. มีอุปกรณ์สำหรับนำเสนองานในห้องประชุมเล็ก (self-study room)	329	21	94
6. เพิ่มห้องประชุมเล็ก (self-study room)	325	25	92.9
7. บริการชำระค่าปรับ ด้วยระบบคิวอาร์โค้ด	325	25	92.9
8. แบ่งพื้นที่ ที่มีเสียงดัง และเงียบ	320	30	91.4
9. กระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์	319	31	91.1
10. เครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ebooks reader) เช่น เครื่อง Amazon Kindle Paperwhite เป็นต้น	317	33	90.6
11. บริการยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง	307	43	87.7
12. ต้องการให้ห้องสมุดเปิด 24 ชั่วโมง	303	47	86.6
13. แว่นเสมือนจริง (VR) เพื่อประกอบการเรียนรู้	296	54	84.6
14. ชั้นแนะนำหนังสือใหม่ที่ได้รับความนิยม	294	56	84
15. มีบริการจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มในห้องสมุด	185	165	52.9

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณและแนวสนทนากลุ่มตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์ เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ยุค 4.0 โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 8 ราย นั้น ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์ เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ยุค 4.0 สามารถดำเนินงานโดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 ระยะวางแผน เป็นกระบวนการกำหนดทิศทางในการดำเนินงานตลอดจนการระบุปัญหา ที่รอการแก้ไขอันเกี่ยวเนื่องกับข้อบกพร่องการให้บริการห้องสมุด ด้วยการนำเครื่องมือการบริหารงานคุณภาพ (PDCA) มาใช้ เนื่องจากการดำเนินงานดังกล่าวเกี่ยวข้องกับงบประมาณจำนวนมากจะต้องวางแผนปรับปรุง ด้านการ

ประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดเชิงรุก เนื่องจากความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่ำกว่าความพึงพอใจในทุกด้านจึงต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ภาพลักษณ์ภายในห้องสมุดและทรัพยากรใหม่ๆ ของห้องสมุด ด้านอาคารสถานที่ ในอนาคตต้องขยายพื้นที่ให้บริการเนื่องจากปัจจุบันห้องสมุดมีพื้นที่ใช้สอยจำกัด ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จะต้องดำเนินการปรับปรุงสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้มีเสถียรภาพ และเพิ่มจุดให้บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย และด้านบุคลากร จะต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างบุคลากรและเพิ่มจำนวนบุคลากร ตลอดจนการฝึกอบรมการให้บริการเพื่อการให้บริการที่ดีเลิศ (Service mind)

ระยะที่ 2 ระยะดำเนินงานระยะสั้น (ไม่เกิน 1 ปี) ดำเนินการปรับปรุง ดังนี้ 1) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้

เพิ่มเรื่องของมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม สวมหน้ากากอนามัย ล้างมือก่อนเข้าใช้บริการ เปลี่ยนเจลล้างมือเพื่อป้องกันเชื้อโรคก่อนเข้าใช้บริการ จากแบบที่ต้องใช้มือกดเป็นแบบใช้เท้าเหยียบเพื่อลดการสัมผัส วิธีการคือทางคณะดำเนินการจัดซื้อและรับมอบเพื่อติดตั้งหน้าห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ ชั้น 3 อาคารการุณยสภา และจุดอื่นๆ 2) นำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ผ่านกระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อประชาสัมพันธ์ผู้ใช้บริการ วิธีการคือนำโทรทัศน์จอแบนสำหรับงานนำเสนอที่มีอยู่แล้วในห้องสมุดมาประยุกต์ใช้งานเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในรูปแบบสไลด์หรือคลิปวิดีโอแทนการประชาสัมพันธ์แบบเดิมคือการปิดประกาศ 3) ผู้ใช้บริการยังต้องการให้มีชั้นแนะนำหนังสือใหม่ที่ได้รับคามนิยม วิธีการคือประชาสัมพันธ์แนะนำหนังสือใหม่ที่ได้รับคามนิยมด้วยสไลด์รูปภาพหรือวิดีโอคลิป ผ่านทางกระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ โดยแสดงการแนะนำหนังสือใหม่เป็นช่วงเวลา 4) การแบ่งพื้นที่ที่สามารถใช้เสียงดังได้ และพื้นที่เงียบ วิธีการคือเบื้องต้นทางห้องสมุดจัดทำป้ายแบ่งโซนสำหรับพื้นที่ที่ต้องงดใช้เสียง 5) เพิ่มอุปกรณ์การนำเสนองานในห้องประชุมเล็กเพื่ออำนวยความสะดวก วิธีการคือใช้วัสดุอุปกรณ์จากงานโสตทัศนศึกษาเป็นสิ่งที่มียู่แล้ว เช่น ปลั๊กไฟสำหรับต่อพ่วงสายเชื่อมต่อระหว่างโน้ตบุคและโทรทัศน์ ฯลฯ

ระยะที่ 3 ระยะดำเนินงานระยะยาว (มากกว่า 1 ปี) เนื่องจากระยะนี้เป็นระยะที่มีความเกี่ยวข้องกับการวางแผนงบประมาณ โดยมีความจำเป็นต้องจัดซื้อจัดจ้างวิธีการดำเนินการปรับปรุง คือ จัดทำแผนงาน โครงการเพื่อของบประมาณสำหรับการจัดซื้อหรือจัดจ้างประกอบด้วย รายการดังนี้ 1) ออกแบบตกแต่งภายในห้องสมุดให้มีบรรยากาศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ วิธีการคือจัดจ้างเมื่อได้รับงบประมาณ 2) ระบบ OpenAthens วิธีการคือจัดซื้อเมื่อได้รับงบประมาณ 3) เครื่องสแกนหนังสือ วิธีการคือจัดซื้อเมื่อได้รับงบประมาณ 4) เพื่อห้องประชุมเล็ก วิธีการคือจัดจ้างเมื่อได้รับงบประมาณ 5) บริการชำระค่าปรับด้วยระบบคิวอาร์โค้ด วิธีการคือหารือกับผู้บริหารของคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์และงานการเงินเพื่อ

เปิดให้บริการนี้ เนื่องจากปัจจุบันระบบของห้องสมุดรองรับบริการนี้อยู่แล้วแต่ยังติดขัดด้านระเบียบที่เกี่ยวข้อง 6) เครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (EBooks Reader) วิธีการคือจัดซื้อเมื่อได้รับงบประมาณ 7) บริการยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง วิธีการคือรื้อระบบยืมคืนและจัดซื้อระบบใหม่เมื่อได้รับงบประมาณ 8) เปิดห้องสมุด 24 ชั่วโมง วิธีการคือเพิ่มงบประมาณในส่วนค่าตอบแทนผู้ที่ปฏิบัติงานนอกเวลา 9) แว่นเสมือนจริง (VR) วิธีการคือจัดซื้อเมื่อได้รับงบประมาณ 10) บริการจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม วิธีการคือเบื้องต้นทางคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์อยู่ระหว่างเจรจาและศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเพื่อติดตั้งตู้อัตโนมัติจำหน่ายเครื่องดื่มติดตั้งบริเวณหน้าห้องสมุด ชั้น 3 อาคารการุณยสภา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่านักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชราชนเป็นผู้ใช้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์มากที่สุด และผู้ใช้บริการมีระดับความคาดหวังต่ำกว่าความพึงพอใจในทุกด้าน สามารถนำผลมาอภิปรายผลได้ดังประเด็นต่อไปนี้

1. ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อบริการในทุกด้านต่ำกว่าความพึงพอใจที่ได้รับ เนื่องจาก ผู้ใช้บริการยังไม่เกิดการรับรู้ต่อสภาพแวดล้อมของห้องสมุด โดยเฉพาะห้องสมุดอาจขาดการประชาสัมพันธ์ทำให้ไม่เห็นบรรยากาศทั่วไปของห้องสมุดทำให้ผู้ใช้บริการมองไม่เห็นภาพรวมการให้บริการภายในห้องสมุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Phuanguk (2020) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาห้องสมุดประชาชนในจังหวัดศรีสะเกษสู่ประเทศไทย 4.0 ได้ตั้งข้อสังเกตในระหว่างเก็บข้อมูล คือผู้ใช้บริการเป็นกลุ่มคนเดิม ๆ แสดงให้เห็นถึงการประชาสัมพันธ์ของห้องสมุดที่ไม่สามารถดึงดูดผู้ใช้ใหม่ๆ และด้วยภาพลักษณ์ของห้องสมุดที่ไม่ชวนให้ตื่นตาตื่นใจ สถานที่คับแคบ การตกแต่งไม่มีความทันสมัย ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงต้องนำไปคิดเป็นโจทย์ว่าจะทำอย่างไรจึงจะดึงดูดใจผู้ใช้บริการได้ เช่นเดียวกับ Nilati (2018) ที่กล่าว

ว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านประเภทสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เนื่องจากปัจจุบันบุคคลมีการใช้อุปกรณ์สื่อสารแบบพกพาที่เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้สะดวกมากกว่าการใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในการเชื่อมต่อไปยังแหล่งสารสนเทศใดๆ และควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการใช้บริการ โดยเน้นให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมเพื่อให้เป็นที่รู้จัก เช่น การจัดขบวนประชาสัมพันธ์ในวันสำคัญ หรือแข่งขันสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ และออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์แผ่นพับคลิป หรืออื่น ๆ และเช่นเดียวกับ Keiltleartthum (2019) ที่ศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการห้องสมุดคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่าในด้านการประชาสัมพันธ์มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูล เอกสารแนะนำการใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการให้บริการ การฝึกอบรม และการจัดกิจกรรมให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมห้องสมุด

2. การปรับปรุงแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศ ยุค 4.0 จำเป็นต้องดำเนินการเป็นระยะ โดยเริ่มดำเนินการในระยะที่ 1 เป็นระยะแรก เนื่องจากการดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการจะต้องมีงบประมาณรองรับ เป็นระยะที่มีการพิจารณาหรือถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินการปรับปรุงด้านอาคารสถานที่ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tajedini & Etc. (2020) ที่ได้ค้นพบวิธีเพิ่มความภักดีของผู้ใช้ห้องสมุดสาธารณะด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าสิ่งที่สร้างความภักดีก่อให้เกิดการเข้าใช้บริการซ้ำและก่อให้เกิดความพึงพอใจนั้น จะต้องประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการพื้นที่ พื้นที่ในห้องสมุดจะต้องมีความสวยงาม สถาปัตยกรรมต้องออกแบบให้สวยงาม มีการตกแต่งให้น่าเรียนรู้ และใช้แสงที่พอเหมาะ มีการจัดเรียงเก้าอี้ให้เป็นแถวเป็นแนว ล้วนแต่ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและใช้บริการซ้ำ

3. แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลเกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศ ยุค 4.0 ระยะที่ 2 เนื่องจากความต้องการของผู้ใช้บริการบางอย่างสามารถปรับปรุงแก้ไขและนำออกให้บริการได้เลยโดยประยุกต์ของที่มีอยู่แล้ว เช่น เจลล้างมือแบบใช้เท้าเหยียบ นาฬิกาข้อมือมาใช้แทนกระดาษขาวอิเล็กทรอนิกส์ และขณะเดียวกันก็สามารถแนะนำหนังสือใหม่ผ่านโทรทัศน์ โดยจัดทำเป็นสไลด์ประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้ายบอกบริเวณที่ต้องงดใช้เสียง และนำอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนองานที่ทางงานโสตทัศนศึกษาที่มีอยู่แล้วนำมาให้บริการในห้องประชุมเล็ก การดำเนินงานระยะนี้เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และการรู้จักประยุกต์สิ่งของที่มีอยู่แล้วทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับแนวความคิดของ Junkrapor & Chienwattanasook (2019) ที่กล่าวว่า องค์การแห่งนวัตกรรมนั้นเป็นองค์การที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในองค์การโดยมีการบริหารจัดการด้วยการริเริ่มสิ่งใหม่หรือการพัฒนาปรับปรุงวิธีการปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์ บริการ โครงสร้างองค์การ กระบวนการดำเนินงาน ให้องค์การเกิดการขับเคลื่อนด้วยผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และการจัดการความรู้ รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์การที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การสู่ความเป็นเลิศ เป็นการปฏิรูปองค์การเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานขององค์การภายใต้แนวคิดของการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม ให้เกิดผลลัพธ์ด้านลูกค้า ด้านบุคลากร ด้านสังคม และด้านธุรกิจ

4. แนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลเกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศ ยุค 4.0 ระยะที่ 3 เนื่องจากการปรับปรุงการให้บริการภายในห้องสมุดมีความจำเป็นต้องใช้งบประมาณเพื่อดำเนินการ ปัจจุบันยังไม่ได้เตรียมการด้านแผนงานและงบประมาณตลอดแผนการจัดซื้อจัดจ้าง จึงทำให้ความต้องการของผู้ใช้บริการในสิ่งที่อยากให้มีในห้องสมุด ยุค 4.0 จำนวน 10 รายการที่เหลือที่ยังไม่สามารถดำเนินการได้ ได้แก่ 1) ออกแบบตกแต่งภายในห้องสมุดให้มีบรรยากาศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ 2) ใช้ระบบ Open Athens เพื่อเข้าใช้ห้องสมุดออนไลน์ระยะไกล แทน

ระบบ VPN 3) เครื่องสแกนหนังสือด้วยตนเอง 4) เพิ่มห้องประชุมเล็ก (self-study room) 5) บริการชำระค่าปรับ ด้วยระบบคิวอาร์โค้ด 6) เครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (ebooks reader) 7) บริการยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง 8) ต้องการให้ห้องสมุดเปิด 24 ชั่วโมง 9) แวนเสมือนจริง (VR) เพื่อประกอบการเรียนรู้ 10) มีบริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในห้องสมุด จำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อดำเนินการระยะยาวมีความเกี่ยวข้องกับแผนงานงบประมาณ และการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากทางคณะพยาบาลศาสตร์ก่อการณ์ไม่ได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้ไม่สามารถดำเนินการได้ในทันที ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Onnuam & Ruangthamsing (2019) ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พบปัญหาด้านการจัดหา พบว่าในการจัดหาพัสดุของแต่ละหน่วยนั้นยังมีปัญหายู่มากในเรื่องของความต้องการในการใช้พัสดุ เนื่องจากหน่วยงานหลายฝ่ายภายในองค์กรนั้นล้วนแต่มีความต้องการพัสดุเพื่อใช้ดำเนินงานในฝ่ายตน ผู้ใช้พัสดุไม่มีการวางแผนในการใช้พัสดุหรือไม่ปฏิบัติตามแผนงาน ผู้ใช้พัสดุไม่รู้ว่าต้องการพัสดุนิดไหน ไม่ทราบว่าพัสดุนิดใดมีความเหมาะสมกับงานของตน ไม่สามารถประมาณการจำนวนพัสดุหรือระยะเวลาได้ จึงทำให้ในบางครั้งเกิดการจัดหาที่เร่งด่วนหรือล่าช้าไป ทำให้ได้พัสดุไม่ตรงตามความต้องการ ไม่ทันเวลาทำให้การดำเนินงานภายในของแต่ละฝ่ายเกิดความล่าช้าออกไป เช่นเดียวกับ Muenmanee (2019) ที่ได้กล่าวว่า การจัดหาทรัพยากรประกอบด้วย 1) การจัดทำคำขอตั้งงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2) การนำเอาวัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ มาช่วยในการปฏิบัติงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร 3) การจัดซื้อจัดจ้างวัสดุและครุภัณฑ์เพื่อใช้ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรและให้การดำเนินกิจกรรมขององค์กรเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

กล่าวโดยสรุปห้องสมุดยุค 4.0 ควรเป็นห้องสมุดที่มีการส่งมอบนวัตกรรมหรือการบริการที่ดีที่ผู้ใช้บริการอยากให้มีเพิ่มเติมในห้องสมุด ได้แก่ 1) มีบริการจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มในห้องสมุด 2) ออกแบบตกแต่งภายในห้องสมุดให้มีบรรยากาศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้

3) ต้องการให้ห้องสมุดเปิด 24 ชั่วโมง 4) เพิ่มห้องประชุมเล็ก (self-study room) 5) มีอุปกรณ์สำหรับนำเสนองานในห้องประชุมเล็ก (self-study room) 6) บริการยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง 7) กระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ 8) ชั้นแนะนำหนังสือใหม่ที่ได้รับคามนิยม 9) แวนเสมือนจริง (VR) เพื่อประกอบการเรียนรู้ 10) เครื่องสแกนหนังสือด้วยตนเอง 11) ใช้ระบบ Open Athens เพื่อเข้าใช้ห้องสมุดออนไลน์ ระยะไกล แทนระบบ VPN และห้องสมุดยุค 4.0 ต้องเน้นนวัตกรรมบริการเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และจัดให้มีอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีเสถียรภาพเชื่อมต่ออย่างให้ครอบคลุมทั่วห้องสมุด มีพื้นที่และการจัดกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีการสร้างคลังและแหล่งเรียนรู้ดิจิทัล ตลอดจนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปปรับใช้เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ห้องสมุดยุค 4.0 เนื่องจากเป็นยุคที่เน้นการบริหารประสิทธิภาพที่ดีของผู้ให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การปรับปรุงห้องสมุดด้านอาคารสถานที่ เป็นสิ่งที่จำเป็นมาก เช่น 1) ออกแบบตกแต่งภายในห้องสมุดให้มีบรรยากาศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ 2) มีอุปกรณ์สำหรับนำเสนองานในห้องประชุมเล็ก (self-study room) 3) เพิ่มห้องประชุมเล็ก (self-study room) 4) แบ่งพื้นที่ ที่มีเสียงดัง และเงียบ 5) ห้องสมุดเปิด 24 ชั่วโมง และ 6) มีบริการจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มในห้องสมุด เนื่องจากปัจจุบันพื้นที่ใช้สอยภายในห้องสมุดยังมีพื้นที่จำกัดและมีความต้องการใช้พื้นที่ใช้สอยสูง อาจจะต้องมีการขยายพื้นที่ของห้องสมุดให้เพิ่มขึ้นเพื่อรองรับความต้องการการใช้พื้นที่ เนื่องจากเห็นได้ว่ามีผู้ใช้บริการมากรายต้องการให้ดำเนินการเพิ่มห้องประชุมสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย หรือรองรับการทำงานกลุ่ม ตลอดจนการเตรียมสอบ ฯลฯ เนื่องจากปัจจุบันผู้ใช้บริการมีความต้องการหลากหลายการใช้บริการในห้องสมุดจึงไม่ใช่แค่การอ่านหนังสือหรือยืมหนังสือเพียงอย่างเดียว

1.2 การปรับปรุงห้องสมุดด้านทรัพยากรและเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความจำเป็น เช่น 1) ใช้ระบบ OpenAthens เพื่อเข้าใช้ห้องสมุดออนไลน์ระยะไกล แทนระบบ VPN 2) เครื่องฉายเอกสารมืออัตโนมัติ 3) เครื่องสแกนหนังสือด้วยตนเอง 4) เครื่องอ่านหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (EBooks Reader) เช่น เครื่อง Amazon Kindle Paperwhite เป็นต้น 5) บริการยืมคืนหนังสือด้วยตนเอง และ 6) แว่นเสมือนจริง (VR) เพื่อประกอบการเรียนรู้ โดยดำเนินการจัดทำแผนงานโครงการเพื่อเตรียมพร้อมด้านงบประมาณ และดำเนินการการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ เนื่องจากห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช เป็นหน่วยงานของรัฐ การดำเนินการปรับปรุงคุณภาพฯ มีความเกี่ยวข้องกับงบประมาณและการจัดซื้อจัดจ้างต้องดำเนินการเตรียมงบประมาณไว้สำหรับการดำเนินการด้วย

1.3 การปรับปรุงห้องสมุดด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น กระดานข่าวสารอิเล็กทรอนิกส์ และชั้นแนะนำหนังสือใหม่ที่ได้รับคามนิยม ตลอดจนการสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียในหลากหลายช่องทาง มีความจำเป็นอย่างยิ่ง ห้องสมุดต้องทำการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของห้องสมุดเชิงรุก ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้สภาพแวดล้อม บรรยากาศ และประเมินความพร้อมของทรัพยากรสารสนเทศภายในห้องสมุดเพื่อเข้าใช้บริการได้ ตลอดจนการเชิญชวนผู้ใช้บริการให้เข้ามาใช้บริการเพิ่ม

มากยิ่งขึ้น ทำให้ทรัพยากรสารสนเทศที่มีอยู่เกิดมีคุณค่าและประโยชน์สูงสุด

1.4 การปรับปรุงห้องสมุดด้านบทบาทของผู้บริการมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชและผู้บริหารคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ ผู้บริหารต้องส่งเสริมและให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ตลอดจนการสนับสนุนงบประมาณที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงพัฒนาห้องสมุด เนื่องจากห้องสมุดเป็นแหล่งเรียนรู้ค้นคว้าที่นักศึกษาจะต้องใช้บริการเป็นประจำและส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาตลอดจนมีส่วนช่วยผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาผลของการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0 เพื่อเป็นการติดตามผลการดำเนินงาน ตลอดจนการแก้ไขการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ให้เป็นรูปธรรม

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ยุค 4.0 ด้วย เพื่อจะรับรู้เหตุผลในการเข้าใช้งานของผู้ใช้บริการ อันจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาห้องสมุดได้ตรงความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้งานทรัพยากรสารสนเทศห้องสมุดคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการศึกษาของนักศึกษาคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

References

- Ali, M. Y., & Gatiti, P. (2020). The COVID-19 (Coronavirus) Pandemic: Reflections on the Roles of Librarians and Information Professionals. *Health Information & Libraries journal*. 37(2), 158-162. Doi:10.1111/hir.12307.
- Junkrapor, M. & Chienwattanasook, K. (2019). Establishing an Innovative Organization to Drive towards the Organizational Excellence. *Executive Journal*. 39(1), Retrieved from <https://so01.tcithaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/171521>. [In Thai].
- Keitlearthum, S. (2019). Ways to Develop the Faculty of Social Sciences and Humanities' Library Service. *Integrated Social Science Journal, Faculty of Social Sciences and*

- Humanities, Mahidol University*. 6(2), 372-395. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/issmhu/article/view/22893> 9. [In Thai].
- Knowledge Management and Development Office. (2017). 5 Innovations in the New World. *The Knowledge*. 1(3), 22, Retrieved from http://www.okmd.or.th/upload/pdf/magazine/The_Knowledge_vol_3.pdf. [In Thai].
- Muenmanee, W. (2019). Value Chain of Procurement Process of College of Arts, Media and Technology of Chiang Mai University. *Political Science and Public Administration Journal*. 7(1), 75-105. [In Thai].
- Nilati, P. (2018). The Needs of Public Relations Media of Mahasarakham Library Network (MALINET): A Case Study of MALINET's Users. *Ramkhamhaeng University Journal Humanities Edition*. 37(1), pp.117-191 [In Thai].
- Onnuam, K. & Ruangthamsing, C. (2019). Problems and Obstacles on Procurement of Local Administration Organization. *Academic Journal Faculty of Humanities and Social Sciences Nakhon Sawan Rajabhat University*. 6(2), 222-233. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/hssnsru/article/view/241626/164385>. [In Thai].
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*. 49, Fall, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of service. *Journal of marketing*. 64, 12-40.
- Phuangok, A. (2020) Developing Strategies of Public Libraries in Sisaket Province toward Thailand 4.0. *Journal of Humanities & Social Sciences (JHUSOC)*. 18(2). [In Thai].
- Sacchanand, C. (2013, April 2). Informatics: Concept of Education and Research in Thailand and ASEAN Community Group. [slide PDF] Retrieved from [https://www.nstda.or.th/nac/2013/download/presentation/20130401-chutima-IL\(CC-307-01-AM\).pdf](https://www.nstda.or.th/nac/2013/download/presentation/20130401-chutima-IL(CC-307-01-AM).pdf). [In Thai].
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Tajedini, O., Khasseh, A. A., Afzali, M., & Sadatmoosavi, A. (2020). How to increase the Loyalty of Public Library Users? A Qualitative Study. *Journal of Librarianship and Information Science*. 52(2), 317-330. Doi:10.1177/0961000619856081.
- The Secretariat of The House of Representatives. (2016). Summary of the Concept of "Thailand 4.0". *Academic Focus*. Retrieved from <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/20171114-parliament-library.pdf>.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. 2nd Ed., New York: Harper and Row.

ปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อ
ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของ
นักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

**Casual Factors of Modern Accountant's Professional Quotients Influencing
Accounting Practice Efficiency and Sustainable Accounting Success of
Accountants in Companies Listed on The Stock Exchange of Thailand**

วรพรรณ รัตนทรงธรรม^{1*}

Worapan Ratanasongtham ^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Sampling) ได้จำนวน 353 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่า โมเดลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 390.539$, $p\text{-value} = 0.129$, $df = 360$, $CMIN/DF = 1.085$, $RMSEA = 0.016$, $GFI = 0.932$) แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสมพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี สำหรับผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม ความฉลาดทางเข้าปัญหา ความฉลาดทางดิจิทัลและความฉลาดทางอารมณ์ เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี แต่สำหรับความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ ความฉลาดทางวิสัยทัศน์และความฉลาดทางประสบการณ์ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี นอกจากนี้ยังพบว่าประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืนอีกด้วย

คำสำคัญ: ความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี
ความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืน

Abstract

The aim of this research is to study the casual factor of modern accountant's professional quotients influencing accounting practice efficiency and sustainable accounting success of accountants in companies listed on the stock exchange of Thailand. The quantitative research was applied as a research method and the accountants working in listed companies on the stock exchange of Thailand as a sample group. It can be

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ อีเมล: worapan.rat@uru.ac.th

^{**} Corresponding Author, Faculty of Management Science, Uttaradit Rajabhat University, E-mail: worapan.rat@uru.ac.th

วันที่รับบทความ (Received date): 14 May 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 1 November 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 11 December 2021

indicated 353 samples using questionnaires and Two-Stage Sampling as a tool for data collection and sample selections. The statistics for data analysis were frequency distribution, mean, percentage, standard deviation, and Structural Equation Modeling analysis (SEM). The results showed that the analysis model was consistent with the empirical data ($\chi^2 = 390.539$, $p\text{-value} = 0.129$, $df = 360$, $CMIN/DF = 1.085$, $RMSEA = 0.016$, $GFI = 0.932$) indicating the model is fit to the empirical data at a good level. For hypothesis testing, it was found that the technical and ethical competencies quotient, intelligence quotient, digital quotient, and emotional intelligence quotient were causal factors that positive direct influencing accounting practice effectiveness. For creative quotient, vision quotient, and experience quotient, it was no influence on accounting practice effectiveness. It was also found that accounting practice effectiveness had a positive direct influence on sustainable accounting success.

Keywords: Modern Accountant's Professional Quotients, Accounting Practice Effectiveness, Sustainable Accounting Success

บทนำ

ท่ามกลางแรงกดดันจากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยี วิชาชีพบัญชีเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่ต้องปรับตัวให้ทันกับยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพราะนักบัญชีหากยังยึดติดอยู่กับกรอบการทำงานรูปแบบเดิม อาจถูกท้าทายด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีเหล่านี้มีแนวโน้มว่าจะถูกนำมาใช้กับงานบัญชีมากขึ้น โดยเฉพาะงานด้านเอกสารบัญชีและการประมวลผลแบบอัตโนมัติ ซึ่งสามารถช่วยลดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานลดต้นทุน ลดเวลาการปฏิบัติงาน ลดโอกาสการทุจริต รวมถึงเพิ่มการรักษาความปลอดภัยได้ (Boonchaay, 2020) โดยจากผลการสำรวจของ British Broadcasting Corporation: BBC ร่วมกับมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด ระบุว่า ในอนาคตนักบัญชีมีความเสี่ยงที่จะตกงานสูงถึงร้อยละ 97 ส่งผลให้นักบัญชีทั่วโลกแสดงความกังวลต่อการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น (Sarapaiwanit, 2020) จึงเกิดคำถามในวงกว้างว่า การเปลี่ยนแปลงนี้จะทำให้บทบาทของนักบัญชีเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด คำกล่าวที่ว่า “เรียนบัญชีไม่ตกงานแน่นอน” จะยังคงเป็นจริงอยู่หรือไม่ และนักบัญชีควรเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับคลื่นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างไร (Federation of Accounting Professions, 2020)

จากสภาการบัญชีอังกฤษ The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA) ซึ่งเป็นองค์กรสำหรับนักบัญชีมืออาชีพระดับโลก ได้ตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงทำการสำรวจหาความฉลาดทางวิชาชีพ (Professional Quotients) ที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของวิชาชีพบัญชีในอนาคต โดยผลการสำรวจระบุว่า ตั้งแต่ปี 2020 นักบัญชียุคใหม่จำเป็นต้องมีความฉลาดทางวิชาชีพ 7 ด้าน ได้แก่ ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา ความฉลาดทางดิจิทัล ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ ความฉลาดทางอารมณ์และความฉลาดทางประสบการณ์ หรืออาจกล่าวได้ว่า นักบัญชียุคใหม่จะต้องพัฒนาความสามารถทางเทคนิคควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะทางสังคม (ACCA, 2016) ซึ่งผลการสำรวจดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srithonrach (2018) ที่พบว่า นักบัญชียุคใหม่ต้องพัฒนาทักษะและความรู้ทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ควบคู่ไปกับการนำประสบการณ์ในอดีตมาพัฒนาการทำงานในปัจจุบัน จะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น นอกจากนี้ Asri and Made (2018) ยังได้ระบุว่า นักบัญชีที่มีความฉลาดทางอารมณ์จะสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดี สามารถปรับตัวและร่วมงานกับผู้อื่นได้ มีทัศนคติทางจริยธรรมที่ดีจนทำให้มีความเป็นมืออาชีพในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ Rodjam and Mungsing (2019)

ก็ได้อธิบายว่า นักบัญชีที่มีความรู้และปัญญาในวิชาชีพ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณอย่างเคร่งครัด มีทักษะการสื่อสารที่ดีสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ได้ จะช่วยยกระดับคุณภาพงานของนักบัญชีจนได้รับการยอมรับจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า นักบัญชียุคใหม่ต้องมีความรู้และทักษะทางวิชาชีพ ยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และแก้ปัญหา มีความสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่ ๆ กับงานบัญชีได้อย่างเหมาะสม รวมถึงต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ด้วย จึงจะสามารถประสบความสำเร็จในอาชีพได้อย่างยั่งยืน

นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลุ่มนักบัญชีที่ต้องเร่งปรับตัวเพื่อเตรียมรับมือกับคลื่นการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยจากผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ช่วง 9 เดือนหลังของปี 2563 พบว่า แนวโน้มอุตสาหกรรมและผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จะหดตัวลง การลงทุนมีแนวโน้มลดลงชัดเจน และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ ทำให้บริษัทจดทะเบียนต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจหลายด้าน เช่น ต้องมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การบริหารต้นทุนมากขึ้น เพิ่มความเข้มงวดในการวางแผนการเงิน ปรับแผนการบริหารความเสี่ยงใหม่ การพิจารณาชะลอการลงทุนในโครงการที่ไม่จำเป็น และการลดค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร เป็นต้น (The Stock Exchange of Thailand, 2020) ซึ่งจะเห็นได้ว่า กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในสถานการณ์ปัจจุบันต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจทางธุรกิจให้มีความถูกต้องและแม่นยำ ดังนั้น นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จึงถูกคาดหวังให้มีบทบาทที่สำคัญในองค์กรมากขึ้น โดย Prapaisri and Nuntapun (2020) กล่าวว่า นักบัญชีในยุคดิจิทัลต้องเร่งปรับตัว โดยต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นเพียงผู้บันทึกข้อมูลการเงินและจัดทำรายงานทางการเงินมาเป็นผู้นำเสนอและ

วิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน ต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลยิ่งขึ้น ต้องมีความเป็นผู้นำ เป็นผู้จัดการด้านข้อมูลข่าวสาร มีความรอบรู้และเข้าใจในงานด้านอื่น ๆ ขององค์กร ต้องสนใจติดตามข่าวสารข้อมูลทางการเงินเพื่อให้ก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงของวิชาชีพและเทคโนโลยี และต้องสามารถเป็นที่ปรึกษาที่ดีของผู้บริหารในการช่วยตัดสินใจเรื่องสำคัญทางธุรกิจได้ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะทำช่วยเพิ่มคุณค่าให้แก่ นักบัญชีมากขึ้น นำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพได้อย่างยั่งยืน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและพัฒนา นักบัญชีมีความรู้ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการของวิชาชีพในอนาคต จนประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

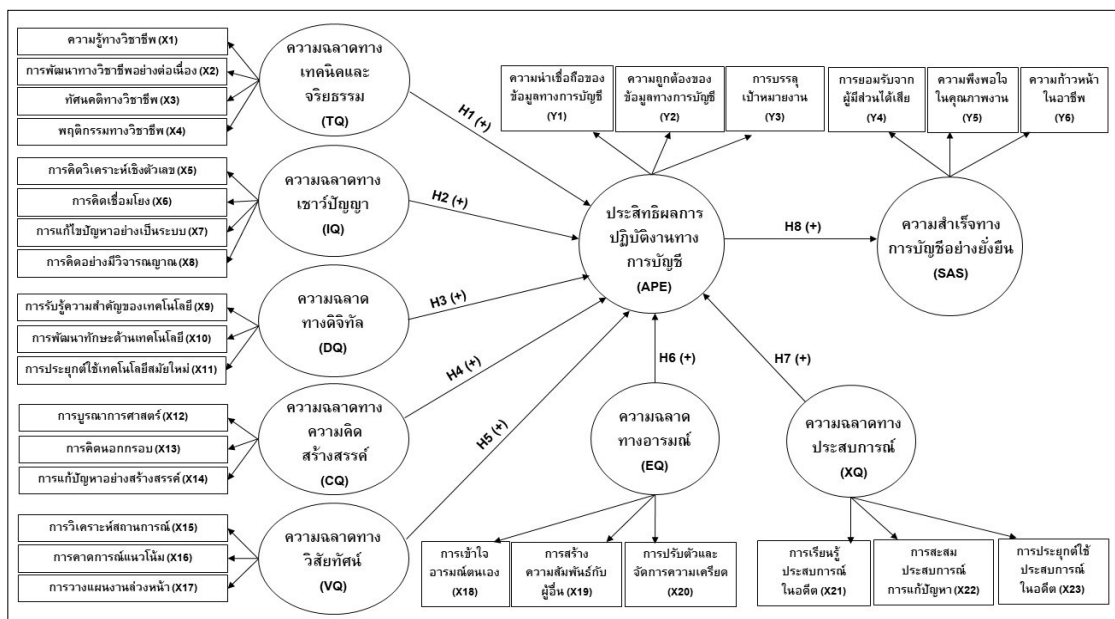
การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเชาวน์ปัญญาแห่งความสำเร็จ (Theory of Successful Intelligence) ได้อธิบายถึงการ บูรณาการชุดของความสามารถหลากหลายด้านที่จำเป็นต่อการประสบความสำเร็จในชีวิตภายใต้บริบทของสภาพแวดล้อมที่บุคคลดำรงอยู่ โดย Sternberg (1997) อธิบายว่า ผู้ที่มีเชาวน์ปัญญาแห่งความสำเร็จจะรู้ความสามารถที่โดดเด่นของตนและจะใช้ประโยชน์จากจุดเด่นนั้นมากที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็รู้จักจุดด้อยของตนและพร้อมแก้ไขด้วยการปรับพฤติกรรมและความคิด โดยการใช้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ คิดสร้างสรรค์ คิดประยุกต์และคิดเชื่อมโยง ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน (Chularee and Chiaranai, 2018)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงนำทฤษฎีดังกล่าวเป็นทฤษฎีเชื่อมโยงตัวแปรในกรอบแนวคิดงานวิจัย โดยใช้อธิบายการบูรณาการชุดของความฉลาดทางวิชาชีพ (Professional Quotients) ของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรม ACCA ระบุว่าความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีช่วยพัฒนากระบวนการทำงานและทดแทนงานของนักบัญชีได้มากขึ้น นักบัญชียุคใหม่จึงต้องพัฒนาความสามารถของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของวิชาชีพบัญชี ACCA จึงทำการสำรวจเพื่อค้นหาความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ (Modern Accountant's Professional

Quotients) โดยพบว่า ตั้งแต่ปี 2020 นักบัญชียุคใหม่จำเป็นต้องมีความฉลาดทางวิชาชีพ 7 ด้าน ได้แก่ ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา ความฉลาดทางดิจิทัล ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ ความฉลาดทางอารมณ์ และความฉลาดทางประสบการณ์ ทั้งนี้ ACCA ยังได้ระบุว่า นักบัญชียุคใหม่ที่มีความฉลาดทางวิชาชีพดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีให้สูงขึ้นและสามารถประสบความสำเร็จในอาชีพได้อย่างยั่งยืน (ACCA, 2016) ดังนั้น จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปและนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ในการวิจัยครั้งนี้ ความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ (Modern Accountant's Professional Quotients) หมายถึง ความสามารถประเภทต่าง ๆ ที่จำเป็นของนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 ที่ต้องนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สภาพแวดล้อมทางวิชาชีพ ประกอบด้วย 7 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม (Technical and Ethical Competencies Quotient : TQ) เป็นความฉลาดทางวิชาชีพขั้นพื้นฐานของนักบัญชี โดย ACCA (2016) ระบุว่า ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม หมายถึง ความรู้ ความสามารถทางวิชาชีพของ

นักบัญชีในการปฏิบัติงานบัญชีตามมาตรฐานการบัญชีในปัจจุบันอย่างเคร่งครัด ควบคู่ไปกับการรักษาจรรยาบรรณวิชาชีพขั้นสูงสุดในเรื่องความซื่อสัตย์ ความเป็นอิสระและความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ โดยจากการศึกษาของ Peasai et al. (2020) ระบุว่า นักบัญชีที่มีความรู้ทางวิชาชีพและสนใจเข้าร่วมหลักสูตรฝึกอบรมทางวิชาชีพอยู่เสมอจะส่งเสริมให้ผลการปฏิบัติงานบัญชีมีคุณภาพ มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับ Meemak et al. (2016) ที่ได้กล่าวว่า นักบัญชีที่มีความรู้พื้นฐานทางการบัญชีที่ดีและมีความใฝ่รู้ที่จะพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ เช่น การเข้าฝึกอบรมด้านการบัญชีอยู่เสมอ จะ

ช่วยให้การปฏิบัติงานมีความเป็นมาตรฐาน นำไปสู่การจัดทำข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้อง นอกจากนี้ Ahinful et al. (2017) ได้ระบุว่า นักบัญชีมืออาชีพต้องยึดมั่นในจรรยาบรรณทางวิชาชีพบัญชีในระดับสูงเพื่อช่วยสร้างความเข้มแข็งในจิตใจของนักบัญชีให้มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานมีความถูกต้อง ตรงไปตรงมาซึ่งจะส่งผลให้ผลงานมีความน่าเชื่อถือ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา (Intelligence Quotient : IQ) เป็นความสามารถในการคิด วิเคราะห์ การใช้เหตุผล การคิดเชื่อมโยงและการแก้ไขปัญหาเชิงตรรกะ (Yuenyaw, 2018) โดยความฉลาดทางเชาว์ปัญญาในศาสตร์ทางบัญชี ACCA (2016) กล่าวว่า ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการคิด วิเคราะห์ คิดเชื่อมโยง การแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมและการคิดอย่างมีวิจารณญาณ โดยนักบัญชียุคใหม่ต้องมีความสามารถในการใช้ความรู้ประกอบการคิดและการให้เหตุผล สามารถแก้ปัญหาอย่างระมัดระวัง เข้าใจและวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องใช้ความสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพในการประเมินความรู้และแหล่งที่มาของความรู้อยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gede and Ketut (2018) ที่พบว่า นักศึกษาบัญชีที่มีระดับของความฉลาดทางเชาว์ปัญญาที่สูงจะสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงกระบวนการทางการบัญชีได้ทั้งระบบ ทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น พบข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงานลดลง จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความฉลาดทางเชาว์ปัญญามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Quotient: DQ) ในปัจจุบันนักบัญชียุคใหม่ต้องมีทักษะทางเทคโนโลยีที่หลากหลายและต้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับงานบัญชีได้ โดยความฉลาดทางดิจิทัล หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการรับรู้ความสำคัญของเทคโนโลยี มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีอยู่

เสมอ และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่กับเทคโนโลยีสมัยใหม่ในงานบัญชีได้อย่างเหมาะสม โดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่นิยมนำมาใช้ในการบัญชี เช่น เทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวเตอร์ (Cloud Computing) และเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain) เป็นต้น (ACCA, 2016) โดยจากการศึกษาของ Gordon (2018) ระบุว่า ในศตวรรษที่ 21 องค์กรธุรกิจจะนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในงานบัญชีมากขึ้นเพื่อให้กับนักบัญชีใช้เวลาในการทำบัญชีที่เป็นงานประจำน้อยลง ดังนั้น นักบัญชีต้องเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เกี่ยวข้องกับงานบัญชี เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็วขึ้น แต่พบข้อผิดพลาดลดลง นอกจากนี้ Dampitakse and Boontawee (2020) ยังได้กล่าวว่า ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่องค์กรมีแนวโน้มที่จะนำระบบบัญชีดิจิทัลมาใช้มากขึ้น องค์กรจึงมีความต้องการนักบัญชีที่มีทักษะทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถใช้ระบบบัญชีดิจิทัลได้ เพื่อผลิตข้อมูลทางการบัญชีที่มีความถูกต้อง รวดเร็วและเอื้อต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Quotient : CQ) จัดอยู่ในกลุ่มทักษะด้านอารมณ์ โดย ACCA (2016) กล่าวว่า ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถทางสมองของนักบัญชีในการคิดเชื่อมโยงหลายสิ่งเข้าด้วยกันโดยไม่คำนึงถึงศาสตร์สาขาใด การคิดนอกกรอบเพื่อสร้างความคิดใหม่ และแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ แต่ทั้งนี้ ACCA ได้เน้นย้ำว่า การคิดอย่างสร้างสรรค์ของนักบัญชีเพื่อให้เกิดแนวทางหรือข้อค้นพบใหม่จะต้องช่วยส่งเสริมให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและต้องไม่ขัดต่อข้อบังคับที่กฎหมายกำหนด โดยจากการศึกษาของ Marwaha and Seth (2016) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์จะช่วยสร้างแนวคิดหรือแนวปฏิบัติใหม่ โดยความคิดสร้างสรรค์สามารถนำมาช่วยอธิบายความแตกต่างเกี่ยวกับศักยภาพและการจัดการปัญหาของมนุษย์ได้ กล่าวคือ คนที่มีความคิดสร้างสรรค์มีแนวโน้มที่จะมีศักยภาพในการปฏิบัติงานที่สูงและสามารถเลือกวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีความเหมาะสม และ Kamfun and

Pongpanpattana (2017) ได้ระบุว่า นักบัญชีที่สามารถเชื่อมโยงความรู้ที่มีในเรื่องต่าง ๆ เพื่อจัดทำรายงานแบบบูรณาการ จะทำให้นักบัญชีเป็นผู้รอบรู้เพราะมีความรู้ที่หลากหลาย ซึ่งจะช่วยพัฒนาผลงานให้ดีขึ้นเป็นลำดับได้ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ (Vision Quotient : VQ) วิสัยทัศน์เป็นภาพทางความคิดที่แสดงถึงสิ่งที่เราต้องการจะสร้างขึ้นให้เป็นผลสำเร็จในอนาคต โดย ACCA (2016) กล่าวว่า ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ หมายถึงความสามารถของนักบัญชีในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากข้อเท็จจริงที่มีอยู่ การคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตได้อย่างแม่นยำ และกำหนดแนวทางปฏิบัติงานล่วงหน้าได้โดยผ่านการคิดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจากการศึกษาของ Sukh-Manthum (2014) พบว่า นักบัญชีที่มีการวางแผนการปฏิบัติงานบัญชีล่วงหน้าอย่างรอบคอบ ตั้งแต่กระบวนการตรวจสอบรายการ การบันทึกบัญชี การปิดบัญชี จนถึงการจัดทำงบการเงิน จะช่วยให้การปฏิบัติงานบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถเปิดเผยข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินได้อย่างถูกต้องครบถ้วน จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ความฉลาดทางวิสัยทัศน์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence Quotient : EQ) เป็นชุดความสามารถด้านอารมณ์และด้านสังคมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของบุคคลในการต่อกรกับข้อเรียกร้องและแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทั้งหลายได้เป็นอย่างดี ซึ่งประกอบด้วยความสามารถในการเข้าใจอารมณ์ของตนเอง ความสามารถในการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น ความสามารถในการปรับตัว ความสามารถในการจัดการกับความเครียดและสภาวะทางอารมณ์ทั่วไป (Bar-On, 1997) สำหรับความฉลาดทางอารมณ์ในศาสตร์ทางการบัญชี ACCA (2016) กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์ หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการรับรู้และเข้าใจความรู้สึกของตนเอง สามารถรักษาความสัมพันธ์กับ

บุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี สามารถปรับตัวและจัดการความเครียดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจากการศึกษาของ Santoso (2018) พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์เป็นความสามารถเฉพาะบุคคลที่ช่วยสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จในการทำงาน โดยการมีแรงจูงใจที่อยากจะทำงานให้สำเร็จ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นได้ และเข้าใจความรู้สึกผู้อื่นซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่ดี ทำให้เมื่อเกิดปัญหาจากการปฏิบัติงานจะช่วยให้เกิดความร่วมมือกันเพื่อแก้ไขปัญหา นำไปสู่การปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ความฉลาดทางประสบการณ์ (Experience Quotient : XQ) ประสบการณ์ทางการบัญชี คือ เวลาของรอบระยะเวลาการทำงานทางบัญชี ทั้งจากการเป็นนักบัญชีอิสระ การทำงานในแผนกบัญชี สำนักงานบัญชี การตรวจสอบภายใน การตรวจสอบภายนอก หรือการทำงานด้านภาษีอากร (Kaneko and Yimruan, 2018) โดย ACCA (2016) กล่าวว่า ความฉลาดทางประสบการณ์ หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการเรียนรู้และประยุกต์ใช้ประสบการณ์ในอดีตทั้งจากเรื่องที่ประสบความสำเร็จและเรื่องที่เป็นปัญหาความผิดพลาดต่าง ๆ มาเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานในปัจจุบันและอนาคตให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจากการศึกษาของ Srithonrach (2018) พบว่า นักบัญชีที่สะสมมาประสบการณ์ทางการบัญชีทั้งจากตนเองขณะปฏิบัติงาน หรือได้รับการถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญ เมื่อถูกล้อมรวมและตกผลึกเป็นองค์ความรู้ใหม่ และมีการนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานทางการบัญชีจะช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ ช่วยลดขั้นตอนการทำงานให้มีความกระชับ ถูกต้องและลดการสูญเสียทรัพยากรที่เป็นต้นทุนขององค์กรได้ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ความฉลาดทางประสบการณ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี

ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี (Accounting Practice Effectiveness : APE) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน คือ ผลของการทำงานตามหน้าที่และความรับผิดชอบจนเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ (Sangempong, 2016) จากการทบทวนวรรณกรรมทางการบัญชี ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี หมายถึง ผลของการทำงานด้านการบัญชีที่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ สามารถนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่น่าเชื่อถือ มีความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ (Pragoddee et al., 2018; Sari, 2015) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Supapinit (2015) ที่กล่าวว่า นักบัญชีที่ปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีระเบียบ มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจนและปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ จนผลงานมีความน่าเชื่อถือ ได้มาตรฐาน สำเร็จทันต่อการใช้งาน จะได้รับได้รับการยอมรับและยกย่องจากผู้บังคับบัญชาและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายว่าผลงานมีคุณภาพ ซึ่งจะทำให้ให้นักบัญชีมีความก้าวหน้าในอาชีพ จึงนำไปสู่การตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 8 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน

ความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน (Sustainable Accounting Success : SAS) เป็นตัวแปรตามสุดท้ายของงานวิจัยนี้ โดยจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยทางบัญชี Pragoddee et al. (2018) ให้คำนิยาม ความสำเร็จทางการบัญชี หมายถึง ผลจากการปฏิบัติทางบัญชีที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่องซึ่งช่วยองค์กรสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจนเป็นที่รับรู้ของผู้มีส่วนได้เสียของกิจการ ดังนั้น จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปและบูรณาการสำหรับงานวิจัยนี้ว่า ความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน หมายถึง ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จนได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มีความก้าวหน้าในงาน สามารถดำรงอยู่ในวิชาชีพการบัญชีได้อย่างสง่างามทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1953) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ได้ทั้งสิ้น 323 ตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม (นิยมใช้ 30% = 0.30)

Z = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ กำหนดที่ 0.05 (Z มีค่าเท่ากับ 1.96)

d = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดได้ โดยกำหนดที่ 0.05

จากนั้นผู้วิจัยจึงคำนวณความเพียงพอของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามหลักเกณฑ์อย่างน้อย 10 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้แบบจำลอง 29 ตัวแปร ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่มีความเพียงพอควรมีอย่างน้อย 290 ตัวอย่าง (10×29) (Schumacker and Lomax, 2010) ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้จากสูตรของ Cochran ข้างต้น จึงเพียงพอในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างในงานวิจัยนี้ แต่ทั้งนี้ เพื่อป้องกันอัตราการตอบกลับไม่ครบถ้วนตามความคาดหวัง เนื่องจากการเก็บข้อมูลที่ใช้แบบสอบถามผ่านการส่งไปรษณีย์จะมีอัตราการตอบกลับน้อย และอัตราการตอบกลับควรมีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Aaker et al., 2001) ผู้วิจัยจึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 1,615 ตัวอย่าง ($323 \times 100/20$) และสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบสองขั้นตอน (Two-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยจำแนกประชากรตามจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งมีจำนวน 540 บริษัท ณ วันที่ 30 มีนาคม 2563 (The Stock Exchange of Thailand, 2020) โดยไม่รวมบริษัทที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูการดำเนินงานและบริษัทที่อาจถูกเพิกถอน ผู้วิจัยกำหนดโควตาให้บริษัทละ 3 ราย เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่คำนวณได้ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ 1,620 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเป็นผู้ดำรงตำแหน่งสูงสุดทางการบัญชี 3 ลำดับแรก เนื่องจากเป็นนักบัญชีที่มีการสะสมประสบการณ์ความรู้ความชำนาญทางด้านบัญชีในเชิงปฏิบัติการเป็นอย่างดี จึงมีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชีที่ครอบคลุมและเชื่อถือได้ เมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา 353 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 21.79 ซึ่งมีอัตราตอบกลับไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ตามคำแนะนำของ Aaker et al. (2001) จึงถือว่ายอมรับได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น โดยแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) โดย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด จำนวน 23 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืนของนักบัญชีใน

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต จำนวน 6 ข้อ โดยใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินและเกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (open-ended) จำนวน 1 ข้อ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,620 ชุด โดยเริ่มส่งแบบสอบถามวันที่ 30 พฤษภาคม 2563 ถึง 31 สิงหาคม 2563 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ส่งหนังสือถึงกลุ่มตัวอย่างเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยพร้อมแนบแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยให้ทำแบบสอบถามออนไลน์ที่มีการระบุลิงค์ในจดหมาย หรือส่งแบบสอบถามกลับทางไปรษณีย์ และกำหนดให้ตอบกลับภายใน 4 สัปดาห์ หลังจากที่ได้รับแบบสอบถามแล้ว

2. เมื่อครบ 4 สัปดาห์ ได้แบบสอบถามที่ส่งคืนมาไม่ครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จึงดำเนินการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างเดิมที่ยังไม่ได้ตอบแบบสอบถามกลับคืนอีกครั้ง โดยเมื่อครบกำหนดเวลาเก็บข้อมูล ได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมา 353 ฉบับ รวมระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 94 วัน และแบบสอบถามยังถูกทดสอบความคลาดเคลื่อนจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Non-Response Bias) โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มที่ตอบกลับมาเร็วและกลุ่มที่ตอบกลับมาช้าไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยทำการทดสอบข้อมูลอายุ ($t = -0.274, p > 0.05$) และข้อมูลประสบการณ์การทำงาน ($t = 0.266, p > 0.05$) ดังนั้น จึงไม่พบปัญหาความเอนเอียงจากการไม่ตอบแบบสอบถาม (Armstrong and Overton, 1977)

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และนำมาทำการลงรหัสเพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

4. ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์โมเดล
สมการโครงสร้าง ปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทาง
วิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการ
ปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่

ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาด
หลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิง
ประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ IBM
SPSS AMOS

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	Factor Loadings	Item-total correlation	Cronbach's Alpha
ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม	0.847-0.872	0.724-0.762	0.877
ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา	0.790-0.919	0.654-0.839	0.888
ความฉลาดทางดิจิทัล	0.813-0.876	0.598-0.692	0.797
ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์	0.901-0.955	0.783-0.894	0.916
ความฉลาดทางวิสัยทัศน์	0.771-0.844	0.519-0.620	0.751
ความฉลาดทางอารมณ์	0.815-0.947	0.618-0.855	0.849
ความฉลาดทางประสบการณ์	0.804-0.932	0.589-0.817	0.823
ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี	0.868-0.959	0.724-0.896	0.904
ความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน	0.841-0.934	0.677-0.835	0.881

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของ
ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่
เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 66.57
มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ
42.79 สถานภาพสมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ
56.09 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 211
คน คิดเป็นร้อยละ 59.77 มีประสบการณ์การทำงาน
มากกว่า 15 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.23
ดำรงตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายบัญชี จำนวน 92 คน คิดเป็น
ร้อยละ 26.06 และส่วนใหญ่เข้าอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพ
บัญชีเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ
68.27

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความฉลาดทางวิชาชีพ
ของนักบัญชียุคใหม่ พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยของระดับ
ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่สูงที่สุดคือ ความ
ฉลาดทางเชาว์ปัญญา ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.619)
รองลงมาคือ ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม ($\bar{X} =$
4.06, S.D. = 0.568) ความฉลาดทางดิจิทัล ($\bar{X} = 4.05$,
S.D. = 0.690) ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ ($\bar{X} = 4.04$, S.D.
= 0.668) ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.03$,

S.D. = 0.647) ความฉลาดทางอารมณ์ ($\bar{X} = 4.03$, S.D.
= 0.596) และความฉลาดทางประสบการณ์ ($\bar{X} = 3.89$,
S.D. = 0.717) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิผลการ
ปฏิบัติงานทางการบัญชี พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของ
ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. =
0.664) และสำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสำเร็จ
ทางการบัญชีที่ยั่งยืน พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของ
ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. =
0.734)

4. สำหรับผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์
สัน พบว่า ความฉลาดทางเชาว์ปัญหามีความสัมพันธ์เชิง
บวกกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีสูงสุด
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.645$) และ
ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชียังมีความสัมพันธ์
เชิงบวกกับความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืนอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.527$) นอกจากนี้
ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัว
แปรอิสระ (multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่าปัจจัย
การขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation
Factor: VIF) โดยผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF
อยู่ระหว่าง 1.335 – 1.717 ซึ่งไม่เกิน 10 (Hair et al.,

2010) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน นำมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างต่อไป แสดงดัง
ในระดับสูง หรือเรียกว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ ตารางที่ 2
ระหว่างตัวแปรอิสระ ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมในการ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ ประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืน

ตัวแปร	TQ	IQ	DQ	CQ	VQ	EQ	XQ	APE	SAS	VIF
$\bar{X}$	4.06	4.09	4.05	4.03	4.04	4.03	3.89	4.03	4.22	
S.D.	0.568	0.619	0.690	0.647	0.668	0.596	0.717	0.664	0.734	
TQ	1									1.647
IQ	.548***	1								1.517
DQ	.457***	.404***	1							1.335
CQ	-.013	-.112**	-.037	1						1.624
VQ	.015	-.048	.008	.543***	1					1.717
EQ	.253***	.128**	.158***	.412***	.446***	1				1.514
XQ	.094	.004	.098	.494***	.538***	.459***	1			1.640
APE	.620***	.645***	.496***	-.071	-.037	.285***	.062	1		
SAS	.355***	.472***	.421***	-.029	.030	.160***	.075	.527***	1	

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการประเมินความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง จากการวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าใช้ในการพิจารณา ได้แก่ ค่า $\chi^2 = 390.539$, $p\text{-value} = 0.129$, $df = 360$, $CMIN/DF = 1.085$, $RMSEA = 0.016$, $GFI = 0.932$ ซึ่งพบว่า ค่าไครสแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (CMIN/DF) เท่ากับ 1.085 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.932 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) เท่ากับ 0.016 มีค่าน้อยกว่า 0.08 จึงสรุปได้ว่าสถิติทั้ง 4 ค่าผ่านเกณฑ์การประเมินตามคำแนะนำของ Schumacker and Lomax (2010) ดังภาพที่ 2 ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีและความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนใน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

6. ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีจำนวน 8 สมมติฐาน โดยผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 3

ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = 0.27$, $t\text{-value} = 2.89$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่มีความรู้ทางวิชาชีพ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานตามจรรยาบรรณวิชาชีพอย่างเคร่งครัด มีอิทธิพลทำให้ผลการปฏิบัติงานมีความเป็นมาตรฐาน มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Peasai et al. (2020) ที่ระบุว่า ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพของนักบัญชีส่งผลต่อประสิทธิผลของการ

ปฏิบัติงานทางบัญชี ดังนั้น นักบัญชีต้องพัฒนาความรู้ทางการบัญชีให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้การปฏิบัติงานบัญชีมีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ และ Ratnaningsih et al. (2019) ได้พบว่า นักบัญชีที่ยึดมั่นในจรรยาบรรณ

วิชาชีพบัญชีจะประพฤติตนอย่างมีอาชีพ ด้วยการปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบ มีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองเพื่อให้ผลงานบรรลุแผนงานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	Std. Coefficient	t-value	ผลการทดสอบ
H1	TQ → APE	0.27***	2.89	ยอมรับสมมติฐาน
H2	IQ → APE	0.57***	5.99	ยอมรับสมมติฐาน
H3	DQ → APE	0.22***	3.52	ยอมรับสมมติฐาน
H4	CQ → APE	-0.17	-1.03	ปฏิเสธสมมติฐาน
H5	VQ → APE	-0.14	-0.66	ปฏิเสธสมมติฐาน
H6	EQ → APE	0.47***	3.26	ยอมรับสมมติฐาน
H7	XQ → APE	-0.07	-0.46	ปฏิเสธสมมติฐาน
H8	APE → SAS	0.63***	8.93	ยอมรับสมมติฐาน

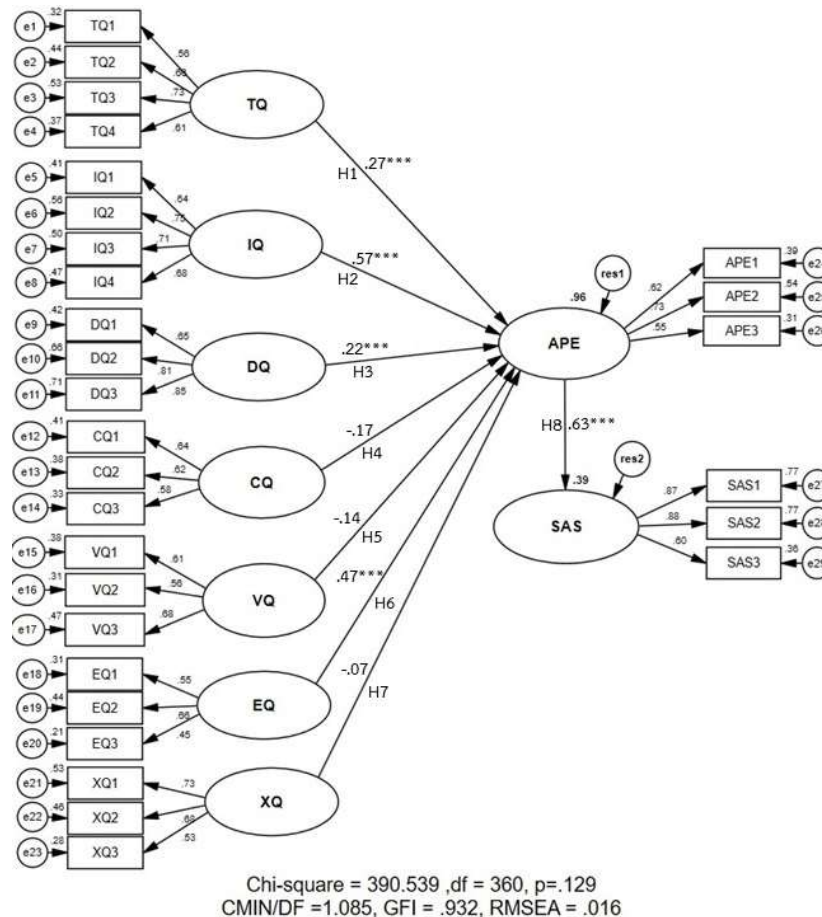
*** มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความฉลาดทางเชาว์ปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = 0.57$, $t\text{-value} = 5.99$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล คิดเป็นระบบและสามารถคิดแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม มีอิทธิพลทำให้ผลงานของนักบัญชีมีคุณภาพสูง โดยนักบัญชีจะเข้าใจสถานการณ์ทางธุรกิจจนสามารถนำข้อมูลทางบัญชีและข้อมูลอื่น ๆ ที่มีอยู่มาคิดเชื่อมโยงเพื่อจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณค่าให้แก่องค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Linjee et.al. (2020) ที่อธิบายว่า นักบัญชีที่มีทักษะการคิดวิเคราะห์ที่ดี สามารถใช้ความรู้ประกอบการให้เหตุผลได้อย่างเหมาะสม จะช่วยให้นักบัญชีสามารถตัดสินใจและใช้ดุลยพินิจที่ดีในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนระหว่างการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนสามารถบรรลุเป้าหมายของงานได้ ความฉลาดทางดิจิทัลมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = 0.22$, $t\text{-value} = 3.52$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่มีความรู้และทักษะทางเทคโนโลยีสมัยใหม่และสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานบัญชีได้อย่างเหมาะสม มีอิทธิพลทำให้การปฏิบัติงาน

บัญชีมีความรวดเร็ว ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากขึ้น เพราะการใช้เทคโนโลยีจะช่วยลดอัตราความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน ลดเวลาการปฏิบัติงานและช่วยลดการใช้ทรัพยากรในองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Srichainat (2019) ที่ได้กล่าวว่า นักบัญชีที่มีความรู้และทักษะด้านการนำเทคโนโลยีระบบคลาวด์มาใช้ในการออกเอกสารและจัดเก็บเอกสารบนคลาวด์ จะช่วยประหยัดเวลาการทำงาน ลดต้นทุนในด้านการทำบัญชีและการวิเคราะห์ข้อมูลทางการบัญชีที่มีความถูกต้องแม่นยำขึ้น ความฉลาดทางความคิดสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = -0.17$, $t\text{-value} = -1.03$, $p > 0.01$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังไม่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเองมาทำให้เกิดประโยชน์ในการปฏิบัติงานบัญชีได้ เนื่องจากบริษัทต้องจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินสำหรับกิจการที่มีส่วนได้เสียต่อสาธารณะ (PAEs) อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะในเรื่องของหลักการบัญชี การจัดทำงบการเงินรูปแบบของงบการเงิน รวมถึงการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ Sokhwanfa (2016) ที่อธิบายว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นกลุ่มบริษัทที่

ต้องจัดทำงบการเงินตามมาตรฐานบัญชีอย่างเคร่งครัด และ ก.ล.ต. ยังได้ร่วมกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดทำแนวปฏิบัติที่กำหนดให้บริษัทต้องปฏิบัติให้สอดคล้องกับหลักการขององค์การเพื่อความร่วมมือทาง

เศรษฐกิจ และการพัฒนาด้วย (OECD) ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่านักบัญชียังไม่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนในการปฏิบัติงานบัญชีได้ เพราะอาจเสี่ยงกับการขัดต่อหลักกฎระเบียบและข้อบังคับต่าง ๆ



ภาพที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชียุคใหม่ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืน ของนักบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความฉลาดทางวิสัยทัศน์ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = -0.14$, $t\text{-value} = -0.66$, $p > 0.01$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่กำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน หรือคาดการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า ไม่ได้มี อิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานด้านการบัญชีของตนเอง เนื่องจากแนวทางการปฏิบัติงานที่นักบัญชีได้กำหนดหรือ คาดการณ์ไว้ล่วงหน้าอาจไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง ในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้นักบัญชี ไม่สามารถนำแนวทางการปฏิบัติงานดังกล่าวมาใช้ในการ

ปฏิบัติจริงได้ ซึ่งสอดคล้องกับ The Stock Exchange of Thailand (2020) ที่ระบุว่า ผลประกอบการของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ทำให้บริษัทต้องพร้อมปรับกลยุทธ์ธุรกิจและกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป อยู่เสมอ จึงเป็นไปได้ว่าแนวทางการปฏิบัติงานที่นักบัญชี ได้กำหนดหรือคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าอาจไม่สอดคล้องกับ สถานการณ์ในปัจจุบันทำให้นักบัญชีไม่สามารถนำแนว ทางการปฏิบัติงานที่กำหนดขึ้นภายใต้วิสัยทัศน์ในอดีตมา

ใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานบัญชีในปัจจุบัน ได้ความฉลาดทางอารมณ์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = 0.47$, $t\text{-value} = 3.26$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 6 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่ตระหนักรู้ถึงอารมณ์และความรู้สึกของตนเอง รู้จักการควบคุมอารมณ์ สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นและสามารถจัดการความเครียดได้ จะส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักบัญชีสามารถปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพของตนเอง มีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้และมีแรงจูงใจในการสร้างผลงานที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ Asri and Made (2018) ที่ระบุว่า ความฉลาดทางอารมณ์มีความสำคัญต่อความสำเร็จของนักบัญชีมืออาชีพ เนื่องจากนักบัญชีที่มีความเข้าใจในตนเองและผู้อื่นจนสามารถปรับตัวและร่วมงานกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันทั้งในเรื่องประสบการณ์และแนวปฏิบัติ ที่ดี นำไปสู่การปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

ความฉลาดทางประสบการณ์ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี ($\beta = -0.07$, $t\text{-value} = -0.46$, $p > 0.01$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 7 แสดงให้เห็นว่านักบัญชีที่บูรณาการความรู้ความเข้าใจจากการปฏิบัติงานด้านการบัญชีในอดีตมาใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติงานในปัจจุบันไม่ได้ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการบัญชี เนื่องจากนักบัญชีที่เน้นใช้ประสบการณ์การปฏิบัติงานในอดีตเป็นหลักในการปฏิบัติงาน ถ้าขาดการเรียนรู้สิ่งใหม่เพิ่มเติม ก็จะทำให้ประสบการณ์เดิมหรือวิธีการปฏิบัติงานรูปแบบเดิมไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน โดย Yonathan et. al (2019) ได้อธิบายว่า ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานบัญชีในอดีตอาจไม่สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในปัจจุบันได้เสมอไป การที่ประสบการณ์จากการปฏิบัติงานในอดีตจะเป็นประโยชน์ได้นั้น จะต้องมีการศึกษาหาความรู้ใหม่เพิ่มเติมด้วย เพื่อช่วยเพิ่มพูนทักษะและความรู้ของตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพราะกฎหมาย ข้อบังคับและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต ทำให้ประสบการณ์เดิมจึงอาจไม่เหมาะสมกับสถานการณ์ใน

ปัจจุบันแล้วประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสำเร็จทางการบัญชีอย่างยั่งยืน ($\beta = 0.63$, $t\text{-value} = 8.93$, $p < 0.01$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 8 แสดงให้เห็นว่า นักบัญชีที่สามารถปฏิบัติงานด้านการบัญชีที่บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ สามารถจัดทำข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลย้อนกลับได้ จะทำให้นักบัญชีได้ยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย มีความก้าวหน้าในอาชีพ และสามารถดำรงอยู่ในวิชาชีพได้อย่างมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sari (2015) ที่กล่าวว่า นักบัญชีที่สามารถจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้อง เพียงพอและเป็นประโยชน์ จะทำให้ผู้ใช้ข้อมูลในองค์กรพึงพอใจและได้รับการยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกฝ่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. องค์กรวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาความรู้และทักษะเกี่ยวกับความฉลาดทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 เพื่อพัฒนาขีดความสามารถนักบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการของวิชาชีพบัญชีในอนาคต โดยจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชี ยุคใหม่ พบว่า ความฉลาดทางเชาว์ปัญญามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้น สภาวิชาชีพบัญชีฯ ควรมุ่งเน้นการจัดอบรมเกี่ยวกับเรื่องการคิดวิเคราะห์ การใช้เหตุผลและการคิดเชื่อมโยงเชิงตรรกะให้กับนักบัญชี เช่น การฝึกอบรมการวิเคราะห์งบการเงิน รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ในเชิงพื้นฐานที่มีผลกระทบ เป็นต้น

2. สถาบันการศึกษาที่มีการผลิตบัญชีบัณฑิต อาจใช้ผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บัณฑิตบัญชีในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. นักบัญชียุคใหม่ควรเพิ่มพูนองค์ความรู้ให้กับตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความฉลาดทางเทคนิคและจริยธรรม ความฉลาดทางเชาว์

ปัญญา ความฉลาดทางดิจิทัลและความฉลาดทางอารมณ์ มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี ดังนั้น นักบัญชียุคใหม่ควรปรับตัวพฤติกรรมและพัฒนาความสามารถของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและวิชาชีพบัญชี โดยควรเน้นพัฒนาศักยภาพด้านความรู้และเทคนิคทางวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง ฝึกการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลขและการเชื่อมโยงเหตุผลเรื่องต่าง ๆ ทางธุรกิจ พัฒนากิจกรรมใช้เทคโนโลยีดิจิทัลกับงานบัญชี รวมถึงพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากความสามารถเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้ผลงานของนักบัญชีมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ นำไปสู่การสร้างความก้าวหน้าในอาชีพได้อย่างยั่งยืน

2. บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างแบบทดสอบหรือแบบสัมภาษณ์เพื่อรับสมัครพนักงานบัญชีใหม่ ซึ่งอาจช่วยคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กรได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

1. ผลการวิจัยพบว่า ความฉลาดทางเชาว์ปัญญา มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชีมากที่สุด ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความฉลาดทางเชาว์ปัญญา เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการพัฒนาความฉลาดทางเชาว์

ปัญญาที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักบัญชี

2. ควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของความฉลาดทางวิชาชีพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชียุคใหม่ต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานทางการบัญชี และความสำเร็จทางการบัญชีที่ยั่งยืนในกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ เช่น นักบัญชีในอุตสาหกรรมอื่น ผู้ตรวจสอบบัญชีรับอนุญาต ผู้ตรวจสอบบัญชีภาษีอากร ผู้ตรวจเงินแผ่นดิน เป็นต้น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความเป็นสากล (Generalization)

3. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาความฉลาดทางวิชาชีพของนักบัญชี โดยการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปริมาณ เช่น การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อให้ได้รายละเอียดเรื่องแนวทางการพัฒนาความฉลาดทางวิชาชีพนักบัญชีที่สมบูรณ์ขึ้น

4. การวิจัยครั้งนี้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) สำหรับการวิจัยในอนาคตอาจจะใช้วิธีการอื่น เช่น การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) หรือ การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นต้น เนื่องจากเป็นวิธีทางสถิติที่สามารถใช้ยืนยันโครงสร้างของทฤษฎีว่าสามารถนำไปใช้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้จริง

References

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- ACCA. (2016). Professional Accountants – the future: Drivers of Change and Future Skills. Retrieved from file:///C:/Users/Asus/Downloads/pi-professional-accountants-the-future%20(1).pdf
- Ahinful, G. S., Addo, S., Boateng, F. O., & Boakye, J. D. (2017). Accounting Ethics and the Professional Accountant: The Case of Ghana. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*. 1(1), 30-36. doi: 10.33094/8.2017.11.30.36
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1997). Estimating Non Response Bias Mail Surveys. *Journal of Marketing Research*. 14, 396-402.
- Asri, J. L., & Made, S. I. (2018). The Effect of Intellectual Intelligence, Emotional Intelligence, Spiritual Intelligence and Types of Accountant Professions at

- Ethical Attitudes of Master Accounting Students. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*. 7(79), 195-204. doi: <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-07.21>
- Bar-On, R. (1997). *The emotional quotient inventory (EQ-i): A test of emotional intelligence*. Toronto: Multi-Health Systems.
- Boonchaay, N. (2020). The Age of Disruptive Technology and the Development of Innovative Accountants. *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*. 3(1), 15-26.
- Chularee, S., & Chiaranai, C. (2018). *Systematic Thinking ability of Suranaree University of Technology's Scholars (Institutional Research Report)*. Suranaree University.
- Churchill, Jr. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*. 16, 64-73.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Dampitakse, K., & Boontawee, N. (2020). The Impact of Digital Accounting System on Business Corporation Accountants. *RMUTT Global Business and Economics Review*. 15(2), 59-72.
- Federation of Accounting Professions. (2020). *Management Accountants in the Digital Age*. Retrieved from <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/126283>
- Gede, B. L. L., & Ketut, Y. (2018). The Effect of Intelligence Quotient on the Level of Understanding of Accounting with Spiritual Quotient and Adversity Quotient as a Moderating Variables. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 41(1), 148-157.
- Gordon, S. (2018). *Technology Advancement Influence in Accounting and Information System Fields (Undergraduate's thesis)*. University of Nairobi.
- Hair, J. F. Jr., Black W. C., Babin B. J., Anderson R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). New Jersey: Pearson Education International.
- Kamfun, H., & Pongpanpattana, J. (2017). Effect of Accounting Vision on Efficiency of Accounting Practice in Hotel Business in North of Thailand. *Humanities and Social Sciences Journal of Graduate School, Pibulsongkram Rajabhat University*. 11(2), 135-146.
- Kaneko, P., & Yimruan, S. (2018). Thai Accountant Competencies, Accounting Experience, Accountability Attitude, and Adaptation Capabilities, on Success in Accounting Profession after ASEAN Economic Community. *Asian Administration and Management Review*. 1(1), 115-122.
- Linjee, C., Homkaew, K., & Boon-lam, S. (2020). Knowledge and Professional Skills of Accountants at the Certified Accounting Practice in Thailand. *Journal of Arts Management*. 4(1), 34-45.
- Marwaha, S., & Seth, G. (2016). Analyzing Impact of Creative Quotient on Students' Participation and Performance in Extra-Curricular Activities. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*. 2(5), 97-107.
- Meemak, T., Ankyos, T., & Ankyos, T. (2016). Accountants' Knowledge Competency and Performance Standards Affecting the

- Quality of Financial Statement Reports of the Subdistrict Administrative Organizations in Nakhon Ratchasima Province. *APHEIT Journals*. 22(1), 119-133.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Peasai, K., Wongsirisathaporn, J., & Panya, P. (2020). The Effect of Personal Development to Accounting Practice Performance of Accountants in the Northern Industrial. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*. 15(1), 89-113.
- Pragoddee, P., Boonlua, S., & Muenthaisong, K. (2018). Strategic Accounting Practice Process Orientation and Accounting Success: An Empirical Research of Small and Medium Enterprises (SMEs) Auto Parts Businesses in Thailand. *Panyapiwat Journal*. 10(2), 89-103.
- Prapaisri, P., & Nuntapun, K. (2020). Professional Development Guidelines for Accounting Professionals in The Digital Age. *Journal of MCU Nakhondhat*. 7(12), 421-435.
- Ratnaningsih, R., Al-Hadi, & Diana, A. L. (2019). The Effect of Accountant Professional Ethic's Education and Religiosity on Student's Perception of Accountant's Ethical Behavior. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 127, (1-4).
- Rodjam, C., & Mungsing, R. (2019). A Confirmatory Factor Analysis of Accountants' Competency in Desirable Accountants' Qualifications. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*. 5(1), 29-44.
- Sangempong, S. (2016). *Job Performance Efficiency: A Case Study for Operating Officers of Telecommunication Tower Department of TOT Public Company Limited (Master's thesis)*. Krirk University.
- Santoso, A. L. (2018). Emotional Intelligence and Job Performance of Accounting Students Undertaking Internships. *Journal of Management and Marketing Review*. 3(1), 40-47.
- Sarapaiwanit, N. (2020). *The Mission of Desirable Accountant Production for dealing with disruption of the Department of Accounting, Chiang Mai University*. Retrieved from <https://shorturl.asia/TkoZn>
- Sari, E. N. (2015). Accounting Practices Effectiveness and Good Governance: Mediating Effects of Accounting Information Quality in Municipal Office of Medan City, Indonesia. *Research Journal of Finance and Accounting*. 6(2), 1-11.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. (3rd ed). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sokhwanfa, B. (2016). *Annual Report Disclosures Under Corporate Governance and Stakeholders benefits: Evidence from The Stock Exchange of Thailand 2015 (Master's thesis)*. Thammasat University.
- Srichainat, A. (2019). *Technology Skills of Accounting Professionals in The Digital Age (Master's thesis)*. Dhurakij Pundit University.
- Srithonrach, B. (2018). Effect of Accounting Expertise on Work Efficiency of Accountant Business in Roi-Kaen-Sarn-Sin Province Group. *Journal of*

- Management Science Chiang Rai Rajabhat University*. 13(2), 103-124.
- Sternberg, R.J. (1997). *Successful intelligence*. New York: Plume.
- Sukh-Manthum, T. (2014). Learn From the Past to Develop and Plan for Operational Improvements. Retrieved from <https://1th.me/FQubp>.
- Supapinit, A. (2015). *Relationship Between Accounting Practice and Job Efficiency of Higher Education Institutions of Thailand (Institutional Research Report)*. Sripatum University.
- The Stock Exchange of Thailand. (2020). *List of Companies /Securities*. Retrieved from shorturl.asia/gJlh3.
- The Stock Exchange of Thailand. (2020). *SET CEO Survey Economic Outlook (Apr – Dec 2020)*. Retrieved from https://www.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1598256517138.pdf.
- Yonathan, S., Nur. L., & Andi, A. (2019). The Influence of Experience, Motivation and Professional Commitment on Employee Performance and Job Satisfaction at the Audit Firm in Indonesia. *Revista Espacios*. 40(27), 1-25.
- Yuenyaw, P. (2018). Quotient Factors Affecting Desirable Characteristics of Bachelor of Education Curriculum's Students in Nakhon Pathom Rajabhat University. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. 11(1), 1961-1977.

ผลกระทบของแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ต่อความสำเร็จของธุรกิจ:
หลักฐานจากนิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย
**The Impact of Contemporary Management Accounting Practices on Business
Success: Evidence from Industrial Estates in the Eastern Economic Corridor,
Thailand**

อนุชา ทัพยอม^{1*}

Anucha Thapayom

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ต่อคุณภาพสารสนเทศทางบัญชี ความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ แนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ประกอบด้วย การจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ การจัดการงบประมาณที่ครอบคลุม การประเมินผลการดำเนินงานแบบบูรณาการ และแนวทางการตัดสินใจที่มีประสิทธิผล ในการวิจัยนี้มีกิจการในนิคมอุตสาหกรรมในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 353 กิจการ เป็นตัวอย่างของการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า การจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และแนวทางการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพสารสนเทศทางบัญชี ความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ ในขณะที่การจัดการงบประมาณที่ครอบคลุมมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อคุณภาพสารสนเทศทางบัญชี ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ และการประเมินผลการดำเนินงานแบบบูรณาการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ นอกจากนี้คุณภาพสารสนเทศทางบัญชี และความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ นอกจากนั้นความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น บริษัทจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับแนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ โดยเฉพาะด้านการจัดการต้นทุนเชิงกลยุทธ์ และแนวทางการตัดสินใจที่มีประสิทธิผลเพราะเป็นส่วนขับเคลื่อนสำคัญในการนำองค์กรไปสู่ผลลัพธ์ทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสประสบความสำเร็จทางธุรกิจที่มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แนวปฏิบัติทางการบัญชีบริหารสมัยใหม่ คุณภาพสารสนเทศทางบัญชี ความคิดสร้างสรรค์ทางธุรกิจ ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ความสำเร็จของธุรกิจ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ อีเมล: anucha.t@fba.kmutnb.ac.th

Corresponding Author, Assistant Professor of Department of Accounting, Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, E-mail: anucha.t@fba.kmutnb.ac.th

วันที่รับบทความ (Received date): 19 July 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 10 November 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 15 December 2021

Abstract

This research aims at investigating the effects of contemporary management accounting practices on accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. Contemporary management accounting practices includes strategic cost management, comprehensive budget management, integrated performance evaluation and effective decision-making practices. In this research, 353 firms in industrial estates in the Eastern Economic Corridor, Thailand are the samples of the study. The results reveal that strategic cost management and effective decision-making practices have a significant positive influence on accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. Also, comprehensive budget management has a significant positive influence on accounting information quality, business competitiveness and business success. While integrated performance evaluation has a significant positive effect on business creativity, business competitiveness and business success. Besides, accounting information quality and business creativity have a significant positive effect on business competitiveness and business success. Likewise, business competitiveness has a significant positive influence on business success. Firms need to focus on contemporary management accounting practices especially in strategic cost management and effective decision-making practices, it is a key driver in leading organizations to effective business results that lead to greater business success opportunities.

Keywords: Contemporary Management Accounting Practices, Accounting Information Quality, Business Creativity, Business Competitiveness, Business Success, Eastern Economic Corridor

INTRODUCTION

The arrival of new technologies and intense competition have undoubtedly caused changes in the practice and structure of management accounting techniques (Ogunbade and Oyerogba, 2020). The changes may cause companies to appraisal their current practices to develop relevant in the dynamic environment (Mat and Smith, 2014). Management accounting is the method that measures, analyses and reports information of financial and non-financial which helps executives make decisions to achieve the goals of a business. A management accounting practices (MAPs) is a model, framework, process or technique that allows management accountants to facilitate decision-making, support strategic objectives, improve performance and add value (Chartered Institute of Management Accountants, 2013). Traditional management accounting practices (TMAPs) were established before the 1980s including variance

analysis, standard costing, return on investment, cost benefit analysis and budgeting. TMAPs focus on internally short-term and financially oriented. TMAPs are no longer seen as sufficient and appropriate for environment in today's business (Ahmad and Leftesi, 2014). Consequently, new MAPs have occurred which emphasize not only financial information but also on nonfinancial information to offer a strategic focus to a business's decisions (Pavlatos and Kostakis, 2015). These management accounting practices are referred to as contemporary management accounting practices (CMAPs) and interchangeably referred to in the literature as new, modern, innovative or advanced management accounting practices (Abdel-Maksoud, Cheffi and Ghoudi, 2016). CMAPs are considered as those practices that have the capability to relate processes, operations and/or activities with strategic outcomes.

CMAPs are viewed as being strategically focused. Also, CMAPs focus on both future and historical events and have affected the whole procedure of management accounting (Abdel-Kader and Luther, 2006). To succeed in the dynamic business environment practices such as activity-based costing, just-in-time, target costing and total quality management would significantly improve the capability of businesses to meet comprehensive competition (Hussein, 2018). A number of CMAPs have been established across a range of industries. Practices may vary among firms as well as among countries. The reasons for variances might be as a result of historical, political cultural, or sociological differences (Yalcin, 2012). An important body of research has been available focusing on MAPs in developing and developed countries such as Abdel-Kader and Luther (2006), Pavlatos and Kostakis (2015) and McLellan (2014). The results of these researches reveal a wide application of TMAPs even in the most developed countries and a low application of CMAPs. There is few evidences and a relative lack of knowledge about the existing implementation of CMAPs in Thailand which may limit the probable to advance it. Hence, this research is predictable to contribute significantly to the literature of management accounting by filling the gap in previous research by focused on four dimensions of CMAPs that have an impact to Business outcomes. Thus, the research contributes to knowledge and providing empirical comprehensions about importance to application of CMAPs in Thailand.

The research is conducted with firms in industrial estates in the Eastern Economic Corridor (EEC) because these firms are main parts of Thailand's economy and they have invested high amount of money in the industries. The EEC development lies at the heart of Thailand 4.0

scheme. The EEC is an area-based development initiative, aiming to revitalize the well-known Eastern Seaboard were, for 30 years. The EEC project initially focused on the three Eastern provinces, namely Rayong, Chonburi and Chachoengsao. The development plan of EEC imagines an important transformation of both social and physical development, plays a significant role as a regulatory sandbox uplifting the country's competitiveness. A combined infrastructure is established for EEC to become the major gateway to both the Asia Pacific and South East Asia in the upcoming years (The Eastern Economic Corridor Office of Thailand, 2020). Using this sample will expand the existing literature and give a clearer picture of how CMAPs can be applied to industrial businesses. Accordingly, the main objective of this research is to examine the impacts of contemporary management accounting practices on business success from firms in industrial estates in the Eastern Economic Corridor, Thailand.

LITERATURE REVIEW

Management accounting is a branch that consists of a set of social and institutional processes. Management accounting practices (MAPs) are due to interrelationship between social institution, organizational context, technologies and research contributions. As an important branch in accounting, management accounting practices have been developed to enhance decision making as well as management control (Tanui, 2020). MAPs refers to various methods, processes, procedures or rules used in a particular profession, especially considered in manufacturing industries, to support the business's infrastructure and management accounting procedures. Furthermore, MAPs help firms stay in the competition and keep up with the changing world because they give a significant competitive advantage for business to motivate behaviors, guide managerial action and

support and create necessary cultural values to complete strategic purposes (Kalifa et al., 2020). MAPs are separated into contemporary management accounting practices (CMAPs) and traditional management accounting practices (TMAPs). In the past, TMAPs were used by many organizations. These practices focused on costs, failed to signify the whole depiction, have short term focus (Pavlatos and Paggios, 2009). From these features of TMAPs, it can be noted that change is inevitable given the current business environment. Therefore, CMAPs emerged to level modern business developments. CMAPs has emerged to be more superior given the current dynamism in the business environment. Performance of enterprises to be determined by environmental dynamics. As a result, the adoption of practices which measures performance in the changing environment.

CMAPs are typically different from that of traditional management accounting as they enable managers to make sound decisions to minimize cost as well in the same time add value to the products and services by improving the quality of products, which is required by the customers, and reduce waste. In addition, the modern management accounting systems allow the organization as whole to develop the innovative capacity of the organization and flexibility so that it can continually change and improve performance financially as well in its non-financial areas of performance. To conclude, CMAPs relevant to modern organizational management issues as well rectify and reform TMAPs to make decisions and specialized decisions based on relevant financial and non-financial information depending on the nature of activities, size, external circumstances and market conditions, customer profiles, organizational human resource issues, structural issues.

The research employs two main theories: contingency theory and stewardship theory, which

explains the relationships between CMAPs and the consequences. Contingency as any variable that controls the result of firm characteristics on firm performance. Hence, the contingency theory is paramount to describe how CMAPs can affect the firm performance. Kariuki and Kamau (2016) agrees that contingency theory is created on the principle that there is no generally appropriate accounting system which applies equally to all businesses in all circumstances. In essence, each firm will have its own management accounting practices. The theory aspects at certain significant factors that will support management to choose on a suitable management accounting practice. The stewardship theory believes that executives are involved to perform in the optimal interest of the shareholders; thus, executives look for the business's objective success, and they maximize as well as defend the shareholders' wealth. According to the stewardship theory, executives are motivated by intrinsic rewards; they satisfy themselves when they accomplish their goal challenge and gain acceptance from their peers, the board, and the shareholders (Ratnatunga and Alam, 2011). Because they believe that ownership will equitably share a firm's profit with them, they do the best for the firm as they would do for themselves, leading to the alignment of the firm's and the manager's objective.

CMAPs can play an important role in providing analytical frameworks and information for managers. Techniques, such as activity-based costing (ABC), balanced scorecards (BSC) and benchmarking performance (BP), can provide relevant mechanisms to help manage change and improve performance. The application of CMAPs has been examined in previous studies. This research builds on the accumulated results of prior research and adopted from Abdel-Kader and Pavlatos and Kostakis (2015) and Hussein (2018). It has classified CMAPs into four categories based on

executive's information needs: (1) strategic cost management, (2) comprehensive budget management, (3) integrated performance evaluation, and (4) effective decision-making practices. Also, literature review found that consequences of CMAPs implementation comprise numerous outcomes. This research used business outcome perspectives include accounting information quality, business creativity, business

competitiveness, and business success are consequences of CMAPs implementation (Hussein, 2018; Janudin et al., 2019; Tanui, 2020). The conceptual model presents the relations among CMAPs, accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success through as shown in Figure 1.

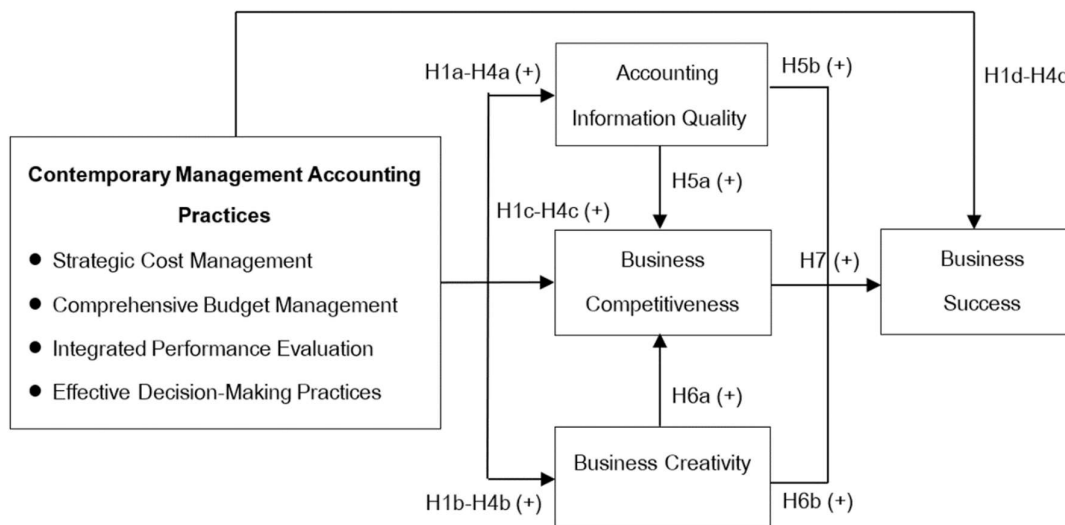


Figure 1 The conceptual model of the relationships among contemporary management accounting practices, accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success

Strategic Cost Management

Strategic cost management refers to the method of identifying, collecting, measuring, analyzing, interpreting, and reporting cost information valuable to both external and internal groups concerned with the way in which a firm uses its resources to meet its purposes (Bangladesh Cost Accounting Standards, 2019). Strategic cost management offers a structured means to compute the cost of main corporate processes by individual activity and service/product. Strategic cost management combines current financial accounting, work measurement information and workload to produce timely, useful and relevant information for managers (Grant Thornton, 2013). Strategic cost

management employs cause-effect relations to allocate direct, indirect, and manufacturing overhead resources to corporate activities. It then allocates these activity costs to services and products, again on a cause-effect basis. Consequently, it yields both correct, defensible calculations of full program cost and insight into the association between inputs and outputs by strategic cost management drives effectiveness and efficiency in a firm by integrating cost information with the decision-making framework to support the overall organizational strategy. It is not limited to controlling costs but using cost information for management decision making. The cost management techniques should be such that they improve the strategic position of a business apart from focusing

on controlling costs. These strategic cost management tools and practices can help resolve point problems quickly and can be combined with other agency initiatives such as value analysis, managerial cost accounting, target costing, analysis of alternatives, and activity-based costing (Yalcin, 2019).

The previous research of Abdelraheem, Serajeldin and Jedo (2017), it was found that strategic costing management help firm to decrease costs and to support the competitive advantage. Likewise, strategic costing management is a modern accounting method that helps firms provides cost information that helps management make decisions in addition to contribute to the development of strategies to complete the competitive advantages of the organization in the short and long term (Sayed, 2010). Moreover, strategic cost management is one of the methods of valuable strategic management accounting and it affects companies gained competitive advantage and increased success of business (Phomlaphatrachakom, 2018). In additional, strategic cost management is an instrument with usefulness for companies to increase competitive information richness, decision making, which has influence on their goal achievement (Wangcharoendate, 2015). Therefore, the associations are hypothesized as follows:

Hypothesis 1: Strategic cost management is positively related to a) accounting information quality, b) business creativity, c) business competitiveness and d) business success.

Comprehensive Budget Management

Comprehensive budget management is the second dimension of CMAPs. Budgeting is a powerful instrument for economic policy implementation, from prioritizing, generating applicable allocation to securing the steadiness of economics, up until influencing the economy as a full review is essential. Budgeting systems are significant component of financial results

control system. A budget refers to a quantitative expression of a plan of action by the firm for a specified period. Overall purposes of the firm are translated in to details by mutually agreement amongst firm members in budget preparation. Comprehensive budget management offers clear guidelines for executives to translate organizational purposes into specific task. It helps executives to communicate and coordinate attention directed to most important area (Janudin et al., 2019). Comprehensive budget management refers to the strategy-oriented, comprehensive forecasting and planning of business activities and corresponding financial results in a certain period of time in the future, scientifically and rationally allocating various financial and non-financial resources of the enterprise, and supervising the implementation process. And analysis, evaluate and feedback the implementation results, guide the improvement and adjustment of business activities, and then achieve the activities of the company's strategic goals (Wenming, 2019).

Comprehensive budget management purposes to improve the efficiency and effectiveness of expenditure by linking the funding of organizations to the results they deliver. It uses systematic performance information (indicators, program costings, evaluations etc.) to make this link. The impact of comprehensive budget management may be felt in improved prioritization of expenditure, and in improved service effectiveness and/or efficiency. It usually also emphasizes giving their managers greater flexibility in the use of resources than they would typically have under traditional tightly-controlled management systems (Centers for Learning on Evaluation and Results, 2016). Comprehensive budget management plays a vital role in corporate success as it supports in the business's operational planning, communication of goals, performance evaluation, controlling cost and strategy formation which helps the firm to achieve its overall objective (Song and Yi, 2015). Also, Perez

(2019) indicated that comprehensive budget management is fundamental aspects for the correct administration of the financial behavior of any business. It is complementary and necessary to guarantee smooth operation. Estimating a budget is the first step towards the stability of the business. The findings support the hypothesis that budgeting is a determining factor in organizational management and contributes significantly towards financial success. Moreover, Budget management effectively motivates employees and effectively enhances their business (Shi and Huang, 2013). Respectively, the related hypotheses are postulated as the following:

Hypothesis 2: Comprehensive budget management is positively related to a) accounting information quality, b) business creativity, c) business competitiveness and d) business success.

Integrated Performance Evaluation

Integrated performance evaluation is a basic management method that becomes a means to determine performance and support strategic management functions. The benefits of integrated performance evaluation comprise decision making, communication, performance measurement, strategy management and learning and improvement. Integrated performance evaluation has been established to simplify and integrate the performance evaluation system in a single system and adapt to firm processes and activities, to create indicators that inspire continuous improvement of decentralized teams, and to link goals with external and internal needs (Olivella and Gregorio, 2015). Integrated performance evaluation is a systematic process for obtaining valid information about organizational performance and the factors that affect performance. It differs from other types of evaluations because the assessment emphasizes on the organization as the primary unit of analysis. To better understand what they can or should change

to improve their ability to perform, organizations can conduct organizational assessments. This diagnostic tool can help organizations obtain useful data on their performance, identify important factors that aid or impede their achievement of results, and situate themselves with respect to competitors (Gallagher, 2019). Integrated performance evaluation considers both non-financial and financial performance measures associated with external and internal views that allows a comprehensive and integrated performance management. For instance, balanced scorecard assumes an external and internal orientation paralleled with forward-looking orientation. Integrated performance evaluation occurs from knowledge combination and cross-functional co-operation and alignment of individual actions and interactions across the value chain. In this research, Integrated performance evaluation is defined as the comprehensiveness of the measures by providing firms' consistency with each other and according to business strategies that reflects to all appropriate features of business performance and value creation (Giovannoni and Maraghini, 2013).

Integrated performance evaluation is supports firms' capabilities and competences in dealing with the competitive corporate environments and achieving competitive advantage and success. Firms have implemented integrated performance evaluation to create competitive advantage and increase their performance and success (Lata, Boonlua and Raksong, 2019). Also, Hannimitkulchai, Phornlaphatrachakorn and Pratoom (2019) indicate that integrated performance evaluation is a main component of sustainable competitive advantage for enhance decision-making success, operational goal achievement, and firm growth. Consistent with Thapayom (2019), found that integrated performance evaluation has a significant positive effect on competitiveness and sustainable performance. Also, integrated performance evaluation is also a main factor of business creativity and firm

success (Phornlaphatrachakorn, 2017). Therefore, the associations are hypothesized as follows:

Hypothesis 3: Integrated performance evaluation is positively related to a) accounting information quality, b) business creativity, c) business competitiveness and d) business success.

Effective Decision-Making Practices

Effective decision-making practices is the last dimension of CMAPs. Reveal that effective decision-making practices is the most significant factor in today's fast and changing competitive environment. Management accounting includes procedure of supplying the executives with relevant information. It combines non-financial and financial information. In a broader perspective, the information will be use to making decision, allocate resources, evaluating performance and monitoring. Effective decision-making practices providing feedback about historical operations and prospective by predicting future events. Ideally, it can become a source of competitive advantage for firm and provides the managers for effective decision making (Janudin et al., 2019). An accurate information is the main component in developing strategy as well as to monitor end result of strategy implementation. The evolution of management accounting from cost measurement to planning has seen the introduction of product profitability analysis, cost-volume-profit analysis, variance analysis and customer profitability analysis (Hussein, 2018). In this research, effective decision-making practices is defined as a procedure structured from the activities of information collecting, processing and assessment that emphasize the use of statistical analysis; as a process of knowledge and information transformation in executive activities such as strategic pricing, strategic costing and brand valuation (Thiess and Müller, 2018).

Effective decision-making practices involve a set of instruments enabling data collection, analysis

and distribution, and taking action based on corporate information, with a view to making better corporate decisions. It focusses on the use of technology to support decision-making such as commonly used office software (e.g., MS Office, Open Office). Spreadsheets are used for numerical analyses, word processors to construct arguments and presentation packages to construct visually convincing arguments. Technology is also used for information collection, which is performed by means of web search tools and electronic accessing of journals (Turpin and Marais, 2004). It enables management to receive appropriate information for meaningful decision making. Effective decision-making practices contributed to the success of the entities (Alleyne and Weekes-Marshall, 2011). It increases the number of good decisions and cuts failure rates in half (Larson, 2016). The prior research shown that effective decision-making practices supported the firm structure and management accounting processes. Effective decision-making practices can offer relevant information for capital investment decisions, which allow accountants to estimate payback period, discounted cash flow, and accounting rate of return. The study of Alsoboa, found that decision-making practices have a positive influence on Jordanian hotels' performance. Moreover, effective decision-making practices is an important organizational practice, and strategic decisions are the most significant decisions made in a business because of its importance for firm achievement (Matic and Bulog, 2012). Therefore, the associations are hypothesized as follows:

Hypothesis 4: Decision making support is positively related to a) accounting information quality, b) business creativity, c) business competitiveness and d) business success.

Accounting Information Quality

Problems of information quality can influence on operations, lower worker job-satisfaction and increase costs, while increasing customer dissatisfaction. In a modern world, a quality of information is potent in that it directs the firm's future. This is because good information quality can lead to achievement while poor information quality can lead to failure of the corporate. Accordingly, information quality criteria have become significant considerations for any firm that wants to carry out a diversity of processes well (Wongsim and Gao, 2011). Valuable information is directly linked to how it helps decision makers complete their business's goals. It can help people and their firms perform their tasks more effectively and efficiently (Fardinal, 2013). Hejazi, Abdolvand and Harandi (2017) proposes that information quality dimensions consist of accuracy, relevance, timeliness, completeness, and summarizing. indicate that dimensions of information quality are accurate, timely, relevant and complete. In this research, accounting information quality defined as the accuracy, timeliness, completeness, consistency and relevance of the use accounting information applied to solve the problem and forecast the economic event correctly and clearly (Zhai and Wang, 2016).

Prior research found that accounting information quality helps executives to identify greater investment opportunities and improve superior investment decisions through greater identification of projects and more truthful accounting numbers for internal decision makers (Elaoud and Jarboui, 2017). Also, accounting information quality represents economic phenomena of operations and businesses and it needs to be complete, neutral and free from error (Drum, Pernsteiner and Revak 2017). Companies with more accounting information quality can generate better business value and encourage more success of business. Hence, businesses with

effective management accounting system can provide accounting information quality in order to reach their success (Phornlaphatrachakorn, 2020). Consistent with Thapayom and Ussahawanitchakit (2015), the finding reveal that accounting information quality is positively related to firm success. Therefore, the associations are hypothesized as follows:

Hypothesis 5: Accounting information quality is positively related to a) business competitiveness and b) business success.

Business Creativity

In unpredictably and dynamically changing environment becomes creativity a significant factor of businesses success because it affects innovation development and consequently the business profit and success (Sirková, Ali Taha and Ferencova, 2014). Creativity is important especially in the situations when established routines or experience do not work. In this context, creativity is perceived almost as a prerequisite to manage renewal and change (Reckhenrich, Kupp and Anderson, 2009). Also, business creativity explicitly focuses on useful, valuable and new product, idea, service, process and procedure by individuals working together in a complex social system of a firm. In this research, business creativity defined as a creation of ideas which are both applicable and novel to an identified opportunity of a business (Moultrie and Young, 2009).

Business creativity helps firms offer better and new solutions to customer and business problems, make new levels of quantity, quality, customer satisfaction, and cost and becomes an important to market success and improved operating competence through a generation procedure by teams, individuals and groups in their firms produce novel, new, original and useful ideas (Mostafa and El-Masry, 2008). It is key factor of competitiveness, innovative capacity and growing businesses performance. The importance of

business creativity lies mainly in its close link to innovation as well as the fact that it is perceived as a cause of socio-economic development of companies (Sirková, Ali Taha and Ferencova, 2014). Better business creativity tends to increase more business outcomes and success in the complex environments and markets. Then, business creativity becomes a valuable business asset that initials firms' competitive advantage and support firm to succeed in business activities and operations. Consequently, business creativity possibly has a positive influence on business effectiveness, business efficiency and business success (Phornlaphatrachakorn, 2020). Therefore, the hypotheses are proposed as follows:

Hypothesis 6: Business creativity is positively related to a) business competitiveness, and b) business success.

Business Competitiveness

A success of CMAPs implementation is a significant factor that affects businesses' competitive position and it positively improves firms to increase competitiveness. To improve competitiveness, companies need to adjust to competitors' environments with fast answers, reforming and improving operational procedures and applying valuable strategies appropriately. It leads to their competitiveness that relates to greater success and long-term survival (Abdelraheem, Serajeldin and Jedo, 2017). In this research, business competitiveness defined as a capacity of organizations to make a business difficult to be replaced by competitors (Chuang and Huang 2015).

Business competitiveness can support companies sustain revenue growth and profit margins. Business competitiveness is a significant mechanism for improving organizations' performance, growth and success. It positively leads to business success in the riotous markets. Moreover, companies with improved business competitiveness can acquire their greater success in

extremely turbulent environments. They are likely to increase success in doing business. Furthermore, business competitiveness refers to a capacity of organizations to sustain their long-term performance better than competitors in the markets (Venter, Turyakira and Smith, 2014). Also, Thapayom (2019) reveal that business competitiveness is a key determinant of organizational sustainable performance. The hypotheses are proposed as follows:

Hypothesis 7: Business competitiveness is positively related to business success.

Business Success

Business success is the last consequence of CMAPs in this research. Business success is a high level of confidence in businesses' capacities, abilities and competencies to complete their objectives and goals (Ahmad et al., 2010). Its measurements include financial characteristics, such as sales growth, sales turnover, market share, return on assets, sales margins, and survival rates, and non-financial characteristics, such as customer satisfaction, customer retention, business's image and reputation, good workplace relations, employee's satisfaction and social responsibility (Rahman et al., 2015). These financial characteristics seem to emphasis on short-term perspectives whereas non-financial perspectives tend to focus on long-term perspectives. Consequently, superior business success is likely to generate increased long-term survival. Therefore, business success becomes the highest goal achievement via implementing strategic business tool of CMAPs. In this research, business success is defined as a consequence of doing and operating business effectively and efficiently.

METHODOLOGY

Sample selection and data collection procedure

The population is the firms in industrial estates in the Eastern Economic Corridor (EEC), Thailand. This population from the online data base of the Industrial Estate Authority of Thailand (IEAT) (www.ieat.go.th). In this research, the firms in industrial estates in the EEC, Thailand were selected as samples of the study because these firms are main parts of Thailand's economy and they have invested their high amount of money in the businesses. The EEC development lies at the heart of Thailand 4.0 scheme. The EEC is an area-based development initiative, aiming to revitalize the well-known Eastern Seaboard were, for 30 years. The EEC project initially focused on the three Eastern provinces, namely Rayong, Chonburi and Chachoengsao. The development plan of EEC imagines an important transformation of both social and physical development, plays a significant role as a regulatory sandbox uplifting the country's competitiveness. A combined infrastructure is established for EEC to become the major gateway to both the Asia Pacific and South East Asia in the upcoming years (The Eastern Economic Corridor Office of Thailand, 2020).

This study, the population available in the database totaling 2,741 firms that are active (information drawn on June 15, 2020). The equation under the 95% confidentiality rule is used to compute the suitable sample size using Krejcie and Morgan (1970). Accordingly, an appropriate sample size is 337 firms. Based on previous business research, a 20% response rate for a mail survey, without a suitable follow-up process, is deemed sufficient (Aaker, Kumar and Day, 2001). Thus, 1,685 mailed questionnaires are suitable for a distributed mail survey by using accounting executives as the key informants. As

a result, the questionnaires are directly distributed by random choice to 1,685 firms in industrial estates in the EEC, Thailand who are selected by a simple random sampling procedure. With regard to the questionnaire mailing, 102 surveys were undeliverable because some companies had moved to unknown locations. Removing the undeliverable from the original 1,685 mailed, the valid mailing was 1,583 surveys, from which 361 responses were received. Due to eight found incomplete and with response errors, they were removed from further analysis. Thus, finished questionnaires are 353. The effective response rate was approximately 22.30% which is considered suitable for the response rate for a mail survey because it is greater than 20% (Aaker, Kumar and Day, 2001). To test non-response bias and to detect and consider possible problems with non-response errors was examined by t-test (Armstrong and Overton, 1977). The researcher was compared early and late responses about firm capital and firm age. The results were not significant between early and late responses. Consequently, it was implied that these received questionnaires show insignificant non-response bias for the analysis in this research.

Variable measurement

To measure each construct in the conceptual model, all variables are anchored by five-point Likert scale, ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree), except firm size and firm age. Also, measurement sources for these constructs are established from existing literatures as shown in Appendix A. The variable measurements of this study are described as follows:

Business success is the ending dependent variable in this research. Business success refers to a consequence of doing and operating business effectively and efficiently. Five-item scale was developed to assess how firms achieve increased sales, market share, cash flow from operations, customer satisfaction, business growth, and profits.

Strategic cost management refers to the method of identifying, collecting, measuring, analyzing, interpreting, and reporting cost information valuable to both external and internal groups concerned with the way in which a firm uses its resources to meet its purposes (Bangladesh Cost Accounting Standards, 2019). Five-item scale was developed to assess how firms improve their strategic positions and reduce their operating costs and expenses via an application of cost management techniques.

Comprehensive budget management refers to the strategy-oriented, comprehensive forecasting and planning of business activities and corresponding financial results in a certain period of time in the future, rationally allocating various financial and non-financial resources of the enterprise, and supervising the implementation process (Wenming, 2019). Five-item scale was developed to assess how firms implement budget tools in financial and non-financial terms for forecast and plan the operations and resources of an enterprise for some specific period in the future.

Integrated performance evaluation refers to the comprehensiveness of the measures by providing firms' consistency with each other and according to business strategies that reflects to all appropriate features of business performance and value creation (Giovannoni and Maraghini, 2013). Four-item scale was developed to assess how firms implement measurement instruments, including traditional management accounting method, new management method strategy development and review, management by objectives, incentive and bonus schemes, non-financial performance measures, and personnel review and appraisal.

Effective decision-making practices refers to a procedure structured from the activities of information collecting, processing and assessment that emphasize the use of statistical analysis; as a process of knowledge and information transformation in executive activities (Thiess and Müller, 2018). Four-item scale was

developed to assess how firms implement an information management via process of data collecting, processing and assessment for support managerial activities.

Accounting information quality refers to the accuracy, timeliness, completeness, consistency and relevance of the use accounting information applied to solve the problem and forecast the economic event correctly and clearly (Zhai and Wang, 2016). Five-item scale was developed to assess how firms present content and format characteristics of information, namely accuracy, timeliness, completeness, consistency and relevance.

Business creativity refers to a creation of ideas which are both applicable and novel to an identified opportunity of a business (Moultrie and Young, 2009). Four-item scale was developed to assess how firms offer better and new solutions to customer and business problems and make new levels of quality, quantity, customer satisfaction and cost through novel, new and useful ideas.

Business competitiveness refers to a capacity of organizations to make a business difficult to be replaced by competitors (Chuang and Huang 2015). Four-item scale was developed to assess how firms offer long-term orientation of performance, controllability of numerous resources and abilities links to external conditions, relativity of capabilities to industrial measures and dynamic transformation of competitive abilities through the competitive procedure into outcomes.

Control variables in this research include firm age and firm size. Firm age may influence a firm's technological learning capacity, implementing business activities, actions and strategies, and the success of organizational operations (Phomlaphatrachakom, 2018). Based on the sample data, firm age was measured by the number of years a firm has been in existence by using a dummy variable as less than 15 = 0 and equal to or greater than 15 years = 1.

Lastly, firm size may affect the ability to learn and diversify operation and to compete and survive in the markets. Bigger firms are likely to have a higher level of innovation; to have a greater base of human, technical and financial resources under CMAPs than smaller ones (Ferreira, Moulang and Hendro, 2010). Firm size was measured by the amount of money a firm has invested in doing business by using a dummy variable as less than 100 million baht = 0 and equal to or greater than 100 million baht = 1

Test of Research Instrument

In order to confirm the validity and reliability of the research instruments, factor analysis, item-total correlation and cronbach alpha are applied. Firstly, factor analysis was applied to measure the underlying relations of a large number of items and to determine

whether they can be reduced to a smaller set of factors. A higher rule-of-thumb, a cut-off value of 0.40, was adopted (Nunnally and Bernstein, 1994). All factor loadings are more than the 0.40 cut-off and are statistically significant. Next, discriminant power was utilized to assess the validity of the measurements by item-total correlation. In the scale validity, item-total correlation is more than 0.30 (Churchill, 1979). Finally, the reliability of the measurements was measured by Cronbach alpha coefficients. In the scale reliability, Cronbach alpha coefficients are more than 0.70 (Nunnally and Bernstein, 1994). Therefore, the scales of all measures appear to produce internally consistent results and these measures are deemed suitable for further analysis as shown in Table 1. The descriptions of factor loadings and composite reliability for each question item are also presented in Appendix A.

Table 1 Result of measure validation

Variables	Factor Loadings	Item-total correlation	Cronbach's Alpha
Strategic Cost Management (SCM)	0.84-0.91	0.75-0.84	0.91
Comprehensive Budget Management (CBM)	0.83-0.90	0.75-0.84	0.92
Integrated Performance Evaluation (IPE)	0.89-0.91	0.80-0.82	0.92
Effective Decision-Making Practices (EDM)	0.78-0.94	0.65-0.88	0.91
Accounting Information Quality (AIQ)	0.78-0.91	0.67-0.84	0.91
Business Creativity (BCR)	0.90-0.93	0.82-0.87	0.93
Business Competitiveness (BCO)	0.78-0.88	0.63-0.76	0.86
Business Success (BSU)	0.86-0.94	0.78-0.89	0.94

Statistical techniques

The ordinary least squares (OLS) regression analysis is used to test all hypotheses following the conceptual model. Multiple regression analysis is appropriate to examine the relationships between the dependent variables and independent variables in which all variables are categorical and interval data

(Hair et al., 2010). This research was checked all the raw data for regression analysis assumptions include outlier, normality, linearity, homoscedasticity, and autocorrelation. The results of all test assumptions met the established criteria. From the conceptual model in Figure 1 and hypotheses, the following six equation models are formulated:

$$\text{Equation 1: } AIQ = \alpha_1 + \beta_{1SCM} + \beta_{2CBM} + \beta_{3IPE} + \beta_{4EDM} + \beta_{5AGE} + \beta_{6SIZ} + \epsilon_1$$

$$\text{Equation 2: } BCR = \alpha_2 + \beta_{7SCM} + \beta_{8CBM} + \beta_{9IPE} + \beta_{10EDM} + \beta_{11AGE} + \beta_{12SIZ} + \epsilon_2$$

$$\text{Equation 3: } BCO = \alpha_3 + \beta_{13SCM} + \beta_{14CBM} + \beta_{15IPE} + \beta_{16EDM} + \beta_{17AGE} + \beta_{18SIZ} + \epsilon_3$$

$$\text{Equation 4: } BSU = \alpha_4 + \beta_{19SCM} + \beta_{20CBM} + \beta_{21IPE} + \beta_{22EDM} + \beta_{23AGE} + \beta_{24SIZ} + \epsilon_4$$

$$\text{Equation 5: } BCO = \alpha_5 + \beta_{25AIQ} + \beta_{26BCR} + \beta_{27AGE} + \beta_{28SIZ} + \epsilon_5$$

$$\text{Equation 6: } BSU = \alpha_6 + \beta_{29AIQ} + \beta_{30BCR} + \beta_{31BCO} + \beta_{32AGE} + \beta_{33SIZ} + \epsilon_6$$

RESULTS AND DISCUSSION

Table 2 shows correlation matrix and descriptive statistics for all variables. Correlation coefficients are ranging from 0.46 - 0.67. With respect to potential problems relating to multicollinearity. Also, variance inflation factors (VIF)

were used to exam the intercorrelations among independent variable. The result found that the VIFs range from 1.60 to 1.96, well below the cut-off value of 10 (Hair et al., 2006), meaning that the independent variables are not associated with each other. Thus, there are no substantial multicollinearity problems encountered in this research.

Table 2 Descriptive statistics and correlation matrix

Variables	SCM	CBM	IPE	EDM	AIQ	BCR	BCO	BSU
Mean	4.08	4.08	4.02	4.08	4.10	4.12	3.88	4.06
S.D	0.52	0.52	0.55	0.51	0.56	0.53	0.57	0.55
SCM	1							
CBM	0.57***	1						
IPE	0.63***	0.60***	1					
EDM	0.50***	0.55***	0.49***	1				
AIQ	0.49***	0.49***	0.46***	0.50***	1			
BCR	0.54***	0.49***	0.52***	0.59***	0.60***	1		
BCO	0.49***	0.50***	0.52***	0.61***	0.57***	0.58***	1	
BSU	0.60***	0.53***	0.55***	0.50***	0.58***	0.67***	0.59***	1

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

Table 3 shows the results of OLS multiple regression analysis of the relationships among CMAPs, accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. To test H1a, 1b, 1c and 1d, equation 1 to 4 were employed. The results show that strategic cost management has a significant positive effect on

accounting information quality ($\beta_1 = 0.215, p < 0.01$), business creativity ($\beta_7 = 0.221, p < 0.01$), business competitiveness ($\beta_{13} = 0.122, p < 0.05$) and business success ($\beta_{19} = 0.332, p < 0.01$). In existing literature, strategic cost management is a potential technique for identifying, collecting, measuring, analyzing, interpreting, and reporting cost information

valuable to both external and internal groups concerned with the way in which a firm uses its resources to meet its purposes. It is a critical ability helps firms provides cost information that helps management make decisions in addition to contribute to the development of strategies to complete the competitive advantages of the organization in the short and long term (Sayed, 2010). Firms with successful strategic cost management can help firm to decrease costs, increase competitive information richness, support decision making, which has impact on their goal achievement (Wangcharoendate, 2015). Accordingly, strategic cost management has a potential role in enhancing accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. **Therefore, Hypotheses 1a, 1b, 1c and 1d are supported.**

To test H2a, 2b, 2c and 2d, equation 1 to 4 were employed. The results show that comprehensive budget management has a significant positive effect on accounting information quality ($\beta_2 = 0.192, p < 0.01$), business competitiveness ($\beta_{14} = 0.104, p < 0.10$) and business success ($\beta_{20} = 0.158, p < 0.01$). In existing literature, comprehensive budget management plays a

vital role in corporate success as it supports in the business's operational planning, communication of goals, performance evaluation, controlling cost and strategy formation which helps the firm to achieve its overall objective (Song and Yi, 2015). Furthermore, it offers clear guidelines for executives to translate organizational purposes into specific task. It helps executives to communicate and coordinate attention directed to most important area (Janudin et al., 2019). Accordingly, comprehensive budget management is critical to encourage firms to have improving accounting information quality, business competitiveness and business success. **Thus, Hypotheses 2a, 2c and 2d are supported.** Surprisingly, comprehensive budget management has no relationship with business creativity ($\beta_8 = 0.081, p > 0.10$). To reasonably explain the research result, comprehensive budget management methods mostly use historical data to plan for the future operations. But today, future events change rapidly and difficult to predict. As a result, the plan from comprehensive budget management may not meet the executive's desire to generate business creativity. **Therefore, Hypothesis 2b is not supported.**

Table 3 Results of OLS Multiple Regression Analysis^a

Independent Variables	Dependent Variables					
	AIQ Equation 1	BCR Equation 2	BCO Equation 3	BSU Equation 4	BCO Equation 5	BSU Equation 6
Strategic Cost Management (SCM)	.215*** (.059)	.221*** (.056)	.122** (.055)	.332*** (.055)		
Comprehensive Budget Management (CBM)	.192*** (.059)	.081 (.056)	.104* (.055)	.158*** (.055)		
Integrated Performance Evaluation (IPE)	.088 (.060)	.154*** (.056)	.175*** (.055)	.169*** (.055)		
Effective Decision-Making Practices (EDM)	.266*** (.054)	.356*** (.051)	.418*** (.050)	.170*** (.050)		
Accounting Information Quality (AIQ)					.349*** (.051)	.192*** (.049)
Business Creativity					.362***	.403***

Independent Variables	Dependent Variables					
	AIQ	BCR	BCO	BSU	BCO	BSU
	Equation 1	Equation 2	Equation 3	Equation 4	Equation 5	Equation 6
(BCR)					(.052)	(.050)
Business Competitiveness (BCO)						.243*** (.048)
Firm Age (AGE)	-.017 (.089)	.061 (.084)	.076 (.083)	.115 (.082)	.113 (.086)	.094 (.077)
Firm Size (SIZ)	-.218** (.092)	-.093 (.086)	-.169** (.085)	-.178** (.085)	.006 (.086)	.002 (.078)
Adjusted R ²	.359	.436	.448	.454	.409	.522

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

To test H3a, 3b, 3c and 3d, equation 1 to 4 were employed. The results show that integrated performance evaluation has a significant positive effect on business creativity ($\beta_9 = 0.154$, $p < 0.01$), business competitiveness ($\beta_{15} = 0.175$, $p < 0.01$) and business success ($\beta_{21} = 0.169$, $p < 0.01$). In existing literature, integrated performance evaluation has been established to simplify and integrate the performance evaluation system in a single system and adapt to firm processes and activities, to create indicators that inspire continuous improvement of decentralized teams, and to link goals with external and internal needs (Olivella and Gregorio, 2015). Firms have implemented integrated performance evaluation to create competitive advantage and increase their performance and success (Lata, Boonlua and Raksong, 2019). Accordingly, integrated performance evaluation enables firms to create business creativity, business competitiveness and business success in highly competitive markets. **Thus, Hypotheses 3b, 3c and 3d are supported.** Surprisingly, integrated performance evaluation has no relationship with accounting information quality ($\beta_3 = 0.088$, $p > 0.10$). To reasonably explain the research result, integrated performance evaluation focuses on integrated data processing of overall enterprise operations in order to support decision-

making of manager. However, accounting information quality developed from recording the relevant business transactions in accordance with accounting standards by using accounting information system and other factors in all operational processes, not only from performance information. **Therefore, Hypothesis 3a is not supported.** To test H4a, 4b, 4c and 4d, equation 1 to 4 were employed. The results show that effective decision-making practices has a significant positive effect on accounting information quality ($\beta_4 = 0.266$, $p < 0.01$), business creativity ($\beta_{10} = 0.356$, $p < 0.01$), business competitiveness ($\beta_{16} = 0.418$, $p < 0.01$) and business success ($\beta_{22} = 0.170$, $p < 0.01$). In existing literature, effective decision-making practices involve a set of instruments enabling data collection, analysis and distribution, and taking action based on corporate information, with a view to making better corporate decisions. It enables management to receive appropriate information for meaningful decision making. It contributed to the success of the entities (Alleyne and Weekes-Marshall, 2011). Also, it provides feedback about historical operations and prospective by predicting future events. A great effective decision-making practice can become a source of competitive advantage for organization and provides the managers for effective decision making (Janudin et al., 2019). Accordingly, effective decision-making practices has

a potential role in enhancing accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. Therefore, **Hypotheses 4a, 4b, 4c and 4d are supported.** To test H5a and 5b, equation 5 and 6 were employed. The results show that accounting information quality has a significant positive impact on business competitiveness ($\beta_{25} = .349$, $p < 0.01$) and business success ($\beta_{29} = .192$, $p < 0.01$). In existing literature, accounting information quality helps executives to identify greater investment opportunities and improve superior investment decisions through greater identification of projects and more truthful accounting numbers for internal decision makers (Elaoud and Jarboui, 2017). Also, it represents economic phenomena of operations and businesses and it needs to be complete, neutral and free from error (Drum, Pernsteiner and Revak 2017). Companies with more accounting information quality can generate better business value and encourage more success of business (Phornlaphatrachakorn, 2020). Accordingly, accounting information quality can increase business competitiveness and business success. **Thus, Hypotheses 5a and 5b are supported.** To test H6a and 6b, equation 5 and 6 were employed. The results show that business creativity has a significant positive impact on business competitiveness ($\beta_{26} = .362$, $p < 0.01$) and business success ($\beta_{30} = .403$, $p < 0.01$). In existing literature, business creativity is key factor of competitiveness, innovative capacity and growing businesses performance. The importance of business creativity lies mainly in its close link to innovation as well as the fact that it is perceived as a cause of socio-economic development of companies (Sirková, Ali Taha and Ferencova, 2014). Moreover, it helps firms offer better and new solutions to customer and business problems, make new levels of quantity, quality, customer satisfaction,

and cost and becomes an important to market success and improved operating competence (Mostafa and El-Masry, 2008). Accordingly, business creativity is a main determinant of business competitiveness and business success. **Thus, Hypotheses 6a and 6b are supported.**

Finally, the results found that business competitiveness has a significant positive impact on business success ($\beta_{31} = .243$, $p < 0.01$). Business competitiveness can support firms maintain their revenue growth and profit margins. It is a significant mechanism for improving organizations' performance, growth and success. It positively leads to business success in the riotous markets. Furthermore, companies with improved business competitiveness can acquire their greater success in extremely turbulent environments. Accordingly, business competitiveness is a critical antecedent and a valuable driver of business success. **Therefore, Hypothesis 7 is supported.**

CONTRIBUTIONS AND DIRECTIONS FOR FUTURE RESEARCH

Theoretical contribution and directions for future research

This study attempts to integrate four components of CMAPs, namely, strategic cost management, comprehensive budget management, integrated performance evaluation and effective decision-making practices in the same model. In congruence with the existing literature, those components play important roles in determining, driving, and explaining organizational outcomes (accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success). This study also confirms existing literature of contingency theory and stewardship theory in which firms implement CMAPs as a valuable source of their business success. As a result, this study confirms the previous literature of CMAPs and its

consequences of business in industrial estates in the Eastern Economic Corridor, Thailand and expands the contribution by focused on four dimensions of CMAPs that have an impact to organizational outcomes in accounting field. Moreover, future research should cover a reconceptualized literature review linking to CMAPs and its consequences and antecedents in order to verify and confirm the results of current study and upgrade usable results of the study. Also, future research may need to gather more data and/or larger sample group for potentially increasing and encouraging the research results and gather data from different samples in order to create the generalizability of this research. Also, future research may apply either partial least squared (PLS) or structural equation model (SEM) to exam the research relations in order to verify the research results and add the contributions of the research.

Managerial contribution

According to the results of current study, CMAPs can help firms increase accounting information quality, business creativity and obtain superior business competitiveness and business success. Accordingly, firms need to consider and utilize CMAPs as valuable strategic instrument to define their practices and guidelines for competing in rapidly changing business environments. They must allocate assets, resources and capabilities to CMAPs and invest advanced innovations and technologies to these systems. Effectiveness of the CMAPs can help create their benefits. Furthermore, companies need to improve their employees in learning, understanding and implementing the concepts of CMAPs. Therefore, studying and training in these concepts are important. Employees' good knowledge can apply CMAPs well. Consequently, they can use them to produce their accounting information quality, creativity and competitiveness and increase business success.

CONCLUSION

Contemporary management accounting practices are valuable strategic mechanisms in enhancing firms achieve accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. Therefore, the effectiveness of CMAPs is important for successfully doing businesses. Accordingly, the objective of this study is to investigate the effects of CMAPs on business success through accounting information quality, business creativity and business competitiveness. CMAPs includes strategic cost management, comprehensive budget management, integrated performance evaluation and effective decision-making practices. In this research, 353 firms in industrial estates in the Eastern Economic Corridor, Thailand are the samples of the study. The results indicated that strategic cost management and effective decision-making practices have a significant positive influence on accounting information quality, business creativity, business competitiveness and business success. Also, comprehensive budget management has a significant positive influence on accounting information quality, business competitiveness and business success. While integrated performance evaluation has a significant positive influence on business creativity, business competitiveness and business success. Besides, accounting information quality and business creativity have a significant positive influence on business competitiveness and business success. Likewise, business competitiveness has a significant positive influence on business success. The executives of firms need to develop, implement and improve CMAPs in order to create accounting information quality, business creativity, business competitiveness and generate business success by investing appropriate valuable resources to support these techniques aspects. Future research may need to review more literature relating to these CMAPs issues and their characteristics, relationships

and effects in order to verify the current study. To expand the research results and prove the generalizability of the study, future study may need

to collect data from larger samples and from different businesses and industries.

REFERENCES

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Abdel-Kader, M., & Luther, R. (2006). Management Accounting Practices in The British Food and Drinks Industry. *British Food Journal*. 108(5), 336-357.
- Abdel-Maksoud, A., Cheffi, W., & Ghoudi, K. (2016). The Mediating Effect of Shop-Floor Involvement on Relations Between Advanced Management Accounting Practices and Operational Non-Financial Performance Indicators. *The British Accounting Review*. 48(2), 169-184.
- Abdelraheem, A. A. E., Serajeldin, B. E. A., & Jedo, A. A. A. (2017). Strategic Cost and Activating Competitive Advantage. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*. 1(4), 337-342.
- Ahmad, M., & Leftesi, A. (2014). An Exploratory Study Of The Level Of Sophistication of Management Accounting Practices in Libyan Manufacturing Companies. *International Journal of Business and Management*. 2(2), 1-10.
- Ahmad, N. H., Ramayah, T., Wilson, C., & Kummerow, L. (2010). Is Entrepreneurial Competency and Business Success Relationship Contingent Upon Business Environment. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. 16(3), 182-203.
- Alleyne, P., & Weekes-Marshall, D. (2011). An Exploratory Study of Management Accounting Practices in Manufacturing Companies in Barbados. *International Journal of Business and Social Science*. 2, 49-58.
- Alsoboa, S. S. & Alalaya, M. M. (2015). Practices of Competitor Accounting and its Influence on The Competitive Advantages: an Empirical Study in Jordanian Manufacturing Companies. *Global Journal of Management and Business Research*. 15(3), 12-23.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating non-response Bias in Mail Surveys. *Journal of Marketing Research*. 14(3), 396-402.
- Bangladesh Cost Accounting Standards. (2019). *BACS 23: Strategic Cost Management*. Retrieved from <http://www.icmab.org.bd/wp-content/uploads/2019/11/BCAS-23-Strategic.pdf>
- Bawaneh, S. S. (2018). Management accounting practices: A case of Jordanian Manufacturing Companies. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*. 13(3), 25-52.
- Chartered Institute of Management Accountants. (2013). *Essential tools for Management Accountants: The Tools and Techniques to Support Sustainable Business Success*. Retrieved from <https://www.cimaglobal.com/Research-Insight/Essential-Tools-for-Management-Accountants/>
- Chuang, S., & Huang, S. (2015). Effects of Business Greening and Green IT Capital on Business Competitiveness. *Journal of Business Ethics*. 128, 221-231.

- Centers for Learning on Evaluation and Results. (2016). *Performance-Based Budgeting Manual (English)*. Retrieved from https://www.pempal.org/sites/pempal/files/vent/attachments/pb-budgeting-manual_eng.pdf
- Drum, D., Pernsteiner, A., & Revak, A. (2017). Workarounds in an SAP Environment: Impacts on Accounting Information Quality. *Journal of Accounting and Organizational Change*. 13(1), 44-64.
- Elaoud, A., and Jarboui, A. (2017). Auditor Specialization, Accounting Information Quality and Investment Efficiency. *Research in International Business and Finance*. 42, 616-629.
- Fardinal. (2013). The quality of accounting Information and The Accounting Information System Through the Internal Control Systems: A Study on Ministry and State Agencies of The Republic of Indonesia. *Research Journal of Finance and Accounting*. 4, 156-161.
- Ferreira, A., Moulang, C. & Hendro, B. (2010). Environmental Management Accounting and Innovation: An Exploratory Analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 23(7), 920-948.
- Gallagher, S. (2019). *Banking Performance and Socio Economic Development*. Retrieved from https://play.google.com/store/books/details/Banking_Performance_and_Socio_Economic_Development?id=j-LEDwAAQBAJ&hl=bs&gl=US
- Giovannoni, E., & Maraghini, M. P. (2013). The Challenges Of Integrated Performance Measurement Systems: Integrating Mechanisms for Integrated Measures. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 26(6), 978-1008.
- Grant Thornton. (2013). *Effectively Using Strategic Cost Management*. Retrieved from <https://www.grantthornton.com/-/media/content-page-files/public-sector/pdfs/articles/Effectively-Using-Strategic-Cost-Management.ashx?>
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis (6th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International.
- Hannimitkulchai, K., Phornlaphatrachakorn, K., & Pratoom, K. (2019). Dynamic Management Accounting Orientation and Firm Growth: Empirical Evidence from Food Businesses In Thailand. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*. 15(1), 79-89.
- Hejazi, A., Abdolvand, N., & Harandi, S. R. (2017). Assessing The Importance of Data Factors of Data Quality Model in The Business Intelligence Area. *International Journal of Trade, Economics and Finance*. 8(2), 102-108.
- Hussein, A. (2018). Adoption, Importance and Barriers to The Implementation of Contemporary Management Accounting Practices: Evidence from Egypt. *Accounting and Finance Research*. 7(1), 192-213.
- Janssen, M., van der Voort, H., & Wahyudi, A. (2017). Factors Influencing Big Data Decision-Making Quality. *Journal of Business Research*. 70, 338-345.
- Janudin, S. E., Halim, H. A., Habidin, N. F., & Hanif, F. M. (2019). Contemporary Management Accounting Practices and Managerial Performance Amongst The Malaysian Co-Operatives Sector. *Research in World Economy*. 10(5), 129-138.
- Kalifa, A. M., Triyuwono, I., Irianto, G., & Prihatiningtias, Y. W. (2020). The Use and Benefit of Management Accounting

- Practices in Libyan Oil Companies. *Asian Journal of Accounting Research*. 5(1), 91-102.
- Kariuki, S. N., & Kamau, C. G. (2016). Organizational Contingencies Influencing The Adoption of Strategic Management Accounting Practices Among Manufacturing Firms in Kenya. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*. 5(4), 167-182.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Psychological Measurement*. 30(3), 607-610.
- Larson, E. (2016). *A Checklist for Making Faster, Better Decisions*. Harvest Business Review.
- Lata, P., Boonlua, S., & Raksong, S. (2019). Integrated Performance Measurement System Strategy and Firm Success: An Empirical Investigation Of Thai-Listed Firms. *Journal of Accountancy and Management*. 10(3), 33-50.
- Mat, T. Z. T., & Smith, M. (2014). The Impact of Changes in Environmental And AMT on Management Accounting Practices and Organizational Strategy, Structure and Performance. *Journal of Applied Management Accounting Research*. 12(1), 55-82.
- Matic, I., & Bulog, I. (2012). The Nature of Strategic Decision Making—Exploiting the Role of Managers' Incremental and Radical Learning. *The Journal of International Management Studies*. 7(2), 7-19.
- McLellan, J. D. (2014). Management Accounting Theory and Practice: Measuring The Gap in United States Businesses. *Journal of Accounting, Business & Management*. 21(1), 53-68.
- Mostafa, M. M., & El-Masry, A. (2008). Perceived Barriers to Organizational Creativity: A Cross-Cultural Study of British and Egyptian Future Marketing Managers. *Cross Cultural Management: An International Journal*. 15(1), 81-93.
- Moultrie, J., & Young, A. (2009). Exploratory Study of Organizational Creativity in Creative Organizations. *Creativity and Innovation Management*. 18(4), 299-314.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Ogunbade, O. I., & Oyerogba, E. O. (2020). Firm Culture and Management Accounting Practices Among Manufacturing Firms in Nigeria. *Future Business Journal*. 6(1), 1-17.
- Olivella, J., & Gregorio, R. (2015). A Case Study of An Integrated Manufacturing Performance Measurement and Meeting System. *Journal of Manufacturing Technology Management*. 26(4), 515-535.
- Pavlatos, O., & Kostakis, H. (2015). Management Accounting Practices Before and During Economic Crisis: Evidence From Greece. *Advances in Accounting*. 31(1), 150-164.
- Pavlatos, O., & Paggios, I. (2009). Management Accounting Practices in The Greek Hospitality Industry. *Managerial Auditing Journal*. 24(1), 81-98.
- Perez, J. (2019). *Budgeting And Strategic Planning: Two Pillars for Business Success*. Retrieved from <https://fwpr.com/budgeting-and-strategic-planning-two-pillars-for-business-success/>
- Phornlaphatrachakorn, K. (2017). Strategic Performance Measurement and Firm Success of Thai Listed Firms: A Managerial Accounting Approach.

- Chulalongkorn Business Review*. 39(4), 1-29.
- Phomlaphatrachakorn, K. (2018). Strategic Cost Management and Firm Profitability: An Empirical Investigation of Instant Foods and Convenience Foods Businesses in Thailand. *International Journal of Business*. 23(4), 357-371.
- Rahman, S. A., Amran, A., Ahmad, N. H., & Taghizadeh, S. K. (2015). Supporting Entrepreneurial Business Success at The Base of Pyramid Through Entrepreneurial Competencies. *Management Decision*. 53(6), 1203–1223.
- Ratnatunga, J. & Alam. M. (2011). Strategic Governance and Management Accounting: Evidence from a Case Study. *A Journal of Accounting, Finance and Business Studies*. 47(3), 343-382.
- Reckhenrich, J., Kupp, M., & Anderson, J. (2009). Understanding Creativity: The Managers Artist. *Business Strategy Review*. 20(2), 68-73.
- Rompho, B., & Siengthai, S. (2012). Integrated Performance Measurement System for Firm's Human Capital Building. *Journal of Intellectual Capital*. 13(4), 482-514.
- Sayed, S, A, F. (2010). *A Proposed Model for The Integration of Management Accounting Innovations to Support Enterprises on Global Excellence*. Dissertation of Unpublished Accounting, Faculty of Commerce and Business Administration, Helwan University.
- Shi, L. & Huang, Y. N. (2013). Study on The Strategy-Oriented Enterprises Comprehensive Budget Management System. *Advanced Materials Research*. 850-851, 1032-1035.
- Sirková, M., Ali Taha, V., & Ferencova, M. (2014). An Analytical Study on Organizational Creativity: Implications for Management. *Polish Journal of Management Studies*. 10(2), 179-187.
- Song, H., & Yi, S. (2015). Study on Enterprise Comprehensive Budget Management System Dynamic Framework Design Based on TRIZ and BSC. *Proceedings of the 21st International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management 2014*. 619-622.
- Tanui, P. J. (2020). Relationship Between Contemporary Management Accounting Practices and Entrepreneurial Strategies of Large Enterprises in Eldoret, Kenya. *Hybrid Journal of Business and Finance*. 1(1), 7-36.
- Thapayom, A. & Ussahawanitchakit, P. (2015). Accounting Information System Excellence And Goal Achievement: Evidence from Information and Communication Technology Businesses in Thailand. *The Business and Management Review*. 7(1), 309-321.
- Thapayom, A. (2019). Strategic Management Accounting Techniques and Organizational Sustainable Performance: Evidence from Industrial Estates in Rayong area, Thailand. *Journal of Modern Management Science*. 12(1), 51-74.
- The Eastern Economic Corridor Office of Thailand. (2020). *Why EEC - Government initiative*. Retrieved from <https://www.eeco.or.th/en/government-initiative>
- Thiess, T., & Müller, O. (2018). Towards Design Principles for Data-Driven Decision Making – An Action Design Research Project in The Maritime Industry. *Research Papers*. 144, 1-17.

- Turpin, M. & Marais, M. (2004). Decision-Making: Theory and Practice. *Orion*. 20(2), 143-160.
- Venter, E., Turyakira, P., & Smith, E. E. (2014). The Influence of Potential Outcomes of Corporate Social Responsibility Engagement Factors on SME Competitiveness. *South African Journal of Business Management*. 45(4), 33-43.
- Wangcharoendate, S. (2015). An Increasing Strategic Cost Management and Organizational Achievement from Electronics Parts Businesses in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*. 9(20), 9-23.
- Wongsim, M. & Gao, J. (2011). Exploring Information Quality in Accounting Information Systems Adoption. *Communications of the IBIMA*. 14(2), 1-12.
- Wu, J., Boateng, A. & Drury, C. (2007). An Analysis of The Adoption, Perceived Benefits, and Expected Future Emphasis of Western Management Accounting Practices in Chinese SOEs and JVs. *The International Journal of Accounting*. 42, 171-185.
- Yalcin, S. (2012). Adoption and Benefits of Management Accounting Practices: An Inter-Country Comparison. *Accounting in Europe*, 9(1), 95-110.
- Yalcin, S. (2019). *Strategic Cost Management Process. Interdisciplinary Public Finance, Business and Economics Studies*. 2, 191-200.
- Zhai, J., & Wang, Y. (2016). Accounting Information Quality, Governance Efficiency and Capital Investment Choice. *China Journal of Accounting Research*. 9, 251-26.
- Zhu, L., Feng, J., Sun, X., Xue, P., & Meng, Q. (2020). Research on Comprehensive Budget Management of Clothing E-Commerce Enterprises under The Background of Big Data: Take H Group as an Example. *Proceedings of 2020 International Conference on Communications, Information System and Computer Engineering*. 1, 178-182.

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี
Promoting Cultural Tourism in the Thai Way of Life along with
Canal in Nonthaburi Province

สุรีย์ เข้มทอง^{1*}

Suree Khemthong

ทิพวรรณ บุญย์เพิ่ม²

Thippawan Boonyaperm

ภุริพัฒน์ ชาญกิจ³

Puripat Charnkit

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง 2) พัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง และ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี ประชากรกลุ่มเป้าหมายโดยเกณฑ์การเจาะจง ประกอบด้วย 1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ คนในชุมชน และผู้แทนภาครัฐ และ 2) นักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เนื้อหา สถิติเชิงพรรณนา และสถิติค่าที่

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพต่อการรองรับนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องให้ความรู้แก่คนในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรน้ำในคลองและการอนุรักษ์ทรัพยากรกายภาพแนวคลองให้คงอัตลักษณ์ และควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ทุกคนเข้าถึง 2) การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง คือ การพัฒนาชุมชนให้มีจิตในการให้บริการ เน้นการพัฒนาผู้ให้บริการให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยตระหนักในบทบาทของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และสามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ได้กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถรับรู้คุณค่าและเข้าร่วมกิจกรรมได้ โดยมีข้อเสนอแนะว่าชุมชนควรมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทย การท่องเที่ยวทางน้ำ คลองอ้อมนนท์ จังหวัดนนทบุรี

^{1*} ผู้นิพนธ์ประสานงาน สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช อีเมล: suree.khe@gmail.com

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University, E-mail: suree.khe@gmail.com

² สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

³ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

School of Management Science, Sukhothai Thammathirat Open University

วันที่รับบทความ (Received date): 25 August 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 11 November 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 27 November 2021

Abstract

The purposes of this participatory action research were: 1) to study the potential of Klong Aomnon areas towards cultural tourism in the Thai way of life along with canal in Nonthaburi Province; 2) to develop the personnel competency in cultural tourism; and 3) to develop cultural tourism products/routes on the Thai way of life along with the canal. The purposive criteria was applied to determine the target population, which consisted of 1) the stakeholders of Thai cultural tourism along canal in Nonthaburi province, including community people and government representatives, and 2) tourists. The research instruments used for data collection were interviews, questionnaires, and checklists. Data analysis consists of content analysis, Descriptive statistics, and Paired *t*-test.

The finding indicated that 1) the tourist site management to have the potential to accommodate tourists, including accessible facilities for all, was necessary to educate the community people to realize the importance of canal water resources and physical resources conservatives along the canal to maintain identity. 2) The development of personnel competency in cultural tourism along canal was to design the community spirit of service. Service providers should be developed to have the potential to serve tourists by recognizing the role of being | a good host, and able to manage Thai cultural tourism effectively. 3) The Cultural Tourism Product development was defined as a designing the tourism route with cultural highlights in tourist destination. The route was emphasize on cultural tourism activities where all groups of tourists can perceive the value and participate in. In addition, communities should continuously evaluate tourists' satisfaction towards cultural tourism products.

Keywords: Thai Cultural Tourism, Water-based Tourism, Klong Aomnon, Nonthaburi Province

บทนำ

การท่องเที่ยวในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนกลางมีการขยายตัวเติบโตมาก ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำได้ถูกจัดให้เป็นกิจกรรมหลักของการท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาแผนพัฒนาจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2561-2564 (Provincial Development Plan of Nonthaburi: Review Version, 2020) ได้กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรีในการขับเคลื่อนให้เป็น “เมืองสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม” (Cultural Heritage) ให้มีความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ “วัฒนธรรมแห่งสายน้ำ” รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย โดยเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ เช่น ที่พัก รถ/เรือบริการนักท่องเที่ยว ร้านอาหารยกระดับมาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการท่องเที่ยว

ปัญหาการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรีจากแผนพัฒนาจังหวัดนนทบุรี พ.ศ.2561-2564 (Provincial Development Plan of Nonthaburi: Review Version, 2020) ที่นำมาสู่การพัฒนาเป็นงานวิจัย คือ (1) ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเน้นไปที่การลงทุนก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ และการบริหารจัดการระบบสาธารณูปโภค

เพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย และสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวโดยที่ยังขาดแผนอนุรักษ์ และบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (2) ปัญหาการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม การท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรียังขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่นและผู้รับผิดชอบทุกระดับ ทำให้การท่องเที่ยวขาดความเชื่อมโยงบูรณาการระหว่างท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มจังหวัดและระดับประเทศ รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่เฉพาะในบางพื้นที่ และกระจายอยู่ในภาคเอกชนผู้ประกอบการมากกว่าประชาชนในชุมชนท้องถิ่น โดยไม่ได้มีการนำกลับมาใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างเป็นระบบ (3) ปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งสร้างทัศนคติที่ดีและการมีจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบแล้ว ยังต้องจัดงบประมาณให้เพียงพอ มีการใช้สื่ออย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งระยะเวลาการประชาสัมพันธ์อย่างถูกต้อง

จากการศึกษางานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนของจังหวัดนนทบุรี พบว่าปัญหาส่วนใหญ่ คือ ยัง

ขาดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว งานวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผ่านมาเป็นการเสนอแนวคิดทางการตลาดในภาพกว้าง ส่วนงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการท่องเที่ยวยังอยู่ในกรอบของอุตสาหกรรมโรงแรมและการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่งานวิจัยเรื่องนี้มี ความแตกต่างที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี

ดังนั้น การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี จะช่วยให้ทางจังหวัดนนทบุรีได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการศึกษาเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองผ่านการเสนอแนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยว และการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง และยังเป็น การวิจัยต่อยอดจากงานวิจัยของ Butrngamdee (2018) ศึกษาตามรอยนิราศสำหรับเส้นทางมรดกทางวัฒนธรรมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ที่นำเสนอว่าเส้นทางการท่องเที่ยวริมคลองบางกอกน้อยในอำเภอบางกรวยจะเป็นเส้นทางนำไปสู่การเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมทางเลือกแห่งใหม่ในอนาคต และเพื่อให้งานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายขยายการท่องเที่ยวไปสู่เมืองรอง รวมทั้งให้สอดคล้องกับความต้องการของการนำไปใช้ประโยชน์ในจังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาศักยภาพของคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี
- 2) เพื่อพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี
- 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี

นิยามศัพท์

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่เส้นทางการท่องเที่ยวริมคลองอ้อมนนท์ ในอำเภอมือง จังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยลักษณะความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยริมคลอง การซื้อขายในตลาดริมน้ำ กิจกรรมของวัด และรวมถึงวัฒนธรรมประเพณี หัตถกรรมพื้นเมือง

2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2.1) แนวทางการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม 2.2) กิจกรรมการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวในชุมชนด้วยการฝึกอบรมผ่านสื่อ และ 2.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองที่สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

3) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง ความพร้อมด้านทรัพยากรทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

4) สมรรถนะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง องค์ความรู้ และทักษะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองที่เกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรม การให้บริการ และการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้

5) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง รายการนำเที่ยวหรือเส้นทางการท่องเที่ยวที่ได้มาจากการกำหนดร่วมกันของชุมชน เน้นเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1) ประโยชน์ด้านวิชาการ เป็นการเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านการส่งเสริมและยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวทางน้ำ

2) ประโยชน์ทางด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในชุมชนอื่นๆ จะนำไปสู่การขยายหรือการเชื่อมเส้นทางการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองระหว่างชุมชน และระหว่างจังหวัด

3) ประโยชน์ที่มีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวสามารถนำผลการวิจัยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีไปพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง อันจะส่งผลไปสู่การสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันทางการตลาด

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีคำจำกัดความที่หลากหลาย (Richards, 1996; Lau, 2010; Martin, 2010) แต่สามารถสรุปแนวคิดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมของชุมชนผ่านทางกิจกรรมต่าง ๆ ที่เน้นวิถีชีวิต และการถ่ายทอดเรื่องราวอย่างเป็นรูปธรรมจนทำให้สถานที่ดังกล่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (McKercher and Cros, 2002; Hargrove, 2014)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (McKercher and Cros, 2002, pp. 6-7) ได้แก่ 1) การท่องเที่ยว (Tourism) คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่ใช่อะไรที่จัดการมรดกทางวัฒนธรรม 2) มีการใช้มรดกทางวัฒนธรรม (Use of Cultural Heritage Assets) คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยทรัพยากรที่จับต้องได้ (Tangible) ได้แก่ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และทิวทัศน์หรือภูมิประเทศ เป็นต้น และทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ได้แก่ สิ่งที่ยาวรวมไว้ วิธีการดำเนินชีวิต และความรู้ เป็นต้น 3) การได้รับประสบการณ์และผลิตภัณฑ์ (Consumption of Experience and Product) และ 4) นักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 ประเภท โดยแบ่งตามแรงจูงใจ และประสบการณ์ที่ได้รับ ดังนี้ คือ 4.1) นักท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (The Purposeful Cultural Tourist) 4.2) นักท่องเที่ยวเน้นการชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (The Sightseeing Cultural Tourist) 4.3) นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม แต่ได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ลึกลับ (The Serendipitous Cultural Tourist) 4.4) นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบสบาย ๆ (The Incidental Cultural Tourist) และ 4.5) นักท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมโดยบังเอิญ (The Casual Cultural Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวไม่ได้เดินทางด้วยเหตุผลทางวัฒนธรรม แต่อย่างไรก็ตามมีส่วนร่วมในกิจกรรมบางอย่างและมีประสบการณ์ไม่ลึกลับ

การศึกษาครั้งนี้ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม ได้แก่ วัด โบราณสถาน วิธีการดำเนินชีวิตของชุมชน การไปชมตลาดน้ำ และการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านประเพณีต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม นักท่องเที่ยวจะได้รับทราบเรื่องราวและประวัติความเป็นมาที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

การท่องเที่ยวทางน้ำ หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการในหรือเกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำ เช่น ทะเลสาบ เขื่อน คลอง ลำห้วย ลำธาร แม่น้ำ ลำคลอง ทางน้ำ เขตชายฝั่งทะเล ทะเล มหาสมุทร และ พื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับน้ำแข็ง (Jennings, 2006)

สำหรับการศึกษานี้เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ดำเนินการในพื้นที่ริมคลอง จึงได้ให้คำจำกัดความของ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง หมายถึง การเดินทางเพื่อชมแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงความเป็นวัฒนธรรมที่ตั้งอยู่ริมคลอง เช่น วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้ (Khemthong et al., 2021)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

ความหมายของ “การส่งเสริมการท่องเที่ยว” คือ กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการวางแผนของนักท่องเที่ยว 3 ขั้นตอนหลัก คือ (1) ก่อนท่องเที่ยว เน้นการจัดการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (2) ระหว่างท่องเที่ยว เน้น

คุณภาพการให้บริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีความคุ้มค่า และ(3) หลังจากท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมีความตั้งใจที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก (Middleton, et al., 2009) เช่นเดียวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีที่มีเป้าหมายในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ และการสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ในการศึกษา

3.1 แนวคิดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

งานวิจัยที่ผ่านมา (Buhalis, 2000) ได้ระบุว่าความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ประการหรือ 6A's ดังนี้ 1) การดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในแหล่งท่องเที่ยว 4) โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available packages) 5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) สอดคล้องกับ Adillon (2019) ที่ระบุว่า การตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวมีสาเหตุจากปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และมีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีการสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การส่งมอบบริการให้ตรงตามความต้องการหรือเกินกว่าความต้องการของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความภักดี (Lloy-Walker & Cheung, 1998) ซึ่งคุณภาพของการบริการถือว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการรับรู้ของผู้ใช้บริการหรือ

นักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการ และสามารถวัดผลจากการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จากการศึกษาที่ผ่านมา (Alawi, et al., 2018) พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและจดจำ คือ การบริการที่มีการออกแบบทุกขั้นตอนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งงานวิจัยของ Alawi et al. (2018) ได้บ่งชี้ว่าการฝึกอบรมผู้ให้บริการหรือคนในชุมชนที่มีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะในการจัดการบริการ เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี โดยจัดทำสื่อการอบรมทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์เป็นคู่มือประกอบการฝึกอบรม และสื่อออนไลน์รูปแบบวิดีโอ และประเมินผลก่อนและหลังเรียน

3.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

การรับรู้คุณค่า (Perceived value) หรือความคุ้มค่าต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination value) หมายถึง การประเมินโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งที่ต้องจ่าย (Zeithaml, 1988) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีผลต่อความตั้งใจซื้อ (Oh, 2000) นอกจากนี้การรับรู้คุณค่าร่วมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในอดีต และความพึงพอใจ (Chen & Chen, 2010) จะส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวซ้ำ (Petric, et al., 2001) อย่างไรก็ตามในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องคำนึงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแนวคิดของคุณค่าทางวัฒนธรรมจากกฎบัตรเบอร์รัว (Burra Charter) ระบุว่ามรดกทางวัฒนธรรมประกอบด้วย 4 ด้าน (Australia ICOMOS, 2000) คือ 1) คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical significance) เป็นคุณค่าที่มีความสำคัญในการเชื่อมโยงกับเหตุการณ์การพัฒนาหรือขั้นตอนทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญของชุมชน 2) คุณค่าทางสุนทรียศาสตร์หรือความงาม (Aesthetic Significance) เป็นคุณค่าความงามที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทางประสาทสัมผัส 3) คุณค่าทางสังคม (Social Significance) เป็นการแสดงถึงการรวมกลุ่มกันของวัฒนธรรมเป็นสังคม แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในพื้นที่ และ 4) คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ (Scientific Significance) แสดงถึงความน่าเชื่อถือของ

แหล่งข้อมูล หรือช่วยให้องค์ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งสมบูรณ์ขึ้น ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีการกำหนดและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง เน้นทุกเส้นทางที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้คุณค่าความสวยงามของสองฝั่งคลอง เรียนรู้กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมในชุมชน วิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำเป็นคุณค่าวัฒนธรรมทางสังคม รวมทั้งมีเรื่องราวที่สามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้คุณค่าทางประวัติศาสตร์ และคุณค่าการศึกษาของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว

4. ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่ศึกษาคลองอ้อมนนท์

คลองอ้อมนนท์นั้นเป็นเส้นทางเดิมของแม่น้ำเจ้าพระยา ในอดีตแนวแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณตั้งแต่ตอนใต้ของอยุธยาจนถึงกรุงเทพมหานครเป็นช่วงที่แม่น้ำเจ้าพระยาไหลอ้อมมาก บางช่วงก็คดเคี้ยวมากจึงมีการขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการ

เดินทาง เพื่อย่นระยะทางและอำนวยความสะดวกให้กับบรรดาพ่อค้าทูตานุทูตชาวตะวันตกที่เริ่มเข้ามาติดต่อค้าขายและเจริญสัมพันธไมตรีกับอาณาจักรเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แม่น้ำเจ้าพระยา มีการขุดคลอง และทำให้เกิดคลองลัดสำคัญ ได้แก่ (1) คลองลัดบางกอกใหญ่ (2) คลองลัดบางกรวย (3) คลองลัดนนท์ หรือคลองอ้อมนนท์ และ (4) คลองลัดเกร็ด

คลองอ้อมนนท์ ปัจจุบันเป็นคลองที่แยกจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่อำเภอหนองปรือ เข้าเขตอำเภอบางใหญ่ วกลงทางใต้ไปจรดคลองบางกรวย ซึ่งเป็นลำน้ำสายเดียวกัน แต่จะเปลี่ยนมาเรียกอีกชื่อหนึ่งเมื่อไหลมาบรรจบกับคลองลัดบางกรวยบริเวณวัดชลอในเขตอำเภอบางกรวย ก่อนไหลออกสู่แม่น้ำเจ้าพระยาสายปัจจุบันในท้องที่อำเภอบางกรวย ซึ่งจะเรียกชื่อว่าคลองบางกรวย เฉพาะส่วนที่เลยปากคลองลัดบางกรวยมาเท่านั้นนั่นเอง



ภาพที่ 1 แผนที่คลองอ้อมนนท์

คลองอ้อมนนท์ เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระหว่างแม่น้ำเจ้าพระยา ซึ่งในปัจจุบันยังคงมีการใช้เส้นทางนี้เป็นเส้นทางสัญจรของคนในชุมชนริมน้ำ การใช้เรือขนาดเล็ก เช่น เรือหางยาว และเรือสองตอน สามารถวิ่งได้ตลอดแนวคลองอ้อมนนท์ คือจากปากคลองอ้อมนนท์ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาด้านทิศเหนือ มาสู่คลองลัดบางกรวย

คลองอ้อมนนท์มีความยาวรวมทั้งสิ้น 17.5 กิโลเมตร มีชื่ออื่นที่นิยมเรียกได้แก่ คลองอ้อม แม่น้ำอ้อม คลองบางอ้อม หรือคลองอ้อมน้อย (ภาพที่ 1) ปัจจุบันถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของคลองบางกอกน้อย ซึ่งลำน้ำสายนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตริมน้ำ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรมหลายแห่ง บริเวณชุมชนริมน้ำคลองอ้อมนนท์ครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมืองนนทบุรี อำเภอบางกรวย และอำเภอบางบัวทอง

วิธีการวิจัย

การดำเนินการของโครงการวิจัยการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ คือ 1) การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี 2) การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถี

ไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ

1. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ (1) ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ คือ

1.1 ประชากรที่ศึกษา คือพื้นที่คลองอ้อมนนท์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีด้านทรัพยากรทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่คลองอ้อมนนท์ ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญการสำรวจพื้นที่ และชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ ซึ่งครอบคลุม ตำบลบางกร่าง บางศรีเมือง และไทรมา อำเภอมือง จังหวัดนนทบุรี

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ (1) แบบสำรวจทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม ที่ใช้เก็บข้อมูลประกอบการประเมินทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม และ (2) แบบประเมินศักยภาพพื้นที่คลองอ้อมนนท์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองอ้อมนนท์ในจังหวัดนนทบุรี

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อมูลปฐมภูมิ จะเก็บรวบรวมจากการลงสำรวจพื้นที่โดยนักวิจัยผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แบบสำรวจทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมโดยอ้างอิงแนวคิดด้านภูมิทัศน์เมือง (Urban Landscape) และสนทนากับชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ ซึ่งครอบคลุม ตำบลบางกร่าง ไทรมา และบางศรีเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี อย่างไม่เป็นทางการเพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม โดยกำหนดเกณฑ์การสำรวจเป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับมี 2) ระดับมีแต่ต้องปรับปรุง และ

3) ระดับไม่มี มาพิจารณาร่วมกับการประเมินศักยภาพของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยนักวิจัย เพื่อนำผลมาใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี

2. การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ (2) ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ คือ

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเพื่อทดสอบความรู้เกี่ยวกับสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง คือชุมชนในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือประชาชนที่อาศัยในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี โดยกำหนดเกณฑ์ คือ (1) บุคลากรอาศัยอยู่ในชุมชน 3 พื้นที่หลักของคลองอ้อมนนท์ ได้แก่ พื้นที่ตำบลบางกร่าง บางศรีเมือง และไทรมา (2) บุคลากรมีส่วนร่วมในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพื้นที่คลองอ้อมนนท์ และ (3) บุคลากรเต็มใจที่จะเข้าร่วมการประชุม ได้จำนวนผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 30 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบทดสอบวัดความรู้เกี่ยวกับสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ประกอบด้วย แบบทดสอบก่อนเรียนและแบบทดสอบหลังเรียน

2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้
ขั้นตอนที่ 1 ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบก่อนเรียนสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง จำนวน 1 ครั้ง จากนั้นจึงทำการสรุปคะแนน

ขั้นตอนที่ 2 แจกสื่อความรู้ที่ได้พัฒนาขึ้น ได้แก่ คู่มือและคลิปวิดีโอเกี่ยวกับสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างศึกษาเนื้อหาเบื้องต้น

ขั้นตอนที่ 3 ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบหลังเรียนสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง จำนวน 1 ครั้ง จากนั้นจึงทำการสรุปคะแนน

2.4 เกณฑ์การประเมิน ทีมวิจัยได้กำหนดคะแนนเต็มในแต่ละแบบทดสอบ คือ 10 คะแนน ผู้ผ่านเกณฑ์การประเมินจะต้องมีผลคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 5 คะแนน (มากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 50)

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติค่าที่ เพื่อนำมาใช้เปรียบเทียบคะแนนการทดสอบก่อนได้รับสื่อความรู้และหลังจากได้ศึกษาเนื้อหาจากสื่อความรู้ที่จัดเตรียมให้แก่กลุ่มตัวอย่าง

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ (3) ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้ คือ

3.1 ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง และ 2) นักท่องเที่ยว ดังนี้ คือ

1) ผู้มีส่วนได้เสีย ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์การเลือกผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) แบบเจาะจงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำไปสู่การค้นพบตามวัตถุประสงค์ (Nastasi & Schensul, 2005) ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย

1.1) ผู้บริหารหรือผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ประกอบด้วย (1) ผู้บริหารหรือผู้แทนจังหวัดนนทบุรี (2) ผู้บริหารหรือผู้แทนสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนนทบุรี (3) หัวหน้าหรือตัวแทนพัฒนาการชุมชนจังหวัดนนทบุรี (4) ผู้บริหารหรือตัวแทนท้องถิ่นบางกร่าง (5) ผู้บริหารหรือตัวแทนท้องถิ่นบางศรีเมือง และ (6) ผู้บริหารหรือตัวแทนท้องถิ่นไทรมา

1.2) ชุมชนในพื้นที่คลองอ้อมนนท์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ที่ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบางกร่าง บางศรีเมือง และไทรมา ที่มียุทธวิธีใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์ คือ (1) บุคลากรอาศัยอยู่ในชุมชน 3 พื้นที่หลัก ได้แก่ พื้นที่ตำบลบางกร่าง พื้นที่บางศรีเมือง และพื้นที่ไทรมา (2) บุคลากรมีส่วนร่วมในการให้บริการการท่องเที่ยว และ (3) บุคลากรเต็มใจที่จะเข้าร่วมโครงการ จากเกณฑ์การเลือกตัวอย่างข้างต้น ได้ผู้เข้าร่วมจำนวนทั้งสิ้น 40 คน ประกอบด้วยบุคลากรในพื้นที่ตำบลบางกร่าง จำนวน 20 คน พื้นที่บางศรีเมือง จำนวน 12 คน และพื้นที่ไทรมาจำนวน 8 คน

2) นักท่องเที่ยว หมายถึงนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

จึงใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1963) คำนวณขนาดตัวอย่างของนักท่องเที่ยว จำนวน 384 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี เนื่องจากได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 365 ฉบับ จึงทำให้ขนาดตัวอย่างมีจำนวน 365 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประเด็นของการดำเนินการการตลาด และการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว และ 2) แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี โดยแบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง ทั้งความตรงของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และทดสอบเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.98 การวัดระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ได้แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด, 2 หมายถึง ระดับน้อย, 3 หมายถึง ระดับปานกลาง, 4 หมายถึง ระดับมาก, และ 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้รูปแบบการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี สรุปเป็นขั้นตอน ดังนี้ คือ

3.3.1 ศึกษาสถานการณ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ขั้นตอนนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน และผลของการดำเนินการการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองเพื่อประเมินศักยภาพการดำเนินการการตลาด ระดับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการสัมภาษณ์ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ การสนทนากลุ่มกับชุมชน การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่

3.3.2 ศึกษาความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว โดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 384 ฉบับ ทั้งนี้ได้รับแบบสอบถามที่

สมบูรณ์กลับมาจำนวน 365 ฉบับคิดเป็นอัตราการตอบเท่ากับร้อยละ 95

3.3.3 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับชุมชน มีขั้นตอนดำเนินการ ดังนี้

1) คณะผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีที่มาจากความพร้อมของชุมชน ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวครอบคลุมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนมีความพร้อมที่จะถ่ายทอดเป็นความรู้ และประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

2) คณะผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ผลของการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินการทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนคลองอ้อมนนท์ และข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองต่อชุมชนผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อใช้เป็นฐานในการกำหนดผลิตภัณฑ์

3) การจัดประชุมชุมชน โดยจัดเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มได้ร่วมกันคิดวิเคราะห์และร่างกำหนดผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองที่เหมาะสมกับชุมชน โดยพิจารณาความพร้อมของชุมชน ผู้ประกอบการในตลาดน้ำ เรือโดยสาร และพื้นที่สวนเกษตรในเส้นทางน้ำ และกำหนดให้มีการนำเสนอผลการกำหนดผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยแต่ละกลุ่ม

4) สรุปผลการกำหนดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองจากทุกกลุ่ม และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของทุกกลุ่มเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ทุกกลุ่มเห็นพ้องด้วยกันว่ามีศักยภาพและมีความพร้อมมากที่สุด แล้วจึงมากำหนดตราครุฑร่วมกัน

5) นำ ข้อมูล ทั้งหมด ที่ ได้ จากการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชุมชนมาจัดทำเป็นข้อมูลการสื่อสารบนเว็บไซต์ที่ทีมวิจัยจัดทำขึ้น

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการประชุมเชิงปฏิบัติการ และ 2) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา กับข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และใช้สถิติ

ทดสอบค่าที (Paired t-test) ในการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วย

1.1 ผลการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่า

1.1.1 ข้อมูลด้านทรัพยากรทางกายภาพ แบ่งทรัพยากรทางกายภาพออกเป็น 2 ลักษณะ คือ (1) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ พบว่า สภาพน้ำบริเวณปากคลองคลองอ้อมนนท์ มีคุณภาพค่อนข้างดี ส่วนน้ำด้านในคลองบางช่วงมีคุณภาพไม่ได้มาตรฐาน เริ่มมีปัญหาเน่าเสีย มีกลิ่น มีขยะและผักตบชวาลอยอยู่ในน้ำเป็นบางครั้ง (2) ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น พบว่า พื้นที่บริเวณคลองอ้อมนนท์และบริเวณโดยรอบ มีวัดจำนวนหลายวัดที่มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงาม และเป็นวัดที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ วัดเฉลิมพระเกียรติ วัดโตนด วัดบางระโง่ง วัดอัมพวัน วัดประจักษ์ศิลปาคม วัดราษฎร์ประคองธรรม เป็นต้น นอกจากวัดหรือศาสนสถานแล้วในพื้นที่ริมคลองอ้อมนนท์ยังเป็นที่ตั้งของตลาดน้ำสำคัญ ได้แก่ ตลาดน้ำพระราชวังวัดโตนด ตลาดน้ำพระราชวังสวนบัว

ทั้งนี้ตลอดแนวเส้นทางริมคลองอ้อมนนท์ยังคงมีอาคารบ้านเรือนริมน้ำ ที่เป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ เรือนไทยภาคกลาง เรือนแถวไม้ เรือนไม้พื้นถิ่น รวมทั้งสะพานและศาลาทำน้ำ นอกจากนี้บริเวณแยกคลองบางใหญ่จะเป็นที่ตั้งของโรงนั่งปลาทุเกาแก้ว ที่ยังคงดำเนินกิจการนั่งปลาทุเกาตามวิธีการแบบเดิมนับเป็นจุดชมปลายทางท่องเที่ยวที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนริมคลองได้เป็นอย่างดี

1.1.2 ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในการสำรวจข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ศึกษาในที่นี้จึงใช้ข้อมูลของพื้นที่บริเวณตลาดน้ำพระราชวังวัดโตนด โดยแบ่งการสำรวจออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย

(1) ด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า อาคารหลักที่เป็นอาคารตลาดน้ำร้านค้าจำหน่ายอาหารและสินค้า นั้นมีสภาพขาดการดูแลและขาดการจัดระเบียบ ห้องน้ำส้วม ไม่เหมาะสำหรับการใช้งานของคนทุกกลุ่ม

(2) ด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ขาดการตรวจสอบสภาพ และปรับปรุงบริการด้านต่างๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยว ให้มั่นคงแข็งแรง มีคุณภาพสวยงาม และน่าใช้งาน ได้แก่ ชุมทางเข้า ลานกิจกรรมสวนหย่อม กระถางและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ รั้ว กำแพง ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย

(3) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ยังไม่มีมาตรการด้านความปลอดภัยที่ชัดเจน โดยเฉพาะการจัดการมาตรฐานความปลอดภัยของเรือและท่าเรือ มาตรการความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

(4) ด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ป้ายที่มีในพื้นที่ยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดป้ายต่าง ๆ เช่น ป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย และป้ายเตือนอันตรายต่างๆ

1.1.3 ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยอ้างอิงแนวคิดด้านภูมิทัศน์เมือง (Urban Landscape) โดยเป็นการรวมองค์ประกอบในการรับรู้เมืองของผู้สังเกต ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ประกอบด้วย เส้นทางสัญจร ขอบเขต ย่าน จุดศูนย์รวม และจุดหมายตา

(1) เส้นทางสัญจร พบว่า จากอดีตชุมชนบริเวณคลองอ้อมนนท์ คลองบางกอกน้อย คลองบางกรวย ได้อาศัยเส้นทางคลองหรือการสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทางสัญจรหลัก การเดินทางโดยเรือถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของพื้นที่ แต่ในปัจจุบันมีการตัดถนนเพิ่มโครงข่ายถนนหลายสายเข้าสู่เกือบทุกพื้นที่ จึงทำให้การใช้เส้นทางน้ำเป็นเส้นทางสัญจรลดลง

(2) ขอบเขต พบว่า พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง วางตัวอยู่ตามแนวคลองอ้อม มีแนวคลองเป็นตัวกำหนดขอบเขตทางธรรมชาติที่ชัดเจน ในอดีตที่ผ่านมาที่ชุมชนได้ใช้เส้นทางสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทาง

สัญจรหลัก จะถือว่าด้านที่อยู่ติดริมคลองเป็นหน้าบ้าน แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงด้านการเข้าถึงพื้นที่เป็นการเข้าถึงโดยทางถนน จึงทำให้ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านหน้าบ้านมาเป็นด้านในที่อยู่ติดถนน

(3) ย่าน พบว่า การใช้ประโยชน์พื้นที่ของชุมชนบริเวณริมคลองอ้อมส่วนใหญ่ยังเป็นพื้นที่อยู่อาศัยร่วมกับพื้นที่เกษตรกรรมหรือสวนผลไม้ เช่น สวนทุเรียน เป็นต้น และในแต่ละชุมชนก็จะมีพื้นที่วัดเป็นศูนย์กลาง โดยวัดส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณริมคลอง

(4) จุดศูนย์รวม พบว่า มีพื้นที่ที่เป็นจุดศูนย์รวมก็คือ วัด ซึ่งนอกจากจะเป็นศูนย์รวมที่ยึดเหนี่ยวทางใจให้ชาวบ้านได้มาทำบุญกันแล้ว หลายวัดก็จะเป็นศูนย์รวมของการนำสินค้าทางการเกษตรผลไม้มาขายสร้างรายได้ ทำให้เกิดเป็นตลาดชุมชนขึ้น และด้วยความที่เป็นพื้นที่ใกล้คลองจึงมีการจัดตั้งตลาดน้ำในวัดต่าง ๆ เช่น ตลาดน้ำวัดโตนด ตลาดน้ำวัดตะเคียน และตลาดน้ำวัดโบสถ์บน เป็นต้น

(5) จุดหมายตา พบว่า ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งยังไม่มีมีการสร้างจุดหมายตาที่ชัดเจนที่จะได้ใช้เป็นภูมิสัญลักษณ์ของสถานที่แต่ละแห่ง

1.2 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคลองอ้อมนนท์สู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

จากข้อมูลการสำรวจสภาพทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของคลองอ้อมนนท์ พบว่า สภาพทางกายภาพของคลองอ้อมนนท์มีศักยภาพต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง เพราะมีทรัพยากรที่มีความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมที่มีความสวยงาม โดยเฉพาะวัดจำนวนมาก และเป็นวัดที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ นอกจากวัดแล้วในพื้นที่ริมคลองอ้อมนนท์ยังเป็นที่ตั้งของตลาดน้ำ และตลอดแนวเส้นทางริมคลองอ้อมนนท์ ยังคงมีอาคารบ้านเรือนไทยริมน้ำ ที่มีสะพานและศาลาทำน้ำ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนริมคลอง แต่อย่างไรก็ตามพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมในพื้นที่ตลาดน้ำ ควรมีการปรับปรุงหรือยกระดับให้มีศักยภาพสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ได้ดังนี้

1.2.1 พื้นที่ตลาดน้ำ ควรพัฒนาให้เกิดรูปแบบของความเป็นตลาดน้ำหรือเป็นตลาดชุมชนริมน้ำที่มีอัตลักษณ์ของตนเองอย่างชัดเจน โดย

ปรับปรุงให้เกิดความเชื่อมโยงของพื้นที่ระหว่างพื้นที่น้ำและพื้นที่บนบก และจัดให้มีกิจกรรมเพื่อใช้ประโยชน์จากการเป็นตลาดที่อยู่ริมน้ำให้มากขึ้น

1.2.2 ร้านค้า ควรปรับปรุงสภาพร้านค้าตามแนวริมน้ำ สร้างเส้นทางเดินเชื่อมโยงระหว่างตลาดกับร้านค้า โดยอาจให้ชุมชนดำเนินการและจัดหาผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่าย เพื่อให้เกิดภาพอัตลักษณ์ของตลาดน้ำวัดโดนดได้ชัดเจนขึ้น

1.2.3 ลานกิจกรรม ควรมีการปรับปรุงพื้นที่ลานกิจกรรมวัดโดนดให้เป็นเวทีสำหรับการแสดงเพื่อเปิดโอกาสให้เยาวชนในพื้นที่ หรือคนในชุมชนได้มีเวทีสำหรับโชว์ความสามารถ หรือเป็นเวทีสำหรับกิจกรรมสาธิตถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ ตามวาระและวันพิเศษต่างๆ

1.2.4 พื้นที่สำหรับกิจกรรมทำบุญ ควรมีการปรับปรุงพื้นที่ จัดวางตำแหน่งให้เชื่อมโยงกัน โดยอาจจัดเรียงตามลำดับกิจกรรมที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมหรือร่วมกิจกรรม ควรปรับย้ายบริเวณที่เลี้ยงโคกระบือ และจุดให้บริการอาหารเลี้ยงปลาให้ไปอยู่ในตำแหน่งอื่น โดยในที่นี้ เสนอให้ย้ายไปอยู่บริเวณด้านข้างองค์พระพุทธรูปและจัดภูมิทัศน์ให้เหมาะสม สวยงาม เป็นบริเวณที่สามารถใช้นั่งพักผ่อนได้อีกพื้นที่หนึ่ง

1.2.5 สำนักงานตลาดน้ำ พื้นที่ท่องเที่ยวควรมีพื้นที่สำหรับให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยว ควรพัฒนารูปแบบศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดโดนดให้ชัดเจน ในส่วนของอาคารสำนักงาน ควรปรับสภาพภายนอก เพื่อเปิดมุมมองให้นักท่องเที่ยวได้เห็นตัวอาคารสำนักงานตลาดน้ำได้อย่างชัดเจน

1.2.6 ท่าเรือหรือท่าหน้า ท่าเรือสำหรับวัดควรจะเป็นท่าเรือที่มีโป๊ะเทียบและมีทางเดินขึ้นที่มั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย โดยควรมีราวกันตกรอบโป๊ะเทียบเรือ และมีอุปกรณ์ช่วยเหลือ เช่น ห่วงยาง หรือชูชีพ แขนวไว้เป็นระยะๆ ส่วนท่าเรือสำหรับจุดท่องเที่ยวต่างๆ อาจจะมีรูปแบบเป็นบันไดทำน้ำตามลักษณะของศาลาทำน้ำตามบ้านเรือนปกติ แต่ควรเสริมความแข็งแรงของทำน้ำและมีอุปกรณ์กันกระแทก เพื่อป้องกันความเสียหายจากแรงกระแทกของเรือเมื่อเข้าจอด รวมทั้งติดตั้งอุปกรณ์ช่วยชีวิตไว้ตามตำแหน่งที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน นำไปใช้งานได้สะดวก

1.2.7 เรือให้บริการท่องเที่ยว ในส่วนของเรือที่ให้บริการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นสำคัญ ควรมีการตรวจสอบสภาพเรืออย่างสม่ำเสมอ และควรมีอุปกรณ์ช่วยเหลือ เช่น เสื้อชูชีพไว้บริการให้เพียงพอกับจำนวนผู้โดยสาร เป็นต้น รวมทั้งควรมีการซ่อมบำรุงเรือตามวาระการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

1.2.8 ห้องน้ำ – ส้วม ในปัจจุบันเป็นสังคมผู้สูงอายุ รูปแบบห้องน้ำ-ส้วมในพื้นที่ท่องเที่ยวควรเป็นห้องน้ำที่สามารถรองรับการใช้งานของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ หรือผู้พิการที่ใช้รถเข็น รวมทั้งคำนึงถึงเรื่องความสะดวก สะดวก และปลอดภัย

1.2.9 ป้ายต่างๆ ในพื้นที่ ป้ายสื่อความหมายต่างๆ ในพื้นที่ตลาดน้ำวัดโดนดในปัจจุบันจัดทำอย่างไม่เป็นระบบ ควรมีการวางระบบของป้ายให้ชัดเจน ป้ายสำคัญที่ควรมีประกอบด้วย ป้ายต้อนรับ ป้ายชื่อสถานที่ ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงจุดที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย และป้ายเตือนอันตราย

2. ผลการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยข้อมูล 1) การพัฒนาสื่อสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองให้แก่บุคลากรในชุมชน และ 2) ผลการประเมินสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ดังนี้ คือ

2.1 การพัฒนาสื่อสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองให้แก่บุคลากรในชุมชนการพัฒนาสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองให้แก่บุคลากรในชุมชนเน้นการถ่ายทอดความรู้และทักษะให้แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจสามารถนำความรู้ไปใช้ได้ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำสื่อการอบรมทั้งในรูปสื่อสิ่งพิมพ์เป็นคู่มือประกอบการฝึกอบรมและสื่อออนไลน์รูปแบบวิดีโอ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ (1) แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน และ (2) ส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ดังนี้ คือ

2.1.1 แบบทดสอบก่อนเรียน-หลังเรียน จุดประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนได้ประเมินความรู้ของตน ว่าตนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดบ้าง เมื่อผู้เรียนเข้าสู่ส่วนของเนื้อหาเกี่ยวกับสมรรถนะแล้ว ก็จะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อผู้เรียนทำการทดสอบความรู้ก่อนเรียนและศึกษาความรู้ในส่วนของเนื้อหา

สมรรถนะแต่ละด้านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้เรียนจะพบกับแบบทดสอบหลังเรียน จุดประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนได้ประเมินความก้าวหน้าการเรียนรู้ของผู้เรียน โดยในตอนท้ายจะมีเฉลยแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนเพื่อให้ผู้เรียนได้ตรวจสอบระดับความรู้ของตน

2.1.2 เนื้อหาเกี่ยวกับสมรรถนะ เมื่อผู้เรียนได้ผ่านการทำแบบทดสอบก่อนเรียนแล้ว ผู้เรียนจะเข้าสู่เนื้อหาสมรรถนะในแต่ละด้าน ได้แก่

(1) สมรรถนะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในแหล่งท่องเที่ยว การเปรียบเทียบความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับ และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการบริการที่มีผลต่อการยกระดับคุณภาพ

(2) สมรรถนะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ประกอบด้วยเนื้อหาที่สำคัญ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

(3) สมรรถนะการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริม

คลอง ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการสื่อสารทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง และการพัฒนาสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2 การประเมินผลสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี สรุปผลได้ดังนี้

2.2.1 ด้านความรู้ ผลการประเมินสมรรถนะด้านความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของบุคลากรในชุมชนที่เข้ารับการฝึกอบรมทั้ง 3 สมรรถนะ จำนวนทั้งสิ้น 30 ราย พบว่าผลการทดสอบทางสถิติ (Paired-t test) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการประเมินสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยสื่อ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้เข้ารับการเรียนรู้สามารถทำคะแนนเฉลี่ยหลังการเรียนรู้ด้วยสื่อสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนการเรียนรู้ทั้งภาพรวมและรายสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการประเมินสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมก่อนและหลังการเรียนรู้ด้วยสื่อ (n = 30)

สมรรถนะทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง	ก่อนการเรียนรู้		หลังการเรียนรู้		t	p-value
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)		
1) การเป็นเจ้าบ้านที่ดี	8.27	1.01	9.80	0.41	-7.82	0.000*
2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง	7.87	1.17	9.40	0.81	-7.82	0.000*
3) การสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง	7.33	1.12	8.83	1.05	-5.64	0.000*
ภาพรวม	7.82	0.90	9.34	0.51	-9.54	0.000*

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

2.2.2 ด้านพฤติกรรม การประเมินสมรรถนะทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองด้านพฤติกรรม ได้ทำการประเมินสมรรถนะด้านพฤติกรรมโดยวิธีสังเกตพฤติกรรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในตลาดน้ำวัดโตนด และ เรือนำเที่ยว พบว่า (1) พฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีสมรรถนะการเป็นเจ้าบ้านที่ดี พบว่าบุคลากรที่ให้บริการในตลาดน้ำวัดโตนด และกลุ่มผู้

ให้บริการเรือนำเที่ยว มีความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้ดี (2) พฤติกรรมของผู้ให้บริการที่มีสมรรถนะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง จากการศึกษา พบว่า บุคลากรที่ให้บริการในบริเวณร้านค้าตลาดน้ำวัดโตนด มีการจัดการด้านความสะอาดในจุดให้บริการ การรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของตลาด

น้ำที่ได้มาตรฐาน เป็นการแสดงความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนในกลุ่มผู้ให้บริการเรือนำเที่ยว พบว่าโดยภาพรวมผู้ให้บริการ สามารถจัดการและเตรียมความพร้อมในจุดให้บริการของตนได้ดี แสดงถึงมาตรฐานการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และ (3) พฤติกรรมของผู้ให้บริการด้านสมรรถนะการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง จากการศึกษาพบว่าบุคลากรที่ให้บริการในร้านค้าตลาดน้ำวัดโตนดมีการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อบุคคลเป็นหลัก สามารถสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ดี นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และประทับใจในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 สถานการณ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ผลการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ได้ข้อสรุปดังนี้

1) ศักยภาพการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี จังหวัดนนทบุรี มีศักยภาพด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ด้วย 3 ประการหลัก คือ 1.1) การดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวด้วยเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของวิถีชีวิต วัฒนธรรมของชุมชนริมคลองรวมทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีที่มีเอกลักษณ์ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 1.2) การสนับสนุนของภาครัฐ จังหวัดนนทบุรีมีนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และส่งเสริมการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมขนบธรรมเนียมประเพณี 1.3) ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของจังหวัดนนทบุรี แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดน้ำ ไม่ว่าจะเป็นด้านการคมนาคม

สิ่งอำนวยความสะดวก และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร จึงสามารถเดินทางมาได้โดยสะดวก

2) ลักษณะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรีส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาปี 2561 ที่เก็บรวบรวมจากธุรกิจที่พัก พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 852,357 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 109,903 คน นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร โดยเน้นการขับรถมาเอง ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะเดินทางกันเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มครอบครัว กลุ่มดูงานในพื้นที่ต่าง ๆ กลุ่มทัวร์นักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นต้น รูปแบบการการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการเข้าร่วมประชุมและสัมมนา

3) ข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี คือ 3.1) ขาดความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ป้ายบอกทางที่สามารถสื่อความหมายเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ห้างน้ำ ที่จอดรถที่มีการจัดระเบียบ และทำเทียบเรือที่มีความปลอดภัย พร้อมแนวปฏิบัติในการล่องเรือชมวิถีชุมชนริมน้ำ 3.2) ข้อจำกัดในชุมชน กล่าวคือ การไม่ให้ความสำคัญร่วมมือระหว่างวัด และตลาดน้ำในบางพื้นที่ นอกจากนี้ประชากรในพื้นที่ส่วนมากเป็นคนสูงอายุ ขาดคนรุ่นใหม่ที่จะสนใจการท่องเที่ยว 3.3) ขาดการบูรณาการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดโดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ปัจจุบันพื้นที่ท่องเที่ยวโดยรวมของจังหวัดนนทบุรีมีจุดเด่นเรื่องท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 3.4) ขาดองค์ความรู้ที่จำเป็น กล่าวคือ ชุมชนยังขาดทักษะหลายด้านที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวได้ประทับใจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการหรือบุคลากรในตลาดน้ำยังขาดทักษะการต้อนรับนักท่องเที่ยว และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เนื่องจากพื้นฐานเดิมของชุมชนคือเกษตรกร และดำเนินกิจการที่เน้นเชิงพาณิชย์ (ขายสินค้าเกษตร) เป็นหลัก มิใช่เน้นด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ขาดทักษะชัดเจน

3.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 45-54 ปีมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 35-44 ปี และน้อยที่สุดได้แก่ อายุ 65 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สูงกว่าปริญญาตรี และน้อยที่สุดได้แก่ อนุปริญญา (ปสช/ปวส.) มีรายได้ต่อเดือน 10,000-19,999 บาทมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และน้อยที่สุดได้แก่ รายได้ 40,000-49,999 บาท มีอาชีพหลักรับราชการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ อาชีพธุรกิจส่วนตัว และน้อยที่สุดได้แก่ อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีภูมิลำเนากรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง และน้อยที่สุดได้แก่ ภาคใต้ มีสถานภาพสมรสมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โสด และน้อยที่สุดได้แก่ หม้าย/หย่าร้าง

2) ผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี แสดงภาพรวมในตารางที่ 2 ผลการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่า

2.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) พบว่าภาพรวมความคาดหวังต่อสิ่งดึงดูดใจมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่ามี 6 ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อสิ่งดึงดูดใจมากกว่าความพึงพอใจ ได้แก่ (1) มีตลาดน้ำที่เน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน (2) มีเรือโดยสารที่ปลอดภัยสำหรับชมวัฒนธรรมริมคลอง (3) บรรยากาศภายในวัดมีความสงบ ร่มรื่น มีต้นไม้จำนวนมาก (4) การได้ซื้อสินค้าจากชุมชนด้วยวิธีการค้าขายทางน้ำ เช่นอาหาร ขนม สินค้าเกษตร ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (5) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สังคมออนไลน์ โทรศัพท์ และแผ่นพับการท่องเที่ยว และ (6) มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว

2.2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่าภาพรวมความคาดหวัง ต่อสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณา

รายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีในทุกประเด็นของสิ่งอำนวยความสะดวก คือ (1) มีที่จอดรถจำนวนเพียงพอที่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยววัด ตลาดน้ำ และท่าเทียบเรือ (2) มีห้องน้ำที่ถูกสุขลักษณะที่สะอาด และมีจำนวนเพียงพอ (3) มีที่นั่งพักในวัด และท่าเทียบเรือที่สะดวก ปลอดภัย และสะอาด (4) มีการจัดทำเดินในตลัดน้ำอย่างมีระเบียบ มีความสะอาด และทางเดินภายในตลัดน้ำมีความปลอดภัย (5) มีที่นั่งรับประทานอาหารภายในตลัดน้ำอย่างเพียงพอ (6) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ และผู้พิการ เช่น ทางลาด ที่จอดรถ และห้องน้ำ (7) มีความเหมาะสมของจำนวนเรือ อุปกรณ์ความปลอดภัยในเรือโดยสารสามารถใช้งานได้ เช่น กล้อง สัญญาณดาวเทียม

2.3) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) พบว่าภาพรวมความคาดหวังต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจต่อทุกประเด็นของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คือ (1) การคมนาคมมีความสะดวกในการเดินทางมายังวัด และตลาดน้ำ สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง (2) มีการแสดงป้ายบอกทิศทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองทั้งวัด และตลาดน้ำ (3) มีความปลอดภัยในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (4) มีความเหมาะสมของการจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำเพื่อเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี (5) มีความชัดเจนของเอกสาร/แผ่นพับที่ให้ข้อมูลของที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี (6) มีระบบขนส่งมวลชนมีความสะดวกและปริมาณเพียงพอ (7) มีการจัดระบบการเดินเรือที่สะดวก จำนวนเพียงพอ มีตารางเวลาที่ชัดเจน

2.4) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) พบว่าภาพรวมความคาดหวังต่อการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจต่อทุกประเด็นของการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว คือ (1) ด้านผู้รับผิดชอบคอยดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว (2) ด้านชุมชน/ผู้ประกอบการในพื้นที่ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยจิตบริการ มีความสุภาพ

และเป็นมิตร (3) ด้านคนในพื้นที่/ชุมชนมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมประเพณี และสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ (4) ด้านสินค้า/อาหาร และภาษาจะมีการจัดการที่เน้นความสะดวก ถูกสุขลักษณะ และมีการเก็บขยะเป็นระเบียบ (5) ด้านคนในพื้นที่/ชุมชนสามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและคำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และชัดเจน (6) มีระบบการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

2.5) ด้านกิจกรรม (Activities) พบว่า ภาพรวมความคาดหวังต่อกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจต่อทุกประเด็นของกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว คือ (1) ด้านมีการจัดกิจกรรมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมที่น่าสนใจ (2) ด้านมีรูปแบบการจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ที่ผสมผสานระหว่างวัด ตลาด ธรรมชาติ และวิถีชุมชน

ริมน้ำ (3) ด้านมีการถ่ายทอดเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวทราบความเป็นมาที่แสดงอัตลักษณ์ของวัด ตลาด และวิถีชีวิตริมคลอง (4) ด้านมีกิจกรรมที่เป็นการสาธิตการให้ความรู้ที่เป็นวิถีชาวบ้าน เช่น การทำอาหาร เป็นต้น (5) ด้านมีการกำหนดกิจกรรมของเส้นทางท่องเที่ยวริมน้ำแต่ละสถานที่อย่างชัดเจน

2.6) ด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า ภาพรวมความคาดหวังต่อที่พักในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังมากกว่าระดับความพึงพอใจต่อทุกประเด็นของที่พักในแหล่งท่องเที่ยว คือ (1) ที่พักแรมอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (2) ที่พักแรมมีความปลอดภัย (3) มีการจัดบริการภายในห้องพักที่สะดวกและครบครัน (4) ที่พักแรมมีหลายประเภท และราคาเหมาะสม (5) ด้านที่พักแรมมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบภาพรวมความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี (n= 365)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ในจังหวัดนนทบุรี	ความคาดหวัง		ความพึงพอใจ		t	P-Value
	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)		
1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)	3.85	0.78	3.71	0.77	3.674	0.000*
2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.88	0.84	3.68	0.78	4.787	0.000*
3) การเข้าถึง (Accessibility)	3.81	0.86	3.59	0.83	5.173	0.000*
4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)	3.80	0.85	3.62	0.81	4.202	0.000*
5) กิจกรรม (Activities)	3.81	0.87	3.55	0.90	5.061	0.000*
6) ที่พัก (Accommodation)	3.68	0.91	3.47	0.92	3.946	0.000*
รวม	3.81	0.77	3.60	0.73	5.490	0.000*

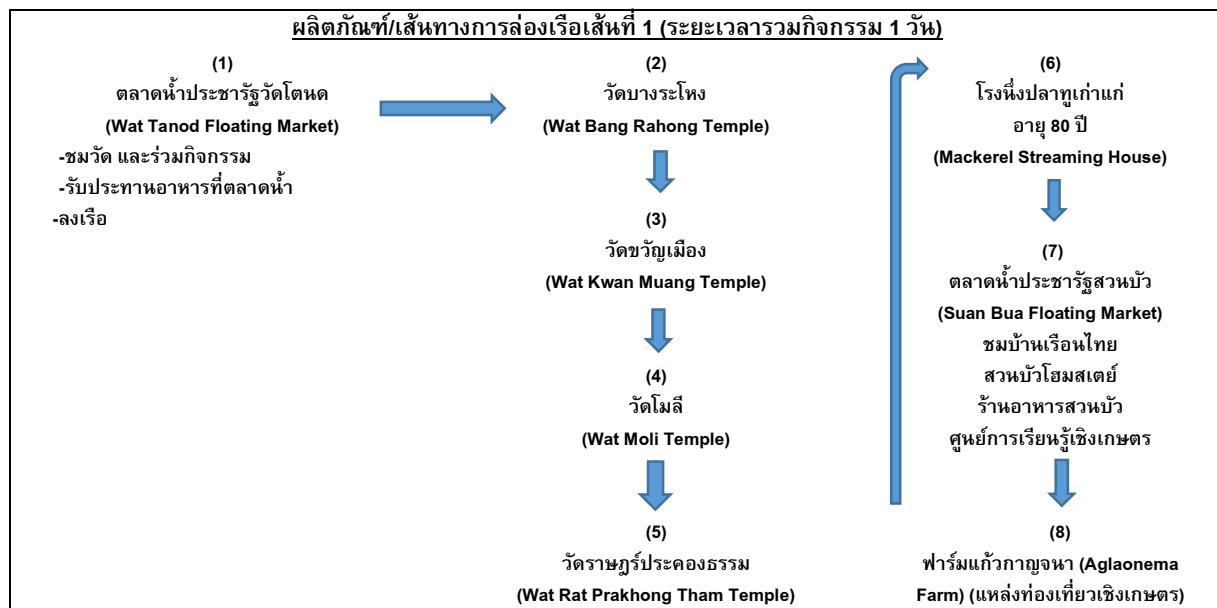
*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

สรุปภาพรวมความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าภาพรวมความพึงพอใจ เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยการทดสอบทางสถิติ พบว่ามีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณารายประเด็นของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ด้านกิจกรรม (Activities) และด้านที่พัก (Accommodation) พบว่าค่าเฉลี่ยความ

คาดหวังที่นักท่องเที่ยวมีต่อทุกประเด็นสูงกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ และเมื่อทดสอบทางสถิติ พบว่าทุกองค์ประกอบมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.3 การกำหนดผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของจังหวัดนนทบุรี โดยชุมชนได้ร่วมกันกำหนดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ และความพร้อมของชุมชนในการถ่ายทอดความรู้ พบว่า ชุมชนเสนอผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีจำนวนทั้งหมด 3 ผลิตภัณฑ์/เส้นทาง ดังนี้ คือ

1) ผลัดกัน/เส้นทางที่ 1 เป็นเส้นทาง การของจังหวัดนนทบุรี ใช้เวลาท่องเที่ยวดำเนินกิจกรรม 1 วัน
 ล่องเรือเพื่อเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลัดกัน/เส้นทางล่องเรือที่ 1
 ที่มา : คณะผู้วิจัย (2564)

มีจุดแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทางนี้จำนวน 8 แห่ง คือจุดเริ่มต้นที่ (1) ตลาดน้ำพระราชวังวัดโดนต และเดินทางล่องเรือคลองอ้อมนนท์ชมวัด ไหว้พระจำนวน 4 วัด ซึ่งเป็นวัดที่มีจุดเด่นของความคิดสร้างสรรค์ที่ชุมชนมีการเล่าเรื่องได้ ได้แก่ (2) วัดบางระโห่ง (3) วัดขวัญเมือง (4) วัดโมลี (5) วัดราษฎร์ประคองธรรม และเดินทางต่อ (6) ชมโรงหนึ่งปลาทุเก่าแก่ อายุ 80 ปี เป็นการเรียนรู้การหนึ่งปลาทุแบบดั้งเดิมของชุมชนที่มีเรื่องเล่าตั้งแต่อดีต (7) ตลาดน้ำพระราชวังสวนบัวชมบ้านเรือนไทย สวนบัวโฮมสเตย์ รับประทานอาหารสวนบัว ชมศูนย์การเรียนรู้เชิงเกษตร เป็นรูปแบบของตลาดน้ำเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนร่วมกันดำเนินการ และแะ (8) ฟาร์มแก้วกาญจนา เป็นสวนเกษตรไม่มั่งคผลที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อก่อนเดินทางกลับ

2) ผลัดกัน/เส้นทางที่ 2 เป็นเส้นทาง การล่องเรือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของจังหวัดนนทบุรีประกอบด้วย 2 รูปแบบที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ แต่ละรูปแบบเส้นทางใช้เวลาดำเนินกิจกรรม 1/2 วัน (ครึ่งวัน) มีรายละเอียดดังนี้ คือ

รูปแบบที่ 2/1 เป็นเส้นทางล่องเรือที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ชมความโดดเด่นและความสวยงามของจังหวัดนนทบุรีสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา โดยจุดเริ่มต้นที่ (1) ตลาดน้ำพระราชวังวัดโดนต ออกเดินทางล่องเรือจากคลองอ้อมนนท์สู่แม่น้ำเจ้าพระยา (2) ชมทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยาและความสวยงามของสะพานเจษฎาภิดินทร์ เดินทางสู่ (3) ทำน่านนนทบุรีเพื่อชมพิพิธภัณฑ์ศาลากลางจังหวัดหลังเก่า ซื่อของที่ตลาดทำน่านนท์ และแะนมัสการ ไหว้พระ ชมความสวยงามของ (4) วัดเฉลิมพระเกียรติ ก่อนเดินทางกลับ

รูปแบบที่ 2/2 เป็นเส้นทางเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ชมวัดต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ริมคลองอ้อมนนท์ จุดเริ่มต้นที่ (1) ตลาดน้ำพระราชวังวัดโดนต ออกเดินทางล่องเรือชมวิถีชุมชนคลองอ้อม (2) วัดบางระโห่ง (3) วัดขวัญเมือง (4) วัดประหารังสรรค์ และแะ (5) ฟาร์มแก้วกาญจนา ชมสวนเกษตรและซื้อไม่มั่งคผล ก่อนเดินทางกลับ ดังภาพที่ 4-20

3) ผลัดกัน/เส้นทางที่ 3 เป็นเส้นทาง การล่องเรือเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของ

จังหวัดนนทบุรีใช้เวลาสองเรือดำเนินกิจกรรม 1 วัน และพักค้างคืน 1 คืน เป็นเส้นทางที่นักท่องเที่ยวได้ชมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนคลองอ้อมนนท์ และบรรยากาศสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้งได้รับรู้ถึงความศักดิ์สิทธิ์ของวัดต่าง ๆ ที่เป็นจุดเด่นของคลองอ้อมนนท์ และได้ชมความสวยงามของวัดเฉลิมพระเกียรติที่มีสถาปัตยกรรมที่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เส้นทางนี้มีจุดแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทางนี้จำนวน 8 แห่ง คือจุดเริ่มต้นที่ (1) ตลาดน้ำพระราชวังวัดโตนด ออกเดินทางสู่แม่น้ำเจ้าพระยา (2) ชมทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยาและความสวยงามของสะพานเจษฎาภิดินทร์ และ (3) ท่าหน้า

นนทบุรีเพื่อชมพิพิธภัณฑ์ศาลากลางจังหวัดหลังเก่า ชื่อของตลาดทำนันทน์ เดินทางต่อเพื่อชมวัด ใหัวพระจำนวน 4 วัด (4) วัดเฉลิมพระเกียรติที่อยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สองเรือเข้าสู่คลองอ้อมนนท์ (5) วัดบางระโง (6) วัดขวัญเมือง (7) วัดราษฎร์ประคองธรรม และเดินทางต่อ (8) ตลาดน้ำพระราชวังสวนบัวเพื่อเข้าพักสวนบัวโฮมสเตย์

สรุป ผลิตภัณฑ์/เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของจังหวัดนนทบุรี มีจุดแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทางจำนวนทั้งสิ้น 12 แห่ง ซึ่งแต่ละแห่งมีจุดเด่นที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองของจังหวัดนนทบุรี

จุดแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเส้นทาง	จุดเด่นที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม
(1) แม่น้ำเจ้าพระยาและสะพานเจษฎาภิดินทร์	ทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยาและความทันสมัยและความสวยงามของสถาปัตยกรรมของสะพานเจษฎาภิดินทร์
(2) ท่าหน้านนทบุรีและพิพิธภัณฑ์ศาลากลางจังหวัดหลังเก่า	ตลาดทำนันทน์แหล่งรวมร้านอาหารอร่อย และชมสถาปัตยกรรมศาลากลางจังหวัดซึ่งเป็นโบราณสถาน
(3) วัดเฉลิมพระเกียรติวรวิหาร	สถาปัตยกรรมงดงามผสมไทยจีนโดดเด่นของวัดเฉลิมฯ ริมแม่น้ำเจ้าพระยา
(4) ตลาดน้ำพระราชวังวัดโตนด	ตลาดน้ำมีร้านอาหารของชุมชน ในวัดโตนดบางกร่างเป็นวัดที่มีกิจกรรมได้ชีวิตโคกระบือ เป็นจุดที่มีทำเทียบเรือและการล่องเรือเที่ยวชมวิถีชีวิตริมฝั่งคลองอ้อมนนท์
(5) วัดบางระโง	ตำนานความศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อเหรียญและโบสถ์อายุเก่าแก่กว่า ๒๐๐ ปี
(6) วัดขวัญเมือง	มีพระพุทธรูปองค์สำคัญคือ “หลวงพ่อหิน” มีอายุราว 400 ปี
(7) วัดโมลี	วัดโมลีเป็นวัดราษฎร์ สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย ทำบุญไหว้พระ ให้อาหารปลา
(8) วัดราษฎร์ประคองธรรม	เป็นวัดที่มีพระนอนองค์ใหญ่ที่สุดในจังหวัดนนทบุรี มีศาลาพระนอนที่ด้านบนนั้นจำลองพระธาตุ 3 นคร ได้แก่ พระธาตุทริภุญชัย พระธาตุพนม และพระปฐมเจดีย์
(9) โรงนั่งปลาทุเก่าแก่ อายุ 80 ปี	ชมการนั่งปลาทุแบบโบราณ
(10) ตลาดน้ำพระราชวังสวนบัวโฮมสเตย์	ตลาดน้ำเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยเรือนไทย โฮมสเตย์ ร้านอาหาร และศูนย์การเรียนรู้เชิงเกษตร
(11) สวน/ฟาร์มแก้วกาญจนา	สวนเกษตรไม้มงคลริมคลองอ้อมนนท์
(12) วัดประหารังสรรค์	พระพุทธรูปหลวงพ่อหิน และชมความสวยงามของพระอุโบสถ

อภิปรายผล

พื้นที่คลองอ้อมนนท์มีศักยภาพต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองซึ่งพิจารณาจากลักษณะเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมจำนวนมากที่ประกอบด้วย วัด ตลาดน้ำ และชุมชนริมน้ำ โดยวัดส่วนใหญ่ตั้งอยู่ริมคลองเป็นวัดที่มีชื่อเสียง มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และแต่ละวัดมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมได้ ส่วนตลาดน้ำมีหลายแห่งส่วนใหญ่เน้นการค้าขายของชุมชน ตลาดน้ำจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวริมคลองอ้อมนนท์ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปจับจ่ายใช้สอยช่วงวันหยุดเสาร์และอาทิตย์ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากหลากหลายพื้นที่ นอกจากนั้นคือภูมิทัศน์ของพื้นที่ริมคลองอ้อมนนท์ที่มีความสวยงามที่ยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์วัฒนธรรมของที่อยู่อาศัยของชุมชนริมคลองที่บ้านมีศาลา ริมน้ำและบันไดสู่คลอง ชุมชนมีการเดินทางโดยใช้เรือเป็น

พาหนะ มีการพายเรือหรือขับเรือขายของ เป็นการสะท้อนวัฒนธรรมของวิถีชุมชนริมคลอง ส่วนปัญหาของสภาพน้ำในคลองขึ้นอยู่กับการขึ้นลงของน้ำในแม่น้ำ แต่ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง

การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ ที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่าในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการอนุรักษ์ทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อมของชุมชนให้คงสภาพไว้ในบริบทของความเป็นชุมชนริมน้ำคลองอ้อมนนท์ ปรับปรุงและเพิ่มมูลค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้พัฒนาไปในทิศทางที่มีความสมดุลระหว่างวิถีความเจริญในปัจจุบันกับบริบทของชุมชนริมน้ำดั้งเดิม ไม่สร้างมลภาวะให้เกิดขึ้นกับแม่น้ำลำคลอง ทางด้านทรัพยากรกายภาพที่มนุษย์สร้างขึ้น ควรปรับปรุงและอนุรักษ์อาคารและสิ่งก่อสร้างตลอดแนวคลองให้คงอัตลักษณ์ของอาคารบ้านเรือน ศาลาทำน้ำ มีการควบคุมการก่อสร้างอาคารและสิ่งก่อสร้างที่จะสร้างใหม่ ไม่ให้เกิดรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่ไม่สอดคล้องกับพื้นที่หรือเกิดทัศนียภาพที่ไม่น่าดูสำหรับด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงแนวคิดการพัฒนาเพื่อคนทั้งมวล โดยควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ทุกคนเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเท่าเทียมกัน มีการปรับปรุงสถานที่ สภาพแวดล้อม และสิ่งของเครื่องใช้ให้สามารถรองรับการใช้งานของคนทุกกลุ่มได้อย่างสะดวก เท่าเทียม และปลอดภัย ทั้งนี้ในการพัฒนารูปแบบทรัพยากรกายภาพและสภาพแวดล้อม ควรเริ่มจากการสร้างความเข้าใจให้คนในชุมชนได้เข้าใจในตัวตนของชุมชนและสร้างความรู้สึภาคภูมิใจในชุมชน เพื่อที่จะได้ต่อยอดการพัฒนาทรัพยากรกายภาพที่มีอยู่ในพื้นที่ให้เกิดเป็นเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lisanan (2004) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำคลองอ้อมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนริมน้ำคลองอ้อมพวา มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ โดยสภาพแวดล้อมชุมชนเป็นบ้านเรือนริมน้ำขนานกับลำคลอง และหันหน้าบ้านเข้าหาคลอง สภาพภูมิทัศน์ชุมชนมีความเป็นธรรมชาติ โดยมีสวนมะพร้าวอยู่หลังบ้าน วิถีชีวิตของผู้คนแถบนี้ยังคงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคลอง มีการตัดถนนเข้าสู่พื้นที่

รึมนำก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของชุมชนกับพื้นที่แห่งนี้ แนวทางการอนุรักษ์และฟื้นฟูชุมชนริมน้ำคลองอ้อมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่เสนอแนะประกอบด้วย 1) การควบคุมการใช้ที่ดินโดยจำแนกพื้นที่ออกเป็น เขตโบราณสถาน เขตอนุรักษ์อาคาร และ เขตควบคุมการก่อสร้าง 2) การเชื่อมโยงระบบเครือข่ายสัญจร โดยปรับปรุงทางเดินเท้าและจุดเชื่อมต่อระหว่างชุมชนสองฝั่งคลอง และเชื่อมเส้นทางสัญจรทางน้ำให้เป็นระบบ และ 3) การอนุรักษ์และปรับปรุงทางกายภาพของอาคารและภูมิทัศน์ริมน้ำ ในด้านรูปแบบ ขนาดความสูง วัสดุก่อสร้าง และองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรมและภูมิสถาปัตยกรรม

ผลการศึกษา การพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่จะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่ามี 2 ประเด็นที่สำคัญ คือ 1) การสร้างความตระหนักรู้ในบทบาทของการเป็นเจ้าบ้านที่จะให้บริการแก่ผู้มาเยือนในพื้นที่อย่างเป็นมิตร ซึ่งจุดเด่นของคนในชุมชนในพื้นที่คลองอ้อมนนท์นี้ คือ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่มีไมตรีจิต มีความเอื้ออาทรให้แก่นักท่องเที่ยว มีภูมิหลังทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตน สามารถอธิบายรายละเอียดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมสองฝั่งคลองอ้อมนนท์ได้เป็นอย่างดี และมีความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา (Juchoo, 2012) ศึกษาเรื่อง วิถีชีวิตคนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี พบว่า คนในชุมชนริมคลองบางกอกน้อยตอนบน จังหวัดนนทบุรี มีวิถีชีวิตด้านสังคมที่เน้นการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีวิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมที่มั่นคงและยึดถือประเพณีดั้งเดิม มีการดำเนินชีวิตอยู่อย่างเรียบง่ายตามวิถีชีวิตคนชาน้ำ มีเอกลักษณ์และยังคงมีเครือข่ายเข้าถึงทางน้ำที่ดี สามารถพัฒนาต่อยอดในการยกระดับการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงควรมีการถ่ายทอดสมรรถนะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว (Srichada & Chaisaengpratheep, 2018) 2) การถ่ายทอดความรู้เรื่องสมรรถนะการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองให้แก่ชุมชนในกลุ่มต่าง ๆ เนื่องจากชุมชนในพื้นที่คลองอ้อมนนท์มักมีการติดต่อ ประสานงานกันกับชุมชนใกล้เคียง ซึ่งในบางครั้งจำเป็นต้องมีการจัดการด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น การกำหนดเส้นทางนำเที่ยวร่วมกันเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวทางน้ำ การร่วมกันดูแลและพัฒนาความสะอาดในคลอง การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้นักท่องเที่ยวเป็นต้น โดยแต่ละชุมชนควรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนผสมผสานพลังร่วมกันเพื่อควบคุม ดูแล และจัดการดำเนินงานการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Klinmeang, 2015) ที่ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนคลองบางหลวง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร โดยได้เสนอแนวทางที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อการรักษาวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม รวมทั้งความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านเรือนที่อยู่ริมสองฝั่งคลองบางหลวง โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

ผลการศึกษา การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทาง การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี พบว่าการค้นหาผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดเด่นทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวริมคลองอ้อมนนท์วิถีชีวิตของชุมชนริมน้ำ รวมทั้งมีเรื่องราวที่สามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ควรกำหนดผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสามารถเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้ได้ การศึกษาครั้งนี้ ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หรือเส้นทางท่องเที่ยวเรือจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ทุกเส้นทางนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้กิจกรรมทางด้านวัฒนธรรมในชุมชน และควมมีคุณค่าทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Prentice, 2001; Grayson & Martinec, 2004) ที่ระบุว่าคุณค่าที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการเดินทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น และประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ในการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองได้พิจารณาถึง ผลการศึกษา ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ด้าน คือ 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่ง

อำนวยความสะดวก 3) การเข้าถึง 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว 5) กิจกรรม และ 6) ที่พัก ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Buhalis (2000) และ Pike (2008) ที่ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยคุณลักษณะหรือองค์ประกอบ 6 ด้านดังกล่าวข้างต้น สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด เพราะเป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับการตอบสนองความต้องการ และการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งมวล รวมทั้งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทำให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ครอบคลุมทุกกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

ข้อสรุปจากการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองดังนี้คือ

ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชนคลองอ้อมนนท์

1) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมของพื้นที่จะประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม โดยเฉพาะคนในชุมชน ดังนั้นก่อนที่จะนำรูปแบบที่พัฒนาไปใช้ปฏิบัติจริงนั้นควรมีการสอบถามความคิดเห็นของคนในชุมชนและนำมาปรับแก้ไขก่อน เพื่อให้รูปแบบที่จะปรับนั้นสอดคล้องและตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน

2) การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรี ควรมีการส่งเสริมสมรรถนะการสื่อสารทางการตลาด ควรพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวตามบริบทของชุมชน โดยนำหลักสูตรการพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวมาประกอบการฝึกอบรม เนื้อหาความรู้ที่สำคัญประกอบด้วย ความรู้และหลักการสื่อความหมาย การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ความรู้ด้านมนุษยสัมพันธ์และจิตวิทยาการให้บริการ รวมถึงการฝึกปฏิบัติการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวในพื้นที่จริง การพัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองนั้นเป็นการเพิ่มความรู้ในตัวบุคคลที่ใช้ต้นทุนต่ำ เนื่องจากชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญา

ท้องถิ่น และจุดเด่นเชิงกายภาพของพื้นที่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงควรเสริมทักษะการเล่าเรื่องตามบริบทของชุมชน ดังนั้น การพัฒนาสมรรถนะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลองในจังหวัดนนทบุรีที่จะช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้ควรให้ความสำคัญกับทักษะการเล่าเรื่องราววิถีชีวิตและประวัติศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เกิดการสนใจหรือสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงกิจกรรม หรือรายการนำเที่ยวของแต่ละเส้นทางอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทย โดยการนำเสนอภาพแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม การบรรยายจุดเด่น กิจกรรมที่น่าสนใจผ่านข้อความ หรือเสนอเป็นคลิปวิดีโอ และในส่วนของกำหนัดกิจกรรม และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าในผลิตภัณฑ์รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณค่า ควรที่จะกำหนดให้มีคณะทำงานจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง ทั้งวัด และตลาดน้ำ ชุมชน และภาครัฐควรร่วมวางแผนพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีคุณค่าเป็นระยะ ๆ โดยจัดทำแผนพัฒนาเสนอให้ทางจังหวัดช่วยสนับสนุน

ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า พื้นที่คลองอ้อมนนท์มีศักยภาพเหมาะสมสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมวิถีไทยริมคลอง จึงมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1) ควรสำรวจระบบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และควรจัดทำแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มของจำนวนนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น

2) ควรมีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เกี่ยวกับการยกระดับคุณภาพการบริการ โดยการพัฒนารูปแบบการอบรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์และความต้องการของชุมชนและผู้ประกอบการ มุ่งเน้นพื้นที่ชุมชนที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3) ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์/เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละเส้นทางให้มีความสอดคล้องวัฒนธรรม ประเพณี ความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยว ในการร่วมดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

References

- Adillón, R. (2019). Diamond Model: A Theoretical Framework for the Sustainable Development of Tourism. *Art Human Open Acc J.* 3(1), 11—23. DOI: 10.15406/ahoaj.2019.03.00099.
- Alawi, G.M., Jamjoum, H., & Samir, H., (2018). Enhancing the Cultural Tourism Experience: The Case of Historical Old Jeddah. *WIT Transactions on the Built Environment.* 177, 39-50. DOI: 10.2495/IHA180041.
- Australia ICOMOS. (2000). *The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance 1999*, with Associated Guidelines and Code on the Ethics of Co-existence in Conserving Significant Places. Australia ICOMOS Inc. Retrived from http://australia.icomos.org/wp-content/uploads/BURRA_CHARTER.pdf.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management.* 21 (1), 97-116.
- Butmgamdee, N. (2018). Tracing Nirat for Cultural Heritage Routes: A Case Study of Bang Krui District, Nonthaburi. *SDU Research Journal.* 14(2), 67-83.
- Chen, C.-F., & Chen, F.-S., (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism*

- Management*. 31(1), 29–35. DOI: 10.1016/J.TOURMAN.2009.02.008
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Techniques*, 2nd Ed., New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Grayson, K., & Martinee, R. (2004). Consumer Perceptions of Iconicity and Indexicality and their Influence on Assessments of Authentic Market Offerings. *Journal of Consumer Research*. 31(2), 296-312.
- Hargrove, C. (2014). Cultural Tourism: Attracting Visitors and Their Spending. *National Cultural Districts Exchange Report: Americans for the ARTS*, Washington, D.C. Retrived from <https://www.americansforthearts.org/>
- Jennings, G. (2006). *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*. In *Water-Based Tourism, Sport, Leisure, and Recreation Experiences*; Jennings, G., Ed.; Butterworth-Heinemann: Oxford.
- Juchooy, S. (2012). Way of Life in the Upper Bangkoknoi - Cannal Nonthaburi povince to Sufficiency Economy Concept. *Research Report*. Research funding from Rajapruk University.
- Khemthong, S., Boonyapern, T., & Chamkit, P., (2021). Enhancing the Quality Tourism in the Thai Way of Life along with Canal in Nonthaburi Province. *Research Report*. Research funding from Administration and Capital Management Unit for Enhancing the Competitiveness of The Country (AEC).
- Klinmeang, J. (2015). Guidelines for Tourism Management: A Case Study of Cultural Attraction Klong Bang Luang Community Phasi Charoen, Bangkok. *Master Thesis*. National Institute of Development Administration.
- Lau, R.W.K. (2010). Revisiting Authenticity: A Social Realist Approach. *Annals of Tourism Research*. 37(2), 478-498.
- Lloyd-Walker, B., & Cheung, Y.P. (1998). IT to Support Service Quality Excellence in Australia Banking Industry. *Managing Service Quality*. 8 (11), 350-358.
- Lisanan, N. (2004). Guidelines for Conservation and Rehabilitation of Amphawa Canal Communities, Samut Songkhram Province. *Academic Documents Architecture...House...City*. Faculty of Architecture: Khon Kaen University.
- Martin, K. (2010). Living Pasts: Contested Tourism Authenticities. *Annals of Tourism Research*. 37(2), 537-554.
- McKercher, B., & Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Haworth Hospitality Press.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in Travel and Tourism* (4th ed.). Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of Qualitative Research to the Validity of Intervention Research, *Journal of School Psychology*. 43(3), 177-195.
- Oh, H. (2000). Diner's Perceptions of Quality, Value and Satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quality*. 41(3), 58–66.
- Pike, S. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- Prentice, R. (2001). Experiential Cultural Tourism: Museums and the Marketing of the New Romanticism of Evoked Authenticity. *Museum Marketing and Curatorship*. 19(1), 5-26.
- Provincial Development Plan of Nonthaburi: Review version. (2020). *Provincial Development Plan of Nonthaburi during period of the year 2018- 2021*. Retrived from <http://nonthaburi.go.th/57782.html>.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*, Wallingford, CAB International.

Srichada, T., & Chaisaengpratheep, N. (2018). Staff Training in Hospitality Sector in Order to Enhance the Service Quality. *Journal of Humanities and Social Science Valaya Alongkorn*. 13(1), 228-235.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-end Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

การศึกษาการลดต้นทุนการสั่งซื้อสินค้าของร้านค้าปลีกท้องถิ่นโดยใช้วิธี EOQ:
กรณีศึกษาร้าน “ล้านกระทุ่มครับ”

The Study of the Order Quantity Cost Saving of a Local Retail Store by EOQ

Method: A Case Study of "Lan Kathum Krub"

ธิบดินทร์ แสงสว่าง^{1*}

Thobordin Sangsawang^{**}

ณัฐธิดา ชะลอทรัพย์

Nattida Chalorsap

สุนิสา โคมจิต

Sunisa Chomchit

ธีระชัย สุระโชติเวศย์

Teerachai Surachotivet

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมของร้านโชห่วยในท้องถิ่น โดยใช้วิธี Economic Order Quantity (EOQ) โดยใช้ข้อมูลปริมาณยอดขาย ราคาขาย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานด้านสินค้าคงคลัง การวิจัยในครั้งนี้ได้นำทฤษฎี ABC Analysis มาประยุกต์ใช้ในการแบ่งกลุ่มสินค้า โดยแบ่งสินค้าออกเป็นกลุ่มตามมูลค่าของสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 3 ประเภท คือ กลุ่ม A จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 0 – 80% ของมูลค่าทั้งหมด ที่เหลือจะเป็นกลุ่ม B และ C ตามลำดับ จากการแบ่งกลุ่มพบว่า ในกลุ่ม A มีสินค้าทั้งหมด 62 ชนิด มีมูลค่าสินค้า 2,205,759 บาท คิดเป็น 80.05 %ของมูลค่าของสินค้าทั้งหมด ส่วนสินค้าในกลุ่ม B มีสินค้าทั้งหมด 68 ชนิด มีมูลค่าสินค้า 277,312 บาท คิดเป็น 10.06 %ของมูลค่าสินค้าทั้งหมด และสินค้าในกลุ่ม C มีทั้งหมด 198 ชนิด มีมูลค่า 272,245 บาท คิดเป็น 9.88 %ของมูลค่าสินค้าทั้งหมด ในงานวิจัยนี้ได้นำเอาสินค้าในกลุ่ม A มาวิเคราะห์หาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม จากการวิจัย พบว่า จำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้าลดลงไป 294 ครั้ง/ปี พบว่าต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าลดลง 8,162.12 บาท/ปี ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าต่อปีลดลง 2,680.03 บาท/ปี

คำสำคัญ : ปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด, ลดต้นทุน, ร้านโชห่วยท้องถิ่น

ABSTRACT

This research is to study the appropriate order quantity of local retail store by Economic Order Quantity (EOQ) method using sales volume, selling price and inventory operating expenses. This research used ABC Analysis to classify the products in the store. The products are divided into 3 groups according to accumulated

^{1*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขารัฐกิจวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมล: sangsawang_t@su.ac.th

^{**} Assistant Professor, Business Engineering, Mechanical Engineering, Faculty of Engineering and Industrial Technology, Silpakorn University, E-mail: sangsawang_t@su.ac.th

วันที่รับบทความ (Received date): 23 February 2021 วันที่แก้ไขแล้วเสร็จ (Revised date): 11 December 2021

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted date): 23 December 2021

selling price: Group A is the product with cumulative sales value from first 0 – 80 % of the total value. The others are assigned to group B and C respectively. It was found that there are 62 products in group A. The cost of products in group A is 2,205,759 baht, or 80.05% of the total selling price of the store. In group B, there are 68 products. The selling price of group B is 277,312 baht, 10.06% of total selling price. In group C, there are 198 products, with a value of 272,245 baht, 9.88% of the total selling price. In this research, products in group A are analyzed to determine the appropriate order quantity. it is found that the number of purchase orders decreased for 294 times/year. Product inventory cost decreased for 8,162.12 baht/year, cost of purchasing products decreased for 2,680.03 baht/year.

Keywords: economic order quantity, cost saving, local retail store

บทนำ

การดำเนินธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กภายใต้สังคมในยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบันนี้ มีความเสี่ยงสูงที่จะขาดทุน เนื่องจากปัจจุบันร้านค้าขนาดใหญ่หรือร้านสะดวกซื้อมีมากขึ้น และส่งผลถึงร้านค้าปลีก (โชห่วย) ซึ่งธุรกิจค้าปลีกมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อเศรษฐกิจของประเทศในอดีต และถือเป็นแหล่งกระจายสินค้าที่สามารถเข้าถึงชุมชนได้อย่างมาก โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ร้านค้าปลีก และผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกัน Amornsiri (2013) ด้วยรูปแบบร้านค้าขนาดเล็กที่ขายสินค้าที่ใช้ในการอุปโภคบริโภคในแหล่งชุมชน เพื่อดำเนินชีวิตเป็นหลัก มีการตลาดที่ไม่ซับซ้อน ซ้อมาและขายสินค้าไป ไม่มีการใช้เทคโนโลยีและการบริหารจัดการสมัยใหม่มากนัก เมื่อรูปแบบทางเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการทำธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้มีความทันสมัยและมีความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภคมากขึ้น

ธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) มีอัตราการเกิดธุรกิจแบบร้านค้าสะดวกซื้อเพิ่มขึ้น แนวโน้มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ปี 2560 ที่ผ่านมามีการเติบโตได้ร้อยละ 3.0-3.2 จากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ถูกขับเคลื่อนจากภาคการท่องเที่ยว และโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ รวมถึงการขยายตัวของชุมชนเมือง เนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีมูลค่า

ตลาดประมาณ 980,000 ล้านบาท โดยมีผู้ประกอบการหลักในตลาด เช่น เซ็นทรัล, โรบินสัน, แม็คโคร, 7-Eleven และผู้ประกอบการอื่น ๆ ซึ่ง 7-Eleven มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 46.08 ของมูลค่าตลาดทั้งหมด Kantar (2020) ด้วยเหตุนี้จึงเป็นผลที่ทำให้ร้านค้าปลีกจำนวนมากที่ต้องปิดตัวลง

อย่างไรก็ตามร้านโชห่วยหรือร้านค้าปลีกในชุมชนยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ 32.4% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าร้านค้าโชห่วยยังมีโอกาสในการดำเนินกิจการ Diana et al, (2017) แต่ถึงอย่างนั้นก็ยังเกิดการแข่งขันของร้านค้าปลีกภายในชุมชนกันเอง ดังนั้นร้านโชห่วยจึงต้องมีการบริหารร้านที่ดีหรือการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการให้ร้านค้าสามารถลดต้นทุน เพื่อเพิ่มผลกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการประกอบกิจการทุกประเภทล้วนมีคลังสินค้า เพื่อให้กิจกรรมการผลิตหรือการขายดำเนินไปได้อย่างราบรื่น โดยสินค้าคงคลังควรเก็บไว้ในจำนวนที่เหมาะสม และควรมีค่าใช้จ่ายในการควบคุมสินค้าคงคลังที่ต่ำที่สุด การที่มีสินค้าคงคลังที่มากเกินไปมักเป็นสิ่งที่จัดการได้ยาก แต่การมีสินค้าคงคลังที่น้อยเกินไปก็จะทำให้เกิดสินค้าขาดสต็อก (Stock out) จึงต้องมีการวางแผนการจัดการสินค้าคงคลังให้มีความเหมาะสมต่อปริมาณความต้องการและเวลาที่ลูกค้าต้องการสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ปัญหาในการควบคุมสินค้าคงคลังนั้นคือ จะอย่างไรให้สินค้าทุกรายการมีความเหมาะสมไม่มากเกินไปหรือไม่น้อยเกินไป แต่สินค้าบางประเภทแม้มีปริมาณการใช้งานน้อย คิดเป็น%เพียง 5-10 %ของ

ปริมาณสินค้าคงคลังทั้งหมด แต่มีมูลค่าสูงถึง 80 % ของมูลค่าสินค้าคงคลังทั้งหมด Greedisgoods (2020) ซึ่งหากนึกถึงความเป็นจริงแล้วนั้นไม่สามารถให้ความสำคัญกับสินค้าทุกชิ้นได้ เพราะการให้ความสำคัญกับสินค้าทุกชิ้นนั้นจะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายที่สูง ดังนั้นเพื่อให้การบริหารการจัดการสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพจึงนำเอาเทคนิคการวิเคราะห์แบบเอบีซี (ABC Analysis) มาใช้ในการจัดกลุ่มความสำคัญ GSB (2020) และนำทฤษฎีปริมาณการสั่งซื้อที่ประหยัด (EOQ) มาช่วยในการลดต้นทุนการสั่งซื้อและการจัดการสินค้าคงคลัง Heizer and Barry (2018)

ในงานวิจัยนี้ จึงเป็นนำเอาการวิเคราะห์แบบเอบีซี มาทดลองใช้ในบ้านค้าปลีกท้องถิ่นแห่งหนึ่ง คือร้าน "กระทู้มครับ" ในจังหวัดอยุธยา โดยเป็นร้านที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในแหล่งชุมชน มีการบริหารงานกันเองภายในครอบครัว ด้วยการซื้อสินค้ามาและขายสินค้าไป ไม่มีการใช้เทคโนโลยีในการช่วยดำเนินธุรกิจ การจัดเรียงของหรือการสั่งซื้อสินค้ามาจำหน่ายขึ้นอยู่กับเจ้าของร้าน โดยไม่มีหลักเกณฑ์ในการสั่งซื้อว่าควรสั่งจำนวนเท่าไรถึงจะเหมาะสม โดยจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่าร้านโชห่วยแห่งนี้มีปัญหาเรื่องการมีสินค้าคงเหลือมาก ทำให้สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย ซึ่งทางร้านมีการเก็บข้อมูลราคาและปริมาณการขายของสินค้าแต่ละรายการเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการทำบัญชีร้านอยู่แล้ว แต่ทางร้านไม่ได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ในด้านการวางแผนการจัดการสินค้าคงคลัง ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการสินค้าคงคลัง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการบริหารให้การดำเนินธุรกิจร้านค้าปลีกยังคงดำรงอยู่ต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อกำหนดหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมที่สุด (EOQ) ของค้าปลีกท้องถิ่นหรือที่เรียกว่าร้านโชห่วย เพื่อลดต้นทุนการสั่งซื้อและการจัดการคลังสินค้า

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Natthanicha and Sasithorn (2009) ได้ทำการศึกษาการจัดการระบบสินค้าคงคลังในร้าน NPT.car accessories (ศักดิ์เจริญประดับยนต์) โดยวิธี ABC Analysis และปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม โดยการวิจัยพบว่าเมื่อใช้ EOQ แล้วจะทำให้ทางร้านลดต้นทุนในการสั่งซื้อต่อปี เท่ากับ 7,834 บาทต่อปี ลดต้นทุนจัดให้มีสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 2,298 บาทต่อปี ลดต้นทุนรวมทั้งสิ้นต่อปีด้านสินค้าคงคลังโดยเฉลี่ยต่อปี เท่ากับ 10,132 บาทต่อปี และต้นทุนรวมทั้งสิ้นต่อหน่วย ลดลง 16 บาทต่อหน่วยต่อปี

Thitiya and Narinthorn (2014) ได้ทำการศึกษาการจัดการระบบสินค้าคงคลังในร้าน P. N. สแตนเลส โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์กลุ่มของสินค้าของร้าน P. N. สแตนเลส ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความสำคัญของสินค้าคงคลังแบบ ABC Analysis และหาปริมาณการสั่งซื้อเหมาะสมสุด (EOQ) จุดสั่งซื้อ (ROP) สินค้าคงคลังสำรอง (SS) จำนวนครั้งการสั่งซื้อที่ดีที่สุดต่อปี โดยจากการคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมสุด (EOQ) ของสินค้าแต่ละชนิดในกลุ่ม A และเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายด้านสินค้าคงคลังเมื่อสั่งซื้อตามปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมสุด (EOQ) กับการดำเนินงานของทางร้านในปัจจุบันพบว่า การสั่งซื้อวิธี EOQ ให้ค่าใช้จ่ายด้านสินค้าคงคลังต่ำกว่าประมาณ 5,217.787 บาท/ปี และจำนวนครั้งของการสั่งซื้อวิธี EOQ น้อยกว่าวิธีของทางร้าน 37 ครั้ง/ปี

Kingkarn and Noppadol (2016) ได้ทำการศึกษาการบริหารสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Analysis เทคนิค EOQ Model และวิธี Silver-Meal กรณีศึกษา บริษัท XYZ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการหาวิธีการสั่งซื้อที่เหมาะสมให้กับบริษัทและเพื่อเป็นการลดต้นทุนด้านสินค้าคงคลัง พบว่าได้สินค้าคงคลังกลุ่ม A จำนวน 41 รายการ กลุ่ม B จำนวน 48 รายการและกลุ่ม C จำนวน 136 รายการหลังจากนั้นนำสินค้าคงคลังเฉพาะกลุ่ม A มาคำนวณหาค่าสมประสิทธิภาพแปรปรวนพบว่า มีสินค้า

คงคลังจำนวน 3 รายการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน <0.25 แสดงว่ารูปแบบความต้องการมีลักษณะคงที่สม่ำเสมอจึงเหมาะสมกับเทคนิค EOQ Model และมีสินค้าคงคลังจำนวน 38 รายการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน >0.25 แสดงว่ารูปแบบความต้องการลักษณะไม่คงที่ไม่สม่ำเสมอจึงเหมาะสมกับวิธี Silver-Meal ผลการวิจัยพบว่าการใช้เทคนิค EOQ Model สามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังได้ 23,244.95 บาทต่อปีคิดเป็นร้อยละ 26.79 และจากการประยุกต์ใช้วิธี Silver-Meal สามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังได้ 203,628.39 บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 44.38

Pathompong and Chakkaphan (2014). ได้ทำการศึกษาการพัฒนากระบวนการจัดการสินค้าคงคลัง : กรณีศึกษาบริษัทติดตั้ง และบำรุงรักษาเครื่องจักรของโรงงาน SME ผลการวิเคราะห์พบว่าบริษัทมีปัญหาเรียงตามความสำคัญดังนี้ ปัญหาด้านสินค้าคงคลัง เกิดจากไม่มีการจัดทำระบบสินค้าคงคลัง ไม่มีการบันทึกข้อมูลสินค้าคงคลัง ขาดการวางแผนการจัดซื้อ การจัดสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ จากปัญหาดังกล่าวคณะวิจัยได้ทำการใช้เครื่องมือการจัดการ ในการแก้ไขปัญหา ดังนี้ การจัดทำใบบันทึกรายการสินค้า (Stock card) การใช้ทฤษฎี ABC Analysis ทฤษฎี EOQ การกำหนดกระบวนการทำงานของการบริหารสินค้าคงคลัง แนวคิด 5 ส. สินค้าค้างสต็อกมีการเปลี่ยนแปลงด้านการบริหารสินค้าคงคลัง สามารถทำงานอย่างเป็นระบบมากขึ้น มีการตรวจนับสินค้าคงคลังและจัดทำใบบันทึกรายการสินค้า (Stock card) สินค้าคงคลังมีการจัดเรียงหมวดหมู่ตามประเภท มีการวางแผนการจัดซื้อที่เหมาะสม และการระบายสินค้าค้างสต็อก ผลจากการดำเนินงานทำให้ต้นทุนสินค้าค้างสต็อกลดลง สรุปผลการวิจัยจากการนำเครื่องมือมาใช้ในการแก้ไขปัญหาด้านการบริหารสินค้าคงคลังเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสินค้าคงคลังโดยลดการสั่งซื้อที่ซ้ำซ้อนสามารถคิดเป็นเงินลดลงได้ 1,533,600 บาท และปรับปรุงกระบวนการทำงานในระบบสินค้าคงคลังจัดทำกลุ่มของสินค้า (Product Category) ลดปริมาณสินค้าที่ไม่มีการเคลื่อนไหว ลดปริมาณการจัดเก็บ

สินค้าและลดค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บลงสามารถคิดเป็นเงินลดลงได้ 671,700 บาท

Supatsara (2017). ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมกรณีศึกษาบริษัทผลิตอะไหล่และอุปกรณ์ไฟฟ้า โดยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมให้กับบริษัทกรณีศึกษา และเพื่อลดต้นทุนและระยะเวลาในการสั่งซื้อให้กับบริษัทกรณีศึกษา โดยพบว่า แบบการสั่งซื้ออย่างประหยัดจะมีต้นทุนรวมของการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเท่ากับ 2,404,148.24 บาท และการบริหารจัดการสินค้าคงคลังแบบปัจจุบันของบริษัทกรณีศึกษาต้นทุนรวมของการบริหารจัดการสินค้าคงคลังเท่ากับ 3,314,648.93 บาท ดังนั้น ถ้านำรูปแบบการสั่งซื้ออย่างประหยัดมาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง จะทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายรวมทั้งปี ได้ถึง 910,500.69 บาท โดยค่าใช้จ่ายที่ลดลงนั้น เกิดจากค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อต่อครั้งและค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บรักษาลดลง อันเนื่องมาจากปริมาณที่สั่งซื้อมีความเหมาะสมมากขึ้น ส่งผลให้บริษัทเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินแก่บริษัท โดยบริษัทสามารถนำเงินส่วนนี้ไปลงทุนหรือใช้จ่ายในกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเพิ่มผลกำไรให้ธุรกิจได้

Chatdanai (2017). การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง ในปัจจุบันของบริษัท ชันชายเปเปอร์ บ็อกซ์ จำกัด โดยมุ่งเน้นไปที่สินค้าคงคลังประเภท A และมีมูลค่าสูงสุดเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังของ บริษัท ชันชายเปเปอร์ บ็อกซ์ จำกัด พบว่าจากข้อมูลสินค้าคงคลังกล่องกระดาษลูกฟูกที่ได้จากการแบ่งกลุ่มตามมูลค่าและความสำคัญข้างต้น โดยให้กลุ่มที่มีมูลค่ารวม 71.71% แรกของมูลค่าทั้งหมดเป็นสินค้าคงคลังประเภท A มีจำนวน 13 รายการ ตามลำดับ เพื่อที่จะวิเคราะห์ปริมาณการจัดเก็บ Safety Stock นโยบายการสั่งซื้อแบบ Economic Order Quantity: EOQ ได้ถูกนำมาพิจารณาประกอบด้วย และหลังจากนั้นการคำนวณ Safety Stock พบว่า จำนวนสินค้าคงคลังในกลุ่ม A ลดลงถึง 284,131.00 ชิ้น/ปี หรือคิดเป็นต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ลดลงถึง 37,050.40 บาท/ปี

Kingkaew (2014) การจัดการสินค้าคงคลังด้วยระบบ ABC analysis ร่วมกับรูปแบบการสั่งซื้อในปริมาณที่ประหยัด (EOQ – Economic Ordering Quantity) สามารถลดต้นทุนรวมในการบริหารคลังสินค้าได้ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบรูปแบบการจัดซื้อยาที่เหมาะสมที่ทำให้ต้นทุนโดยรวมของการบริหารคลังยามีค่าน้อยที่สุด โดยศึกษาในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าวิธีการสั่งซื้อแบบ EOQ จะมีต้นทุนรวมของการบริหารคลังยาน้อยกว่าวิธีการสั่งซื้อแบบเดิมเท่ากับ 290,255.44 บาท, 325,523.55 บาท และ 337,827.63 บาทต่อปี ตามลำดับ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าวิธีการสั่งซื้อแบบ EOQ น่าจะมีประสิทธิผลในการลดต้นทุนรวมของการบริหารคลังยาได้ อย่างไรก็ตาม การนำวิธีการสั่งซื้อแบบ EOQ นี้ไปใช้จริง ควรมีการปรับให้เหมาะสมกับยาแต่ละรายการ ซึ่งมีอัตราการใช้ไม่คงที่ตลอดปี เนื่องจากโดยหลักการทั่วไป การสั่งซื้อแบบ EOQ จะได้ผลดีมากในกรณีที่สินค้าที่มีอัตราการใช้คงที่

Rungsiri and Chang (2016). งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานและการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงงานผักผลไม้แช่แข็ง จังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการโรงงานผักผลไม้แช่แข็ง จังหวัดเชียงใหม่ (3) เพื่อศึกษาการประยุกต์ทฤษฎี ABC Analysis ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าโรงงานผักผลไม้แช่แข็ง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สินค้าประเภท A มี 5 รายการ มีมูลค่าการขาย 162,489,960 บาท คิดเป็น 79.27 % มีปริมาณ 2,277,655 กิโลกรัม ซึ่งจะจัดเก็บอยู่ใกล้กับทางเข้า - ออกคลังสินค้า เพื่อให้ง่ายและสะดวกในการตรวจสอบควบคุมการเบิกจ่ายสินค้าประเภท B มี 11 รายการ มีมูลค่าการขาย 31,211,550 บาท คิดเป็น 15.23 % ปริมาณ 475,100 กิโลกรัม จัดเก็บอยู่ช่วงกลางของคลังสินค้าถัดไปจากสินค้าประเภท A และสินค้าประเภท C มี 18 รายการ มีมูลค่าการขาย 11,291,360

บาท คิดเป็น 5.51 % มีปริมาณ 210,120 กิโลกรัม จัดเก็บอยู่ด้านในสุดของคลังสินค้าถัดไปจากสินค้าประเภท B เนื่องจากเป็นประเภทสินค้าที่มีมูลค่าการขายที่น้อยที่สุดในกลุ่ม รวมทั้งมีความถี่ในการเบิกจ่ายที่น้อยที่สุด

Jarupong (2016) งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการคงคลังยาและเวชภัณฑ์ที่ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ป่วย พบว่า การวิเคราะห์แบบ ABC Analysis จากจำนวนยาและเวชภัณฑ์ทั้งหมด 410 รายการ สามารถจำแนกกลุ่มของยาและเวชภัณฑ์ 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A มีคะแนนความสำคัญสูงสุดถึง 75% มียาและเวชภัณฑ์ 52 รายการ กลุ่ม B มีคะแนนความสำคัญปานกลางสูงถึง 15% มียาและเวชภัณฑ์ 61 รายการ และกลุ่ม C มีคะแนนความสำคัญต่ำสุดถึง 10% มียาและเวชภัณฑ์ 297 รายการ การหาปริมาณการเบิกจ่ายที่เหมาะสม จุดของการเบิกจ่าย และสต็อกยาเพื่อความปลอดภัยเฉพาะยาและเวชภัณฑ์กลุ่ม A ตัวอย่างเช่น ยาและเวชภัณฑ์รหัส 1000240 มีปริมาณการเบิกจ่ายที่เหมาะสม 134 กล่อง โดยเบิกเดือนละ 2 ครั้ง จุดของการเบิกจ่าย 22 กล่อง และสต็อกเพื่อความปลอดภัย 16 กล่อง นอกจากนี้ในงานวิจัยยังได้ประยุกต์ใช้การควบคุมด้วยการมองโดยการแบ่งเขตพื้นที่การจัดวางกล่องยาให้สอดคล้องกับปริมาณที่ได้คำนวณไว้ คือ สีเขียวแทนปริมาณการเบิกจ่ายที่เหมาะสม สีเหลืองแทนจุดของการเบิกจ่าย และสีแดงแทนสินค้าเพื่อความปลอดภัย

การดำเนินงานวิจัย

1. การคำนวณหรือต้นทุนต่อพื้นที่

ทางคณะผู้วิจัย ได้ทำการเก็บข้อมูลค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของร้านที่มีการบันทึกเอาไว้ ประกอบไปด้วย ค่าจ้างพนักงาน ซึ่งคือเจ้าของร้านเอง แต่โดยปกติทางร้านไม่ได้จ่ายเงินเดือนให้พนักงานส่วนนี้ เนื่องจากเป็นกิจการของครอบครัว ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ รวมทั้งสิ้น 375,863 บาท ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ

เดือน	ค่าไฟ (บาท)	ค่าน้ำ (บาท)	ค่าจ้าง (บาท)	รวม (บาท)
1	13,258	132	20,000	33,390
2	11,214	98	20,000	31,312
3	10,857	106	20,000	30,963
4	13,873	143	20,000	34,016
5	10,065	87	20,000	30,152
6	9,836	74	20,000	29,910
7	10,483	82	20,000	30,565
8	10,132	91	20,000	30,223
9	9,987	78	20,000	30,065
10	10,214	93	20,000	30,307
11	10,563	102	20,000	30,665
12	14,168	127	20,000	34,295
รวม				375,863

ค่าสร้างร้านรวมที่ดิน = 1,026,000 บาท
 อายุการใช้งาน 20 ปี = $1,026,000 / 20$
 ค่าสร้างร้านเฉลี่ย = 51,300 บาท/ปี
 รวมค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ = $375,863 + 51,300$
 บาท/ปี

= 427,163 บาท/ปี

เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ = 35,596.92 บาท/เดือน
 ขนาดของร้าน = กว้าง × ยาว

= 135 ตารางเมตร

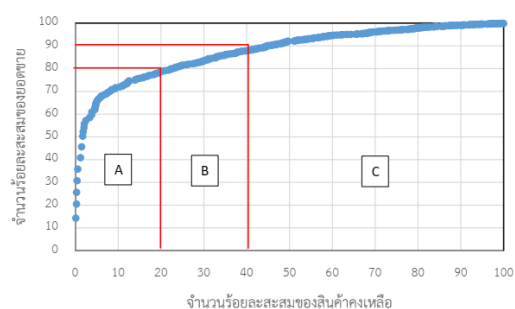
ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ = $35,596.92 / 135$
 = 263.68 บาท/ตร.ม.

เมื่อนำรายการสินค้าที่อยู่ในกลุ่ม A มา
 คำนวณต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า ต่อ 1 ตารางเมตร

จะสามารถหาค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บของสินค้าแต่ละชนิดได้

2. การแบ่งประเภทสินค้าตามทฤษฎี ABC analysis

การแบ่งประเภทสินค้าตามทฤษฎี ABC analysis เป็นการแบ่งมูลค่าการขายสินค้าจากมากที่สุดไปน้อยในรอบหนึ่งปี โดยจัดหมวดสินค้าในกลุ่ม A เป็นสินค้าที่มีมูลค่าการขายรวมทุกรายการไม่เกินร้อยละ 80 ของมูลค่าการขายทั้งหมด ส่วนสินค้าในกลุ่ม B จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าการขายรวมกันในลำดับที่ร้อยละ 81 – 90 ส่วนที่เหลือจะเป็นสินค้าในกลุ่ม C โดยมีมูลค่ารวมอยู่ในลำดับที่ 91 – 100 ดังนั้นในงานวิจัยนี้มุ่งเน้นไปในสินค้าในกลุ่ม A เป็นหลัก ดังแสดงในภาพที่ 1

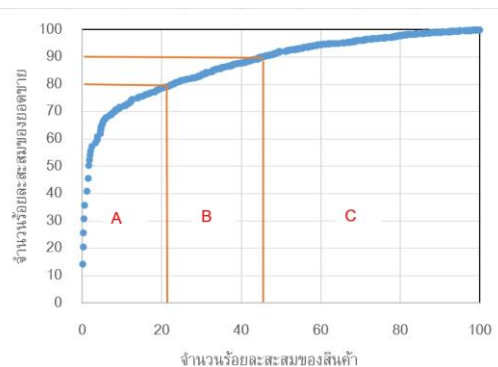


ภาพที่ 1 รูปแบบการวิเคราะห์แบบ ABC Analysis

จากการรวบรวมข้อมูลภายในหนึ่งปี พบว่าร้านกระทุ้มครีบ มีสินค้าทั้งสิ้น 328 รายการ มียอดขายรวม 2,755,316.00 บาท สามารถแบ่งได้ดังนี้

- สินค้ากลุ่ม A จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 0 – 80% มีทั้งสิ้น 62 รายการ (ลำดับที่ 1 – 62) รวมมูลค่ายอดขาย 2,205,759 บาท คิดเป็น 80.05% ของยอดขายของสินค้าทั้งหมด
- สินค้ากลุ่ม B เป็นสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 80 – 90% มีทั้งสิ้น 68 รายการ (ลำดับที่ 63 – 130) มีมูลค่าสินค้า 277,312 บาท คิดเป็น 10.06% ของยอดขายสินค้าทั้งหมด

- สินค้ากลุ่ม C จะเป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 90 – 100% มีทั้งสิ้น 198 รายการ (ลำดับที่ 131 – 328) มีมูลค่า 272,245 บาท คิดเป็น 9.88% ของยอดขายสินค้าทั้งหมด ซึ่งการจัดกลุ่มสินค้าแบบ ABC Analysis สามารถวิเคราะห์ได้ ตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การแบ่งสินค้าออกเป็นกลุ่ม A, B และ C

3. การหาพื้นที่ในการจัดเก็บของสินค้าในแต่ละชนิด

ทางคณะผู้วิจัย ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากร้านค้า ในการทดลองวัดพื้นที่จัดเก็บของสินค้าที่มีในร้านในแต่ละรายการ โดยทางผู้วิจัยได้นำมาคิดเป็นพื้นที่การจัดเก็บต่อหนึ่งตารางเมตรของสินค้าแต่ละชนิด ดังแสดงเป็นตัวอย่างในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บต่อหน่วย 10 อันดับแรกที่มียอดขายสูงสุด

ชนิดสินค้า	จำนวนที่จัดเก็บได้ (หน่วย)	ค่าใช้จ่ายในการ จัดเก็บ 1 ตารางเมตร	ค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บ (บาท/หน่วย)
Leo ขวด	540	263.68	0.49
ช้าง ขวด	540	263.68	0.49
บุหรี SMS เขียว	5400	263.68	0.05
บุหรี LM เขียว	5400	263.68	0.05
บุหรี SMS แดง	5400	263.68	0.05
บุหรี LM แดง	5400	263.68	0.05
บุหรีชาเขียว	5400	263.68	0.05
บุหรีชาแดง	5400	263.68	0.05
เหล้าหงษ์ทองกลม	288	263.68	0.92
ลิโพ	1600	263.68	0.16

4. การคำนวณต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้า

สินค้าของร้าน “ล้านกะทุมครีบ” มีหลายชนิด และมีการสั่งซื้อจากหลายที่ โดยจากข้อมูลมีการสั่งซื้อ

สินค้ามาขาย 5 ร้าน โดยร้านค้าที่สั่งซื้อมีการคิดค่าขนส่งและมีประเภทสินค้าที่สั่งซื้อไม่เท่ากัน ซึ่งสามารถคำนวณหาค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อต่อครั้งได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 ต้นทุนการสั่งซื้อจากร้านที่เป็นผู้ขายให้กับร้านกระทุมครีบ

ร้านค้า	ชนิดสินค้า	ค่าขนส่งต่อครั้ง	ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อครั้งเฉลี่ย
ร้านสมชาย	7	25	3.57
ร้านคุณหญิง	33	20	0.61
ร้านน้ำ	1	50	50.00
ร้านอ่างทอง	18	45	2.50
ร้านบางปะหัน	3	30	10.00

ผลการวิจัย

1. การจำแนกสินค้าคงคลังเป็นหมวดโดยใช้ ABC Analysis

จากการรวบรวมข้อมูลปริมาณความต้องการราคาต่อหน่วย และมูลค่ายอดขายต่อปีของสินค้าแต่ละ

ชนิดในร้าน “ล้านกะทุมครีบ” โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2562 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และนำข้อมูลที่ได้ของสินค้าแต่ละชนิดมาจัดกลุ่มตามทฤษฎี ABC Analysis จะสามารถจัดกลุ่มได้ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการแบ่งกลุ่มสินค้าตาม ABC Analysis

กลุ่ม	จำนวนรายการสินค้า	จำนวนสินค้า (%)	มูลค่าสินค้า (บาท)
A	62	18.90	2,205,759
B	68	20.73	277,312
C	198	60.37	272,245
รวม	328	100%	2,755,316

จากตาราง สามารถได้ว่าจากการนำสินค้ามาแบ่งตามเกณฑ์มูลค่า คือ กลุ่ม A จะเป็นสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 0 – 80 % กลุ่ม B เป็นสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 80 – 90 % และกลุ่ม C จะเป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าขายสะสมตั้งแต่ 90 – 100 % จากการแบ่งกลุ่มพบว่า ในกลุ่ม A มีสินค้าทั้งหมด 62 ชนิด คิดเป็น 18.90 % ของชนิดสินค้าทั้งหมด มูลค่าสินค้า 2,205,759 บาท คิดเป็น 80.05 % ของมูลค่าของสินค้าทั้งหมด ส่วนสินค้าในกลุ่ม B มีสินค้าทั้งหมด 68 ชนิด คิดเป็น 20.73 % ของชนิดสินค้าทั้งหมด มีมูลค่าสินค้า 277,312 บาท คิดเป็น 10.06 % ของมูลค่าสินค้า

ทั้งหมด และสินค้าในกลุ่ม C มีทั้งหมด 198 ชนิด คิดเป็น 60.37 % ของชนิดสินค้าทั้งหมด มีมูลค่า 272,245 บาท คิดเป็น 9.88 % ของมูลค่าสินค้าทั้งหมด

2. การคำนวณปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม (Economic Order Quantity)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณความต้องการสินค้าที่อยู่ในกลุ่ม A ซึ่งจะนำมาคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม (EOQ) ในเดือนมกราคมสำหรับกลุ่ม A

ลำดับ	ชนิดสินค้า	ปริมาณความต้องการต่อเดือน	H	S	จำนวนครั้งการสั่งซื้อ	ปริมาณการสั่งซื้อ (หน่วย/ครั้ง)	ซื้อจริง (หน่วย/ครั้ง)	หน่วย
1	Leo ขวด	664	0.49	3.57	7	99	108	ขวด
2	ช้าง ขวด	469	0.49	3.57	5	83	96	ขวด
3	บุหรี SMS เขียว	232	0.05	0.61	3	77	80	ซอง
4	บุหรี LM เขียว	241	0.05	0.61	4	78	80	ซอง
5	บุหรี SMS แดง	243	0.05	0.61	4	78	80	ซอง
6	บุหรี LM แดง	238	0.05	0.61	3	78	80	ซอง
7	บุหรีชาเขียว	250	0.05	0.61	4	80	80	ซอง
8	บุหรีชาแดง	250	0.05	0.61	4	80	80	ซอง
9	เหล้าหงษ์ทองกลม	43	0.92	0.61	6	8	8	ขวด
10	ลิโพ	394	0.16	0.61	7	55	60	ขวด
...								
62	กะทิอัมพวา 1000 ml	18	1.09	2.5	7	54	60	ขวด

การคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อ (ยกตัวอย่างการ
คำนวณ EOQ ของสินค้า : LEO ขวด, เดือน
กุมภาพันธ์)

$$\text{จากสูตร } EOQ = \sqrt{\frac{2DS}{H}}$$

D = ปริมาณความต้องการ = 685 หน่วย

S = ต้นทุนการสั่งซื้อต่อครั้ง = 3.57 บาท/ครั้ง

H = ต้นทุนการเก็บรักษาต่อหน่วยต่อปี = 0.49 บาท/หน่วย

$$\begin{aligned} \text{ปริมาณการสั่งซื้อ} &= \sqrt{\frac{2 \times 685 \times 3.57}{0.49}} \\ &= 100.08 \text{ หน่วย} \approx 101 \text{ หน่วย} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{จำนวนครั้งในการสั่งซื้อ} &= \frac{D}{\text{ซื้อจริง}} \\ &= \frac{685}{108} \end{aligned}$$

$$= 6.34 \text{ ครั้ง/ปี}$$

$$\approx 7 \text{ ครั้ง/ปี}$$

ดังนั้นสินค้า LEO ขวด ควรซื้อครั้งละประมาณ 101 หน่วยต่อครั้ง (ค่าที่คำนวณได้ 100.08 หน่วยต่อครั้ง) แต่สินค้าชนิด LEO ขวด เวลาสั่งซื้อจะต้องสั่งซื้อเป็นลัง ดังนั้นจะต้องสั่งซื้อจริง 9 ลัง (108 หน่วย) และจำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้าประมาณ 7 ครั้งต่อเดือน (ค่าที่คำนวณได้ 6.34 ต่อปี) ในทำนองเดียวกันสินค้าชนิดอื่น ๆ ก็ใช้วิธีการคำนวณที่คล้ายคลึงกลับสินค้าชนิดนี้ ซึ่งสามารถหาปริมาณการสั่งซื้อสินค้าแต่ละชนิดในแต่ละเดือนได้ดังนี้

3. การเปรียบเทียบต้นทุนก่อน และหลังการนำกระบวนการหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม (EOQ)

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยวิธี EOQ และวิธีของร้านที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

วิธี	ต้นทุนในการจัดเก็บ (บาท/ปี)	ต้นทุนในการสั่งซื้อ (บาท/ปี)	ต้นทุนรวมทั้งหมด (บาท/ปี)	จำนวนในการสั่งซื้อ (ครั้ง/ปี)
วิธีปัจจุบัน	38,073.05	7,629.25	45,702.30	2,528.00
วิธี EOQ	29,910.93	4,949.22	34,860.15	2,234.00
ลดลง	8,208.26	2,680.03	10,888.29	294.00

จากตาราง 6 สามารถสรุปได้ว่าต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าลดลง 8,208.26 บาท/ปี ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าต่อปีลดลง 2,680.03 บาท/ปี และจำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้ามีจำนวนลดลง 294 ครั้ง/ปี อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าหลังการใช้ทฤษฎี EOQ ทำให้ต้นทุนรวมทั้งสิ้นต่อปีลดลง 10,888.29 บาท/ปี

อภิปรายผลการศึกษา

เนื่องจากปัจจุบันทางร้านค้าไม่มีการนำระบบการหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมมาใช้ในการบริหารงาน งานวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานให้กับทางร้าน “ล้านกะทุมครีบ” หลังจากการแบ่งกลุ่มด้วยวิธี ABC Analysis ทางผู้วิจัยได้เลือกพิจารณาสินค้าในกลุ่ม A เนื่องจากเป็นสินค้าที่ทำการได้หลักให้กับทางร้าน จึงทำการคำนวณหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม และจำนวนครั้งในการสั่งซื้อที่ดีที่สุด แล้วนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ได้จากวิธี EOQ กับ วิธีที่ทางร้านใช้อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการคำนวณด้วยวิธี EOQ สามารถสรุปได้ คือ ต้นทุนในการจัดเก็บสินค้าลดลง 8,162.12 บาท/ปี ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าต่อปีลดลง 2,680.03 บาท/ปี และจำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้ามีจำนวนลดลง 294 ครั้ง/ปี

เมื่อพิจารณาผลลัพธ์ที่ได้ระหว่างวิธีการที่ทางร้านใช้อยู่ในปัจจุบันกับวิธี EOQ พบว่า จำนวนครั้งในการสั่งซื้อสินค้าของวิธี EOQ น้อยกว่าวิธีของทางร้าน ต้นทุนในการสั่งซื้อสินค้าของวิธี EOQ มีต้นทุนที่ลดลงกว่าวิธีของทางร้าน และต้นทุนในการจัดเก็บมีค่าใช้จ่ายที่ลดลง อาจเป็นเพราะปกติทางร้านมีการสั่งซื้อสินค้าบ่อยครั้งและแต่ละครั้งสั่งซื้อใน

ปริมาณที่มาก ส่งผลให้มีสินค้าค้างสต็อกสูงทำให้ต้นทุนในการจัดเก็บสูงขึ้นตามไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1). การหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสม (Economic Order Quantity ; EOQ) ที่ได้มาจากการคำนวณเป็นเพียงแค่การพยากรณ์เท่านั้น เพื่อช่วยให้ร้านค้ามีการตัดสินใจในการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อต่อครั้งล่วงหน้า แต่เนื่องจากสินค้ามีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นจึงต้องมีการตรวจสอบปริมาณสินค้าอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง จึงจะทำให้การพยากรณ์มีความแม่นยำและเกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด ซึ่งจะส่งผลทำให้การสั่งซื้อสินค้าเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า

2). การคำนวณต้นทุนในการสั่งซื้อ เนื่องจากทางร้านสั่งซื้อสินค้าจากหลายร้าน และร้านค้าที่ส่งสินค้าให้กับทางร้านไม่สามารถให้ข้อมูลได้ว่าคิดค่าส่งของสินค้าแต่ละชนิดอย่างไร ในส่วนนี้ทำให้ผู้วิจัยต้องนำข้อมูลมาคำนวณหาเป็นค่าเฉลี่ยแทน

3). ควรนำระบบ Software เข้ามาช่วยในการควบคุมสินค้า เช่น Odoo, IPS Point of sale และ iStore Xpress ซึ่งเป็น Software ที่สามารถหาซื้อมาใช้ได้ง่าย และมีหลักการใช้งานไม่ซับซ้อน

References

- Banthao J., (2016). Inventory Management of Drugs and Medical Supplies: A Case Study of Community Hospital in Nakhon Ratchasima. Faculty of Engineering and Architecture. Rajamangala University of Technology Isan Nakhon Ratchasima.
- Diana L., Francisco A., Soumaya Y. & Ada A. (2017). A multi-start algorithm to design a multi-class classifier for a multi-criteria ABC inventory classification problem. From Expert systems with application, 81(1), 12 – 21.
- Dissorn A., The Federation of Thai Industries. Inventory Management. Form Inventory Management Books 2013 2nd Edition.
- Greedisgoods., (2020). Economic Order Quantity. Retrieved from <https://greedisgoods.com/eoq%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>
- GSB. (2020). Trade Analysis Unit Sectoral Economy Business and Foundation Economy Research Center. Industry Update. Retrieved from https://www.gsb.or.th/getattachment/da1ab107-c10e-4b89-8b4a6d8de53a5c5c/IN_trade_5_60_detail.aspx.
- Heizer J, and Render B. (2018). Operations Management. Pearson Education, Inc., 368.
- Homsri P. and Kongthana Ch. (2014). Development of Inventory Management Systems: A Case Study Involving the Installation and Maintenance of Machines for SMEs. Industrial Technology Lampang Rajabhat University Journal, 7(2), 42 – 46.
- Jaisamer R. and Changuntabut Ch. (2016). The Applying ABC Analysis for Efficiency Improvement of Inventory Management in Frozen Vegetable and Fruit Factory in Chiang Mai Province. National academic conference and research presentation 1st academic capital "Interdisciplinary Education Combines Thai culture Step confidently into the AC ", 639 - 655.
- Lertluck L. (2020). Adaptation of groceries under the age of globalization. Retrieved from <https://prezi.com/pj-2cge9aclh/presentation/>.
- Logistics. (2020). Inventory Management. Retrieved from <https://www.myaccountcloud.com/Article/Detail/89139>.
- Mapong K., (2014). Simulation Study to Determine Purchasing Methods to Reduce Drug Inventory Total Cost: A Case Study at Warinchamrab Hospital. Journal Of Health Science, 23(6), 1078 – 1086.
- Panyorattaroj S. (2017). Economic Order Quantity Determination for Raw Material: A Case Study of Electrical Spare Parts and Electrical Equipment Product Company. Retrieved from http://research.rpu.ac.th/wpcontent/uploads/2017/08/Supatsara-Panyorattaroj_2559.pdf.
- Phalika K. and Suwannasap N. (2016). Inventory Management by Applying The Theory Of ABC Classification Analysis, EOQ Model Techniques and Silver-Method: A Case Study Of XYZ.

- Phranakhon Rajabhat Research Journal
(Humanities and Social Sciences), 11(1),
102 – 114.
- Phiphithipitak T. and Trangwiwipak N. (2014).
Inventory Management System Case
Study: PN Stainless Steel Shop.
Department of Statistical Department
Faculty of Science Statistics Silpakorn
University.
- Rangsitthakhun Ch., (2017). Improvement of
inventory management efficiency: case
study of Sunshine paper box Co., Ltd.
Graduate School Journal, 5(2), 79 – 85.
- Suwanasingha N. and Champhat S. (2009).
Inventory management system in the
store NPT.CAR ACCESSORIES by ABC
ANALYSIS and the appropriate
order quantity (EOQ). Department of
Statistical Department Faculty of Science
Statistics Silpakorn University.
- Somdej. (2014). Problems in accounting and
taxation of inventories. From Report of
goods and raw materials. 10th edition,
Bangkok: Thammanitpress 2014.
- Worldpanel K., (2020). Market share of
hypermarkets. Retrieved from
[https://www.pra
chachat.net/marketing/news-137343](https://www.pra
chachat.net/marketing/news-137343)