วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

ราชมงคลล้านนา

RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร ศิริสุคันธา	มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิริยา จงรักษ์สัตย์	มหาวิทยาลัยพายัพ
ดร.สุวรรณา พลอยศรี	มหาวิทยาลัยพายัพ
ดร.ฐิติ ฐิติจำเริญพร	มหาวิทยาลัยพายัพ
ดร.ปะราลี เอนก	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่
ดร.เกรียงไกร เจริญผล	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ดร.นิรมล พรมนิล	มหาวิทยาลัยพะเยา
ดร.ภาคภูมิ ภัควิภาส	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ลัดดา ปินตา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ไพรพันธ์ ธนเลิศโศภิต	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ริญญาภัทร์ เขจรนันทน์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา

RMUTL Journal
of Business Administration
and Liberal Arts

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.กัญฐณา ดิษฐ์แก้ว	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป พืชทองหลาง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ เลาหะเมทนี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ทีเก่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรไท ครุธเวโช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เสรฐสุดา ปรีชานนท์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ตะวัน วาทกิจ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.สุภรพรรณ คนเฉียบ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ดร.ปณิธิ อมาตยกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์ณฐา อภิธาวินวสุ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
อาจารย์นรินทร์ จิวิตัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ศาสตราจารย์ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา ตุ้ยคัมภีร์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร จวงตระกูล	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญฑวรรณ วิงวอน	มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง
รองศาสตราจารย์อรพิณ สันติธีรากุล	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
รองศาสตราจารย์อเนก ชิตเกษร	มหาวิทยาลัยพายัพ
รองศาสตราจารย์ ดร.เปรมวิทย์ วิวัฒนเศรษฐ์	มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พนารัตน์ ปานมณี	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.จงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.พรลภัส สุวรรณรัตน์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤทัย พานิช	มหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิชญาธีรนาถ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประสิทธิชัย นรากรณ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏ พิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธัมมะทินนา ศรีสุพรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ พิบูลสงคราม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียน เลรามัญ	มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัณณวิช สนิทนราทร	มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา สุกเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)
ดร.ระวี เผ่าหอม	มหาวิทยาลัยฉงชิ่งเทคโนโลยีและธุรกิจ

ผู้ประสานงาน

นายณัฐพงศ์ นิลคำ

นางสาวจุฑามาศ สุวิมลเจริญ

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจความถูกต้องทางวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ข้อความและบทความในวารสารราชมงคลล้านนา เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำ และมิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ และกองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์คัดลอก แต่ให้อ้างอิงที่มา

บทบรรณาธิการ

เรียนผู้อ่านที่เคารพทุกท่านครับ วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา จัดทำโดย คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เป็นวารสารที่ตีพิมพ์บทความที่ผ่านกระบวนการประเมินคุณภาพของบทความ โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ ๓ ท่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมงานด้านวิชาการ และงานวิจัยที่สามารถใช้งานได้จริงในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ และสหวิทยาการสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ วารสารนี้เปิดรับบทความวิจัยและบทความวิชาการของอาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา รวมทั้งสถาบัน และหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศ จึงขอเชิญชวนผู้ที่สนใจทุกท่านส่งบทความเข้ามาพิจารณาประเมินเพื่อการตีพิมพ์ โดยวารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา ทำการจัดพิมพ์เป็นราย ๖ เดือน (ปีละ ๒ ฉบับ; ฉบับที่ ๑ เดือนมกราคม ถึง เดือนมิถุนายน และฉบับที่ ๒ เดือนกรกฎาคม ถึง เดือนธันวาคม) โดยมีการเผยแพร่ในรูปแบบออนไลน์

ปัจจุบันวารสารได้ตีพิมพ์ เป็นปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ เดือนกรกฎาคม ถึงเดือนธันวาคม ๒๕๖๕ เนื้อหาภายในฉบับนี้จะประกอบไปด้วยบทความวิจัยจำนวน ๘ เรื่อง โดยบทความแรกจะเป็นบทความที่เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ กระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. ๒๕๖๒ กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนทางการเงินและความเสี่ยงของการผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟในจังหวัดน่าน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จกรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร Research on the Image Management of Ctrip Cross-Border Tourism Product Project และ A Study on Tourism Ecology of Healing Hot Spring: A Case Study of Hezhou Hot Spring. ซึ่งบทความวิจัยทั้งหมดครอบคลุมในเรื่องบริหารธุรกิจ สังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ ตามวัตถุประสงค์ของวารสาร

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันเป็นช่วงที่โควิด ๑๙ ที่ก่อให้เกิดวิกฤติการณ์แก่ทุกฝ่ายมามากกว่า ๒ ปี กำลังคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น และคาดว่าจะผ่านพ้นไปได้ด้วยดีแม้จะมีการระบาดบ้าง กองบรรณาธิการหวังว่าทุกท่านคงมีโอกาสในการสร้างเสริมสุขภาพให้ร่างกายและจิตใจแข็งแรงอยู่เสมอ โดยความไม่ประมาทและมีสติเพื่อที่จะผ่านพ้นอุปสรรคทุกอย่างและพบกับอนาคตอันสดใสในเร็ววัน ขอให้ทุกท่านโชคดีครับ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

การจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด *สุริยนต์ สูงคำ และ ลัดดา ปินตา*	1-18
ผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงาน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ *ธนพล อินต๊ะขัน และ กรวีร์ ชัยอมรไพศาล*	19-36
กระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร *อรรถวิชช์ สุวรรณภักดี*	37-50
การวิเคราะห์ความคุ้มค่าการลงทุนทางการเงินและความเสี่ยงของการผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟในจังหวัดน่าน *วันวิภา ปานศุภวัชร และ อัจฉราภรณ์ พูลยิ่ง*	51-64
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง *จุฑารัตน์ ปัญญายืน และ บุญฑวรรณ วิงวอน*	65-82
รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จกรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร *วีรวิชช์ ชาติวิวัฒน์พรชัย*	83-100
Research on the Image Management of Ctrip Cross-Border Tourism Product Project *Yongrui Huang, Napat Ruangnapakul, Winitra Leelapattana and Prayong Kusirisin*	101-116
A Study on Tourism Ecology of Healing Hot Spring -- A Case Study of Hezhou Hot Spring *Pu Fan, Prayong Kusirisin, Winitra Leelapattana and Jirachai Yomkerd*	117-130

การจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

Supply Chain Management for Safety Agricultural Products of Chiang Mai Social Enterprise Corporation

สุริยนต์ สูงคำ[1*] และลัดดา ปินตา[2]

Suriyon Sungkam[1*] and Ladda Pinta[2]

[1] นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

[2] อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

[1] Student of Master of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Lanna

[2] Lecturer of Master of Business Administration, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamangala University of Technology Lanna

[*] E-mail: suriyonte_s@rmutl.ac.th

Received *November 10, 2022* ***Revised*** *November 27, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนและลักษณะของการบริหารจัดการ ความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัย โดย บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ประชากรที่ใช้ในการศึกษาใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง คือ กลุ่มเกษตรกร บ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 ครัวเรือน ผู้บริหารและบุคลากรของ บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนงาน ใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก การเข้าร่วมสังเกตการณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารเนื้อหา นำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ

ผลของการศึกษาพบว่า ประชากรผู้ให้การสัมภาษณ์เป็นเพศชาย จำนวน 28 ราย เพศหญิง จำนวน 5 ราย ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.58 มีอาชีพรองจากอาชีพเกษตรกรรมคือการทอผ้าของสมาชิกในครัวเรือน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.48 มีที่ดินถือครองมากที่สุด 21 ไร่ขึ้นไป จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.36 ผลการศึกษาเชิงคุณภาพพบว่าการบริหารจัดการและความสัมพันธ์ในระดับห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัย มีสอดคล้องกับแบบจำลอง SCOR model คือ

การวางแผน มีการนำเอาระบบ เกษตรพันธสัญญามาปรับใช้กับชุมชน การจัดซื้อจัดหาโดยการให้โค้วต้ากับผู้รวบรวมผลผลิตแต่ละราย โดยพิจารณาปริมาณการสั่งซื้อจากความสามารถในกำลังการผลิต การผลิตที่มอบหมายให้เกษตรกรในเครือข่ายทำการผลิตสินค้า เพื่อให้ได้ปริมาณตามที่บริษัทต้องการ การขนส่งโดยมีการคัดแยกผลผลิตในเบื้องต้น และจัดส่งให้กับบริษัท เพื่อทำการตรวจสอบผลผลิตก่อนจะทำการบรรจุผลผลิตลงบรรจุภัณฑ์ และการส่งคืนซึ่งแม้ในเบื้องต้นยังไม่มีการส่งคืนสินค้า แต่มีการเตรียมการสร้างหลักประกันสินค้าสำหรับลูกค้า ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการหลักจะมาจากปัจจัยด้านเกษตรกร และองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการที่เกี่ยวเนื่องกับเกษตรกรเป็นหลัก

คำสำคัญ : การจัดการห่วงโซ่อุปทาน, สินค้าเกษตรปลอดภัย, วิสาหกิจเพื่อสังคม

Abstract

The study on "Chain Management of Safe Agricultural Products Supply by Chiang Mai Social Enterprises Company Limited" aimed to study the patterns and characteristics of management, connectivity and supply chain relationships, and problems and obstacles arising in the supply chain of safe agricultural products by Chiang Mai Social Enterprises Company Limited. The population included 33 households of the agriculture group at Ban Mae Khimuk, Ban Tub sub-district, Mae Chaem district in Chiang Mai province, Chiang Mai Social Enterprises Company Limited, and Thai Organic Agricultural Innovation Foundation. This study was qualitative research by studying the concepts of related theories and research papers. Then, they were applied to create an in-depth interview form. The information was gathered through interviews, observations, and focus groups. Then, the researcher applied the content analysis method. Furthermore, the descriptive method was used to present the data. For the data obtained from the interview, they were described by the analytic induction. Finally, they were compiled and classified systematically.

The study's results revealed that the interviewees' population was comprised of 28 males and five females. Most were 61 years of age or older, with 19 cases representing 57.58%. Their occupation was secondary to agriculture, which was the weaving of 16 household members, accounting for 48.48 percent. There were 12 interviewees with the most land holdings of 21 rai or more, accounting for 36.36 percent. The qualitative study results indicated that the management and relationships at the safe agricultural supply chain level were consistent with the SCOR model. It consisted of Plan with the adoption of the contract farming system to adapt to the community; Source with the procurement from a quota to each product aggregator, considering the order quantity from the capacity of production capacity;

Make which the product aggregator will assign farmers in the network produce products for getting the quantity that the company needs; Delivery which the products are sorted out by different sizes initially and delivered to the company to check the standards before packing the produce into sacks and Return. Even at the outset of the study, there is no merchandise return from the purchaser; there are preparations or guarantees for products that customers or consumers will select that the aggregator ships with quality. As for the problems and obstacles of the primary management, they mainly arose from the factors of farmers and the body of management knowledge related to the farmers.

Keyword: Supply Chain Management, Safe Agricultural Products, Social Enterprise

บทนำ

อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด มีหมู่บ้านอยู่บริเวณที่ราบและกระจัดกระจายอยู่ตามหุบเขาใหญ่น้อยที่ล้อมรอบเรียงรายอยู่ มองจากมุมสูงลงมาจะเหมือนแอ่งกระทะ มีลำน้ำไหลผ่าน ได้รับการยกฐานะให้เป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ.2499 และเมื่อวันที่ 26 ธันวาคม 2552 ได้มีการแบ่งพื้นที่ของตำบลแจ่มหลวง ตำบลบ้านจันทร์ และ ตำบลแม่แดด ออกไปจัดตั้งอำเภอกัลยาณิวัฒนา ปัจจุบันอำเภอแม่แจ่ม มี 7 ตำบลประกอบด้วย ตำบลช่างเคิ่ง ตำบลท่าผา ตำบลบ้านทับ ตำบลบ้านศึก ตำบลแม่นาจร ตำบลปางหินฝน และตำบลกองแขก ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ผืนป่าต้นน้ำแม่แจ่มถูกแปรสภาพเป็นพื้นที่ทำกินมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะช่วงปี พ.ศ.2552 - 2554 และปี 2557 พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติแม่แจ่ม ถูกแปรสภาพเป็นไร่ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้น พอปี 2557 ราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ตกต่ำ เกษตรกรบางส่วนหันมาปลูกพืชชนิดอื่นทดแทน (เช่น ยางพารา ฟักทอง หอมแดง และกะหล่ำปลี) ทั้งนี้หากปีไหนราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ตกต่ำปีถัดมาพื้นที่ปลูกข้าวโพดจะลดลงตาม แต่ถ้าปีไหนราคาดีปีถัดมาพื้นที่ปลูกข้าวโพดเพิ่มขึ้นอีกเช่นกัน การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของราคาข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ดังกล่าวมานี้ไม่ได้ผกผันกับพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพียงด้านเดียว แต่ยังเป็นปัจจัยสัมพันธ์กับการเพิ่มขึ้นของปัญหาหมอกควันและปัญหาสุขภาพอันเนื่องมาจากการเผาไร่ เพื่อเตรียมพื้นที่ปลูกข้าวโพดรอบใหม่ในแต่ละปีไปจนถึงปัญหาหน้าดินถูกชะล้างลงสู่ที่ต่ำจนทำให้แม่น้ำลำห้วยตื้นเขิน ปัญหาดินถล่ม และปัญหาการใช้น้ำในหลายๆ ด้าน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาหน่วยงานของรัฐ องค์กรต่าง ๆ และภาคประชาสังคมได้เข้าร่วมแก้ปัญหาในประเด็นที่หลากหลายและแตกต่างกันในพื้นที่นำร่อง และเกิดเป็นผลสำเร็จได้ในระดับที่มีนัยสำคัญ โดยชุมชนที่เข้าร่วมโครงการนำร่องได้ปรับเปลี่ยนวิถีการทำเกษตรกรรมเชิงเดี่ยวเป็นการทำเกษตรกรรมแบบผสมผสานพร้อมการปลูกป่ากลับคืน นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เช่น การสร้างตลาดสีเขียวในพื้นที่เพื่อรองรับสินค้าอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการอนุรักษ์

บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด (Chiang Mai Social Enterprise) เป็นองค์กร

หนึ่งที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการปัญหาในพื้นที่อำเภอแม่แจ่มเพื่อเป็นการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม สร้างเศรษฐกิจให้กับคนในพื้นที่ โดยบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ก่อตั้งขึ้นด้วยความดำริของการรวมของกลุ่มและภาคส่วนต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นภาคส่วนธุรกิจ การศึกษา บริษัทเอกชน ที่ต้องการให้เมืองเชียงใหม่มีความก้าวหน้า เกิดการพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักธุรกิจและมีนักวิชาการที่ต่างมีความเห็นว่าเชียงใหม่มีความเติบโตมากขึ้นในทุกมิติ มีความเปลี่ยนแปลงแต่ไร้การควบคุม ได้ทำการจดทะเบียน 2 ธันวาคม 2559 ก่อตั้งขึ้นมาเพื่อให้เป็นองค์กรขับเคลื่อน และรณรงค์ให้เกิดผลทางด้านการปฏิบัติ ประกอบไปด้วย หุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์จากทั้งองค์กรภาคเอกชน นิติบุคคลภาคเอกชน และองค์กรประชาสังคม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาจะมีการแก้ไขปัญหาอื่น ๆ ในระยะถัดไป การทำงานในอำเภอแม่แจ่ม บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ได้เลือกพื้นที่บ้านแม่ขี้มูกหรือบ้านสองธาร ตำบลบ้านทับ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย เนื่องมาจากในพื้นที่ดังกล่าวมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตพืชเชิงเดี่ยวคือข้าวโพดมาเป็นเกษตรผสมผสาน ซึ่งแต่เดิมได้ทำการปลูกข้าวโพดเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชุมชนตั้งแต่ปี 2542 แรงจูงใจสำคัญของการปลูกข้าวโพดคือตลาดรับซื้อและมีการส่งเสริมปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นการอำนวยความสะดวกในการตัดสินใจง่ายขึ้นของเกษตรกร แม้ราคาจะไม่ได้สูงมาก กำไรที่เหลือจะไม่ถึงครึ่งของต้นทุน แต่ยังมีคนรับซื้อ นั่นหมายถึงทางเลือกที่เกษตรกรบ้านแม่ขี้มูกมี ข้าวโพดที่ปลูกส่วนใหญ่ เป็นชนิดแบบเลี้ยงสัตว์ จนกระทั่งในปี 2558 สถานการณ์ไฟป่าหมอกควันรุมเร้า กับการปลูกข้าวโพดยิ่งก่อปัญหาหนี้สิน ชาวบ้านจึงเลิกปลูกข้าวโพดและหันมาปลูกพืชผสมผสาน โดยมีบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์กรที่เข้าไปสนับสนุนร่วมกับภาคีเครือข่ายเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาการจัดการป่าและดินกลายเป็นต้นแบบของการจัดการไฟป่า เน้นการแก้ไขปัญหาเชิงระบบที่ตอบโจทย์ทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ตั้งแต่กระบวนการส่งเสริมการปลูก การวางแผน การผลิตและการให้ความรู้เรื่องการดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการจัดการด้านการตลาด

ผู้วิจัยเห็นว่าการดำเนินงานแก้ไขปัญหาดังกล่าวของบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด นับว่ามีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่สำหรับสินค้าเกษตรปลอดภัยของบ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ว่ามีความสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงกันเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กระบวนการการผลิตสินค้าการเกษตร การส่งเสริมองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ช่องทางการตลาด วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของกระบวนการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการบริโภค ซึ่งนอกจากจะทำให้เห็นการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยแล้ว ผลการวิจัยยังจะทำให้เห็นรูปแบบการพัฒนาให้ธุรกิจเติบโต และสามารถที่จะขยายผลไปสู่พื้นที่อื่นอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแบบแผนและลักษณะของการบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยสำหรับการบริโภคในพื้นที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

2. เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัยระหว่างผู้ผลิต ผู้รวบรวมและผู้จำหน่ายเพื่อให้มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัย โดยบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวคิดวิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืนด้วยการใช้รูปแบบการดำเนินธุรกิจในลักษณะวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งวิสาหกิจเพื่อสังคมมีการดำเนินการในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนสังคม หรือสิ่งแวดล้อมมุ่งสร้างคุณค่าแก่สังคม และผลกำไรที่เกิดขึ้นต้องนำไปลงทุนในกิจการหรือเพื่อประโยชน์ส่วนร่วมมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นผลกระทบทางสังคมเป็นหลัก โดยกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางสังคมเช่นเดียวกับผลประโยชน์ที่ธุรกิจได้รับจากรายได้ในการขายสินค้าหรือบริการส่งผลต่อคุณค่าทางสังคม (Jiao, 2011)

เรวัต ตันตยานนท์ (2563) ได้กล่าวว่า "วิสาหกิจเพื่อสังคม" มีหมายความว่า บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบกิจการขายสินค้าหรือการให้บริการ โดยมุ่งส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่นที่วิสาหกิจเพื่อสังคมตั้งอยู่ หรือมีเป้าหมายในการจัดตั้งแต่แรกเริ่มในการเก้ไขปัญหาเละพัฒนาชุมชนสังคม หรือสิ่งแวดล้อม โดยมิได้มุ่งสร้างกำไรสูงสุดต่อผู้ถือหุ้นหรือผู้เป็นหุ้นส่วน ละนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบไปลงทุนในกิจการของตนเอง หรือใช้ประโยชน์ของเกษตรกร ผู้ยากจนคนพิการ ผู้ด้อยโอกาส หรือใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวมอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังประกาศกำหนด (มาตรา 3 เห่งพระราชกฤษฎีกาฯ (ฉบับที่ 621) พ.ศ. 2559)โดยมีเป้าหมาย คือ การนำผลกำไรจากการประกอบกิจการไปสร้างประโยชน์แก่สังคม และจัดสวัสดิการให้แก่ผู้ด้อยโอกาส เช่น การสาธารณสุขที่พักอาศัย บริการทางการเงิน โภชนาการสำหรับเด็ก ที่ขาดสารอาหาร บริการน้ำดื่ม ไฟฟ้าชุมชนและดูแลปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เป็นต้น ดังนั้น วิสาหกิจเพื่อสังคม จึงเป็นกลไกสำคัญในการช่วยแบ่งเบาภาระของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นการดำเนินการทางธุรกิจที่มีเป้าหมายรวมมุ่งเน้นในการสร้างคุณค่าทั้งในด้านของการพัฒนาสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรเพื่อนำไปใช้ในกิจกรรมเพื่อสังคมต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) จะประกอบด้วยขั้นตอนทุก ๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่

เพียงแต่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่รวมถึงส่วนของผู้ขนส่ง คลังสินค้าพ่อค้าคนกลางและลูกค้าอีกด้วย ซึ่งสิ่งที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างกันนั้นคือ สายสัมพันธ์ทางธุรกิจ (Business Relationship) ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ซึ่งสายสัมพันธ์ที่ดีในทางธุรกิจจะทำให้เกิดความไว้วางใจจะนำไปสู่การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) จะทำให้การดำเนินงานภายห่วงโซ่อุปทานได้ผลที่มากขึ้น จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในระยะยาวร่วมกันภายในสายโซ่ โดยโซ่อุปทานจะมีลักษณะการเคลื่อนที่ของข้อมูลเกี่ยวข้องกับการไหลที่สม่ำเสมอของข้อมูลผลิตภัณฑ์และเงินทุนของขั้นตอนต่าง ๆ โดยแต่ละขั้นของโซ่อุปทานจะมีกระบวนการที่แตกต่างกันและมีความเกี่ยวข้องกับขั้นตอนส่วนอื่น ๆ ของโซ่อุปทาน ซึ่งส่วนที่สำคัญที่สุดของห่วงโซ่อุปทานคือลูกค้า เพราะลูกค้าเป็นจุดประสานรวมส่วนต่าง ๆ ของโซ่อุปทาน โดยวัตถุประสงค์ของห่วงโซ่อุปทานคือการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลกำไรตามมา กิจกรรมของห่วงโซ่จะเริ่มต้นจากคำสั่งซื้อของลูกค้า และสิ้นสุดเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าตามที่ได้สั่งซื้อ ซึ่งสิ่งที่สำคัญคือควรจะมองให้เห็นถึงการไหลของข้อมูล เงินทุน และผลิตภัณฑ์ตลอดสายโซ่ ซึ่งลักษณะของห่วงโซ่อุปทานจะมีลักษณะเป็นเครือข่าย หรือที่เรียกกันว่าเครือข่ายโลจิสติกส์ (Logistic Network) นั้นจะประกอบไปด้วย ผู้จัดส่งสินค้า หรือผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ศูนย์การผลิต (Manufacturing Centers) คลังสินค้า (Warehouses) ศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Centers) และร้านค้าปลีก (Retail Outlets) ซึ่งจะมีการไหลเวียน (Flow) ของวัตถุดิบ สินค้าระหว่างการผลิต (Work In Process) และสินค้าสำเร็จรูป ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในห่วงโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) จึงเป็นการนำกลยุทธ์ วิธีการแนวปฏิบัติหรือทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ในการจัดการการส่งต่อวัตถุดิบ สินค้าหรือบริการจากหน่วยหนึ่งในโซ่อุปทาน (Supply Chain) ไปยังอีกหน่วยหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีต้นทุนรวมในโซ่อุปทาน(Supply Chain) ต่ำที่สุด และได้รับวัตถุดิบ สินค้า หรือการบริการตามเวลาที่ต้องการพร้อมกันนี้ ยังมีการสร้างความร่วมมือกันในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตามเพื่อให้ทราบถึงความต้องการอันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งต่อของวัตถุดิบ สินค้า หรือการบริการนี้ นำไปสู่การได้รับผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่ายด้วย (สุธาทิพย์ เลิศวิวัฒน์ชัยพร, 2561)

จากแนวคิดดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าโซ่อุปทานเป็นการดำเนินกิจการของบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด และเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงกัน มีการติดต่อประสานงานระหว่างกัน ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้รวบรวมวัตถุดิบ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และ ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการลดต้นทุนให้ต่ำและให้ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายได้รับผลประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้จากการศึกษาหลักการแบบจำลองห่วงโซ่อุปทาน หรือ Supply Chain Operation Reference Model (SCOR Model) หรือแบบจำลองโซ่อุปทานเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการเริ่มต้นการพัฒนาโซ่อุปทาน เป็นโมเดลที่ใช้เพื่ออธิบายการดำเนินงาน การจัดการโซ่อุปทานเกษตรปลอดภัยของบริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ซึ่งในกระบวนการของโซ่อุปทานนั้นมีกระบวนการที่สำคัญ 5 ประการ ซึ่งได้แก่ 1.การวางแผน (Plan) การวางแผนต่าง ๆ ซึ่งเป็น

กระบวนการที่ทำหน้าที่สร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทาน 2.การจัดหา (Source) คือ กระบวนการที่ทำหน้าที่จัดหา จัดซื้อ และขนส่งวัตถุดิบให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์ 3.การผลิต (Make) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่เปลี่ยนสินค้าให้อยู่ในรูปสินค้าสำเร็จรูปเพื่อให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์และเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร 4.การจัดส่ง (Delivery) เป็นกระบวนการที่ทำหน้าที่จัดเตรียมสินค้าสำเร็จรูปและบริการให้สอดคล้องกับแผนหรืออุปสงค์ กระบวนการส่งมอบจะรวมถึงการจัดการคำสั่งซื้อ การจัดการขนส่ง และการจัดการกระจายสินค้า 5. การส่งคืนสินค้า (Return) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการคืนหรือการรับสินค้าคืน โดยให้หมายรวมถึงการส่งวัตถุดิบคืนกลับผู้ขายหรือผู้ส่งมอบด้วย เพื่อให้กระบวนการทั้ง 5 มีความสอดคล้องกันและเกิดประสิทธิภาพในการทำงาน จึงได้มีตัวแบบจำลองการปฏิบัติงานเพื่ออธิบายถึงลักษณะการคำเนินงานการจัดการโซ่อุปทาน โดยในการจัดการกระบวนการสำคัญทั้ง 5 กระบวนการนี้ ในแบบจำลองของ SCOR Model ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายลักษณะ และแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมทางธุรกิจในโซ่อุปทานทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ช่วยแก้ปัญหาการขาดภาษามาตรฐานและกรอบการทำงาน (Framework) เดียวกันในการพัฒนาและปรับปรุงโซ่อุปทาน (Lai, et.al.,2004)

ทั้งนี้การทบทวนแนวคิดดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีกรอบความคิดของขั้นตอนในการพัฒนาโซ่อุปทานสำหรับบริษัท โดยอาศัยกรอบแนวคิดของแบบจำลอง SCOR โดยเน้นขั้นตอนทั้ง 5 รายละเอียดการจัดการในส่วนต่าง ๆ คือ การวางแผน การจัดหา การผลิต การส่งมอบ และการรับคืน ทั้งนี้จะเป็นแนวทางนำไปปรับประยุกต์ใช้กับบริษัท เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของโซ่อุปทานสามารถบรรลุผลตามที่ได้กำหนดไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา การจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของบริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด นั้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาตามลำดับความสำคัญดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด กรรมการอำนวยการ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัย ตั้งแต่การสำรวจตลาด การวางแผนการผลิต ตัวแทนจากมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ภาคีหุ้นส่วนของบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด หน่วยงานที่มีบทบาทในการวางแผนการผลิตและพัฒนาศักยภาพเกษตรกรในพื้นที่ รวมถึงการรวบรวมผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย จำนวน 5 คน 2) กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต จำนวน 33 ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาการผลิตสินค้าการเกษตรเพื่อการบริโภค ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษา เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีลักษณะของกลุ่มเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ทั้งแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structure interview)

การสังเกตอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการจดบันทึกในขณะที่ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทุกครั้ง

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการสร้างแบบสอบถามและเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องเชื่อถือได้นั้น ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตรวจสอบไปพร้อม ๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคลพิจารณาว่า ถ้าต่างเวลา ต่างสถานที่ แล้วข้อมูลยังเหมือนเดิมหรือไม่และถ้าบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กรรมการบริหารบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคมจำกัด และผู้บริหารมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัย มีขั้นตอนในการรวบรวมตั้งแต่การพัฒนาแบบสอบถาม การลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย สรุปผลการสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลการสัมภาษณ์ก่อนที่จะมีการสรุปข้อมูลและคืนข้อมูลให้กลุ่มเป้าหมายทำการตรวจสอบความถูกต้อง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้ศึกษา ได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ บทความ เอกสารวิชาการ งานวิจัยต่าง ๆ ในการนี้ผู้วิจัยจะเลือกที่ใกล้เคียงและเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเกษตรปลอดภัยเพื่อนำไปจัดทำเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และเป็นข้อมูลที่มีส่วนสัมพันธ์กับบทสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกวิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) Denzin,N.K. (1970). ได้แก่ 1.การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) 2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และ 3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation)

ผลการศึกษา

ผลของการศึกษา “การจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด” นักวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาแบบแผนและลักษณะของการบริหารจัดการ ห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยเพื่อการบริโภคในพื้นที่อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ได้ดำเนินงานภายใต้แนวคิดหลักของกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) คือ กิจการที่มีจุดมุ่งหมายหลักในการแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจมาบวกกับความรู้และนวัตกรรมสังคม มีความยั่งยืนทางการเงินจากรายได้หลักที่มาจากสินค้าหรือบริการโดยไม่ต้องพึ่งพาเงินบริจาค และมีการนำผลกำไรที่เกิดขึ้นไปลงทุนซ้ำเพื่อขยายผลกระทบทางสังคมที่เกิดขึ้น และจากการศึกษาประชากรในพื้นที่ทำให้

ทราบว่าในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคมนั้น ทำให้ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด Supply Chain Operation Reference Model (SCOR Model) หรือแบบจำลองโซ่อุปทานเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการเริ่มต้นการพัฒนาโซ่อุปทาน เป็นโมเดลที่ใช้เพื่ออธิบายการดำเนินงาน การจัดการโซ่อุปทานเกษตรปลอดภัยของบริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ซึ่งในกระบวนการของโซ่อุปทานนั้นมีกระบวนการที่สำคัญ 5 ประการ ซึ่งได้แก่ 1) การวางแผนการผลิต (Plan) บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด โดยมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่ร่วมขับเคลื่อน บริษัทกำหนดกิจกรรมในการดำเนินงานในส่วนของการวางแผนการผลิตให้ห่วงโซ่อุปทานนั้นดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยการใช้ระบบ Contract Farming ในการกำหนดจำนวนผู้ผลิตวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการขายของบริษัท และเพื่อให้บริษัทแน่ใจว่าจะมีผลผลิตส่งให้ลูกค้าแน่นอน การขนส่งบริษัทใช้การระบบ MIS เพื่อใช้ในการตรวจสอบหาที่มาของผลิตภัณฑ์โดยใช้ระบบบาร์โค๊ต และยังสามารถทำให้รู้ถึงปริมาณสินค้าที่มีอยู่ด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถขึ้ดระยะเวลาในการคงสภาพของสินค้าผักปลอดภัยให้มีวงจรชีวิตนานขึ้น และการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของสินค้าทุกครั้งก่อนจัดส่ง การทำสัญญากับรถที่ใช้ในการขนส่ง ให้ดำเนินการแก้ไขหากเกิดเหตุขัดข้องในทันที มีการวางแผนด้านการจัดซื้อ การวางแผนด้านการผลิต การวางแผนด้านการจัดส่ง รวมถึงการวางแผนด้านการส่งคืนสินค้า 2)การจัดหา (Source) ทีมวางแผนด้านการตลาดของบริษัท ได้ทำการสำรวจความต้องการซื้อพืชผักเพื่อใช้ในการดำเนินงานภายในองค์กร ได้แก่ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 31 โรงเรียนแม่แจ่ม โรงพยาบาลเทพรัตนเวชชานุกูล เฉลิมพระเกียรติ 60 พรรษา ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรธรรมชาติปลอดภัยบ้านแม่ปาน-สันเกี๋ยง ผู้ประกอบการจำหน่ายพืชผักในตลาดอำเภอแม่แจ่ม เพื่อทราบความต้องการการบริโภคผัก 3) การผลิต (Make) บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด จะคำนึงถึงกระบวนการผลิตผักปลอดภัยและได้มาตรฐาน จึงได้ร่วมกับชุมชนในการกำหนดปฏิทินการเพาะปลูก การกำหนดช่วงเวลาที่ผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ต้องการใช้สอยในการเพาะปลูกพืชชนิดต่าง ๆ 4) การจัดส่ง (Delivery) บริษัทจะมีการจัดเก็บและบรรจุหีบห่อสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและบรรจุหีบห่อที่ปลอดภัยเนื่องจากพื้นที่เกษตรมีความห่างไกล ทั้งนี้มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ในฐานะภาคีร่วมดำเนินงานเป็นผู้รวบรวมใบสั่งซื้อและรวบรวมสินค้าแล้วจึงได้ทำการคัดเกรดและแพ็คกิ้งผลผลิตที่ได้ และจัดส่งให้กับผู้บริโภค โดยระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เก็บเกี่ยวผลผลิตไปจนถึงสินค้าขึ้นวางบนชั้น ซึ่งระยะเวลาทั้งหมดรวมไม่เกิน 10 ชั่วโมง 5) การส่งคืน (Return) ในกรณีที่เกิดการคืนสินค้าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกทั้งหมดเป็นอาหารจึงมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการเก็บรักษา บริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด และเกษตรกรจึงได้ทำข้อตกลงกันถึงหากเกิดปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการตรวจพบสารปนเปื้อนที่ปนมาในผลผลิต การตรวจพบแมลง หรือผลผลิตที่ไม่ได้ตามมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกรบริษัทยินดีให้ลูกค้าทำลายสินค้าได้เลย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัยระหว่างผู้ผลิต ผู้รวบรวม และผู้จำหน่าย เพื่อให้มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำเอาแบบจำลอง SCOR หรือแบบจำลองโซ่อุปทานเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในฉายภาพการพัฒนาโซ่อุปทานและความสัมพันธ์ของแต่ละห่วงโซ่การผลิต เพราะแบบจำลอง SCOR ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้อธิบายลักษณะ และแสดงให้เห็นถึงกิจกรรมทางธุรกิจในโซ่อุปทานทั้งหมด การจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าผักปลอดภัย ถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของกระบวนการจัดการทั้งหมด 5 กระบวนการ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันคือ

1. การวางแผน (Plan) ในส่วนองค์ประกอบของการวางแผนนี้ จะเป็นการวางแผนในการดำเนินการจัดการห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด โดยมีกระบวนการดังนี้

1.1 การวางแผนโซ่อุปทาน (Plan Supply Chain) บริษัทกำหนดกิจกรรมในการดำเนินงานในส่วนของการวางแผนการผลิตให้ห่วงโซ่อุปทานนั้นดำเนินไปอย่างราบรื่น โดยการใช้ระบบ Contract Farming ในการกำหนดจำนวนผู้ผลิตวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการขายของบริษัท และเพื่อให้บริษัทแน่ใจว่าจะมีผลผลิตส่งให้ลูกค้าแน่นอน การขนส่งบริษัทใช้การระบบ MIS เพื่อใช้ในการตรวจสอบหาที่มาของผลิตภัณฑ์โดยใช้ระบบบาร์โค๊ต และยังสามารถทำให้รู้ถึงปริมาณสินค้าที่มีอยู่ด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สามารถยืดระยะเวลาในการคงสภาพของสินค้าผักปลอดภัยให้มีวงจรชีวิตนานขึ้น และการสุ่มตัวอย่างเพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของสินค้าทุกครั้งก่อนจัดส่ง การทำสัญญากับรถที่ใช้ในการขนส่ง ให้ดำเนินการแก้ไขหากเกิดเหตุขัดข้องในทันที

1.2 การวางแผนการจัดซื้อจัดหา (Plan Source) จากการที่บริษัทใช้ระบบ Contract Farming ในการกำหนดจำนวนผู้ผลิตจำนวน 33 ครอบครัวที่ต้องส่งผลผลิตมาขายให้กับโรงงานทำให้การวางแผนในด้านนี้สามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น มีวัตถุดิบเพียงพอกับยอดขายตลอดเวลา

1.3 การวางแผนการผลิต (Plan Make) บริษัทวางแผนการผลิตโดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจมาประกอบกับการตั้งเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจ

1.4 การวางแผนการจัดส่ง (Plan Delivery) เนื่องจากผู้บริหารของบริษัทและภาคีเครือข่ายโดยเฉพาะมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย มีประสบการณ์ในด้านการบริหารธุรกิจโลจิสติกส์มาก่อน ทำให้บริษัทสามารถวางแผนการจัดส่งโดยรับประกันระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวจนถึงขั้นตอนการขึ้นชั้นภายใน 10 ชั่วโมง อีกทั้งบริษัทยังมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและสามารถจัดวางในคาร์โก้ได้อย่างคุ้มค่า

1.5 การวางแผนการส่งคืน (Plan Return)ในกรณีที่เกิดการคืนสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกทั้งหมดเป็นอาหารจึงมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการเก็บรักษา หากเกิดปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการตรวจพบสารปนเปื้อนที่ปนมาในผลผลิต การตรวจพบแมลง หรือผลผลิตที่ไม่ได้ตามมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกรบริษัทยินดีให้ลูกค้าทำลายสินค้าได้เลย เนื่องจากค่าจัดส่งสินค้าในแต่ละเที่ยวนั้นมีราคาสูง แต่ในทุกครั้งก่อนจะมีการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าบริษัทจะมี QA เจ้าหน้าที่สุ่มตรวจสอบความปลอดภัยของผลผลิตทุกครั้งก่อนส่งออก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในกระบวนการ

วางแผนของบริษัทนั้นครอบคลุมทั้งห่วงโซ่ของการผลิตสินค้าผักปลอดภัย ตั้งแต่การผลิตจนถึงการจัดวางขึ้นชั้นของสินค้า โดยบริษัทสามารถรับประกันกับลูกค้าได้ว่า สินค้าจะถูกจัดส่ง และวางขึ้นชั้นภายใน 10 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งในการดำเนินงานของบริษัท จะเห็นได้ว่าเป็นการวางแผนครอบคลุมการดำเนินการทุกอย่างในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จากการศึกษาข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของบริษัท ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การสั่งการไปยังผู้รวบรวมผลผลิต คือ มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย เพื่อให้ผู้รวบรวมผลผลิตมอบหมายให้กลุ่มเกษตรกรเป็นผู้ผลิตผักปลอดภัย โดยมีการแบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นแผนก เพื่อให้กระบวนการทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกัน และทำให้มีความรวดเร็วในการทำงาน

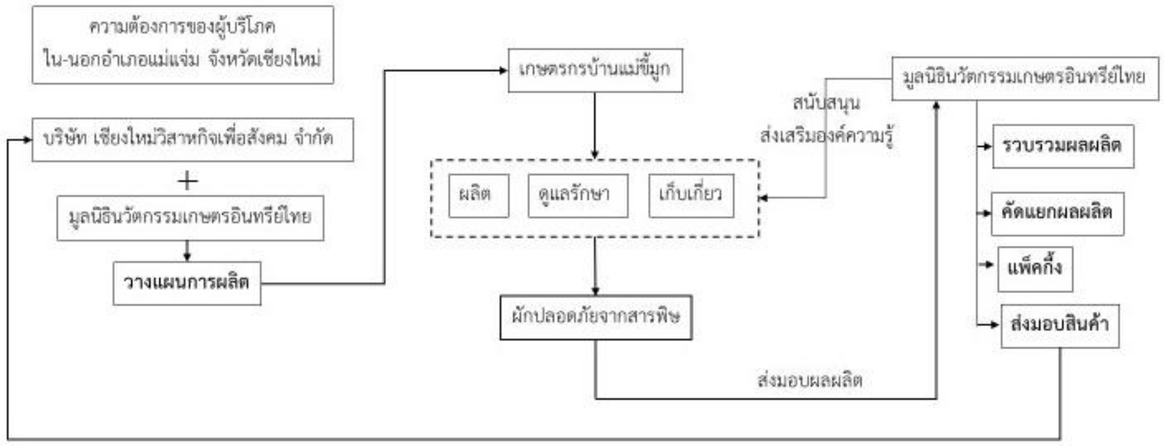
2. การจัดซื้อจัดหา (Source) จากกรณีศึกษา บริษัท มีการจัดซื้อจัดหาจากการให้โค้วต้ากับผู้รวบรวมผลผลิตแต่ละรายโดยพิจารณาปริมาณการสั่งซื้อจากความสามารถในกำลังการผลิตของเกษตรกรที่ผู้รวบรวมผลผลิตนั้นดูแลอยู่ ไม่มีกำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร หรือทำสัญญา แต่ใช้การสั่งแบบปากเปล่าจากมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทยที่ดูแลเรื่องวัตถุดิบ ซึ่งผู้รวบรวมผลผลิตของบริษัทไว้วางใจ และเชื่อใจ เนื่องจากมีการขับเคลื่อนการทำงานร่วมกัน ทั้งความเป็นภาคีเครือข่ายร่วมขับเคลื่อนแม่แจ่มโมเดลพลัส และการสนับสนุนองค์ความรู้ตั้งแต่กระบวนการผลิตในการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นความรู้ (Know How) ของบริษัทในการคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยืดระยะเวลาอายุของผลิตให้สามารถเก็บและคงคุณภาพได้นานขึ้น บริษัทจะสั่งผู้ผลิตที่บริษัทว่าจ้างเกษตรกรในชุมชนก่อนเป็นอันดับแรกเพื่อเป็นการสนับสนุนศักยภาพของชุมชน และให้ทรัพยากรไหลเวียนในชุมชนให้มากที่สุด

3. การผลิต (Make) ในส่วนของการผลิตจากกรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ใช้ข้อมูลเบื้องต้นจากการสำรวจความต้องการของหน่วยงาน โรงพยาบาล โรงเรียน ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในอำเภอแม่แจ่ม และได้มีการสำรวจความต้องการ ตลอดจนถึงการจัดทำ MOU ระหว่างบริษัท กับ ห้างร้านในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ในการรับซื้อผลผลิตของชุมชน จากนั้นจึงนำมาวางแผนการผลิตให้กับมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ในฐานะผู้ส่งเสริมและผู้รวบรวมผลผลิต ซึ่งขั้นตอนนี้ทางผู้รวบรวมผลผลิตจะต้องมอบหมายให้เกษตรกรในเครือข่ายทำการผลิตสินค้า เพื่อให้ได้ปริมาณตามที่บริษัทต้องการ โดยในส่วนของการผลิตจะมีปัจจัยที่ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอกับความต้องการของบริษัท

4. การขนส่ง (Delivery) จากกรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มีการจัดการระบบขนส่งโดยการมอบหมายให้มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ผู้รวบรวมผลผลิตเป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร โดยทำการคัดแยกผลผลิตตามขนาดต่าง ๆ ในเบื้องต้น และจัดส่งให้กับบริษัท เพื่อทำการเช็คสอบผลผลิตให้ได้มาตรฐาน จากนั้นทำการบรรจุผลผลิตลงบรรจุภัณฑ์ และจัดเก็บใส่กล่องสี่เหลี่ยมเก็บไว้ในห้องเย็นประมาณ 6-8 ชั่วโมง เพื่อรักษาความสดของผลิตภัณฑ์ ก่อนจัดส่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดไปยังผู้บริโภค

5. การส่งคืน (Return) เป็นส่วนหนึ่งของระบบโลจิสติกส์แบบย้อนกลับ ซึ่งเป็นกระบวนการในการขนย้ายสินค้ากลับจากจุดปลายทางของห่วงโซ่อุปทานเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ หรือหมายรวมถึง

การนำภาชนะเปล่าหรือวัสดุของบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ แต่อาจรวมถึงการนำสินค้ากลับมาถอดชิ้นส่วน และแปรรูปใหม่เพื่อสร้างมูลค่าให้มากขึ้น นอกจากนี้ระบบโลจิสติกส์แบบช้อนกลับยังครอบคลุมถึงการรับคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่ตรงตามความต้องการ สินค้ามีความเสียหาย หรือสินค้าเกิน เนื่องจากกรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มีการวางแผนการผลิตจากการใช้สถิติการสั่งซื้อจากปีก่อนหน้ามาวางแผนการผลิต ทำให้ปัญหาสินค้าเกินเกิดขึ้นไม่มากโดยมากผลิตภัณฑ์ที่มีมากเกินจะมาจากการที่คู่ค้าไม่มีการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มหรือ หยุดการสั่งซื้อสินค้าซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่เกิดจากการผลิตผักปลอดภัยไม่ผ่านมาตรฐาน GAP หรือการเกิดโรคระบาด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อบริษัทโดยตรง จะไม่มีการส่งคืนสินค้ากลับมายังบริษัท เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีอายุค่อนข้างสั้น



ภาพที่ 1 ภาพแสดงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ปัญหาอุปสรรคของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยโดยบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัดจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและสมาชิกบริษัทเชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ตัวแทนจากมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย รวมถึงการสนทนากลุ่มย่อยกับเกษตรกรในพื้นที่ ทำให้ทราบถึงข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ทางเกษตรของพื้นที่ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นอายุผลิตภัณฑ์ที่สั้น สินค้าที่อยู่ในกลุ่มอาหารสดจะมีอายุสั้นกว่าอาหารที่แปรรูปแล้ว หากผลผลิตมีการส่งมาถึงบริษัทแล้วจะต้องรีบทำการคัดเกรด และบรรจุผลผลิตลงในบรรจุภัณฑ์ภายในระยะเวลาที่จำกัดทันที หากใช้ระยะเวลานานเกินไปจะทำให้ผลผลิตเกิดความเสียหายได้ จึงเป็นปัญหาใหญ่ของบริษัทผู้ทำการส่งเสริมที่จะต้องมีการวางแผนกระบวนการผลิตให้ดี รวดเร็ว และจัดส่งให้ทันเวลาของอายุผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตามในกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยมีการวางแผนตั้งแต่กระบวนการจัดหาปัจจัยการผลิตจากทั้งภายในและภายนอกกลุ่มเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิต และนำไปทำการเพาะปลูก (กลางน้ำ) และสุดท้าย คือ การส่งมอบให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค (ปลายน้ำ) และเมื่อนำข้อมูลมาสรุปสภาพและปัญหาของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน พบว่า กระบวนการจัดการโดยใช้ SCOR Model มีลักษณะการจัดการห่วงโซ่อุปทานและประเด็นปัญหา ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การวางแผน(Plan)

1.1 การขาดแคลนน้ำในช่วงฤดูแล้ง และสภาพดินไม่เหมาะสมในการเพาะปลูกเนื่องจากเป็นดินที่มีสารเคมีปนเปื้อนจากเกษตรเชิงเดี่ยวคือข้าวโพดที่มีการใช้สารเคมีมาก

1.2 ระยะแรกของการส่งเสริมพืชไม่เจริญเติบโต หรือเจริญเติบโตช้า ทำให้ผลผลมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของบริษัท ทางบริษัทจึงได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา สร้างถังเก็บน้ำ และทำการพัฒนาระบบการผันน้ำจากพื้นที่ต้นน้ำคือลำน้ำบ้านแม่ขี้มูก ทำให้เกษตรกรมีน้ำเพื่อการเกษตรในพื้นที่

1.3 ศัตรูพืช เป็นสิ่งที่หลีกเสี่ยงไม่ได้ เช่นเดียวกับเพราะพื้นที่ที่ทำการเกษตร ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ โล่ง การคุกคามของแมลงศัตรูพืชชนิดต่าง ๆ จึงเป็นอีกปัญหาหนึ่งของการผลิตผักปลอดภัย ศัตรูพืชในที่นี้เช่น หนอน ด้วงเต่า มดแดง เชื้อรา ไวรัส เป็นต้น ศัตรูพืชเหล่านั้นจะส่งผลต่อผลผลิตของเกษตรกร เช่นแมลงกัดกินใบทำให้เป็นรู ผักไม่สวยก็จะถูกคัดทิ้งเป็นสาเหตุให้ปริมาณผลผลิตไม่ได้ตามความต้องการ

2. การจัดซื้อจัดหาและการขนส่ง (Source) พบว่าปัจจัยการผลิตขาดคุณภาพ และเกษตรกรบางรายสั่งซื้อปัจจัยการผลิตเองทำให้มีต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งสูง

3. การผลิต (Make)

3.1เกษตรกรบ้านแม่ขี้มูกได้ทำการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นระยะเวลากว่า 20 ปี การเพาะปลูกแบบมักง่ายเดิมนั้นส่วนหนึ่งได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของเกษตรกรที่ยังไม่ชินกับความที่ตนเองต้องใส่ใจกับพืชผลทางเกษตรให้มากขึ้น การที่ต้องดูแลรักษาอย่างเข้มข้น ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยน

3.2 อายุของเกษตรกรที่อยู่ในช่วงอายุสูงวัย ร้อยละ 80 ของเกษตรกรผู้ผลิตมีอายุ 55 ปีขึ้นไป ส่งผลกระทบต่อแรงงานภาคการผลิตเป็นอย่างสูง

3.3 สภาพพื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกร ร้อยละ 80 เป็นพื้นที่ภูเขา มีความลาดชันสูง การจะนำเทคโนโลยีไปใช้เพื่อการแบ่งเบาภาระของเกษตรกรจึงไม่สามารถทำได้ เกษตรกรจำนวนทั้งสิ้น จึงต้องอาศัยแรงกายของตนเองแต่เพียงอย่างเดียว และสืบเนื่องจากปัจจัยทางด้านการผลิต และสภาพแวดล้อมของการเพาะปลูก ทำให้ผลผลิตไม่ได้ตามปริมาณที่ตลาดต้องการ และยังไม่มีผักที่เป็นจุดเด่นของพื้นที่

4. การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า (Deliver)

4.1บางครั้งพบว่าเกิดการการกดทับ การกดทับ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ซึ่งไม่แข็งแรงพอ ทำให้ผัก ผลไม้บอบช้ำได้ง่าย

4.2การบรรจุผักผลไม้มากเกินไปและการจัดวางไม่เหมาะสม มีการเรียงซ้อนกันหลายชั้นทำให้ สินค้าที่อยู่ข้างล่างได้รับความเสียหาย

4.3การเสียดสีระหว่างผัก ผลไม้ด้วยกัน หรือ การเสียดสีระหว่างผัก ผลไม้กับบรรจุภัณฑ์ก่อให้เกิดรอยช้ำ อันเนื่องจากการสั่นสะเทือนของพาหนะที่ใช้ขนถ่าย ระหว่างการขนส่ง และ 5.การรับคืนสินค้า (Return) ไม่พบปัญหาเพราะยังไม่มีการรับคืนสินค้า

บริษัท เชียงใหม่ วิสาหกิจเพื่อสังคมจำกัด และเกษตรกร ได้มีแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังนี้

1. การวางแผน (Plan)

1.1 บริษัทจึงได้ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา สร้างถังเก็บน้ำ และทำการพัฒนาระบบการผันน้ำจากพื้นที่ต้นน้ำคือ

ลำน้ำบ้านแม่ขี้มูก ทำให้เกษตรกรมีน้ำเพื่อการเกษตรในพื้นที่

1.2 ร่วมกับร่วมกับมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย อาจารย์ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ออกให้ความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการผลิตอาหารปลอดภัย

1.3 บริษัทได้มอบหมายให้มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทยเข้ามาช่วยกลุ่มเกษตรกรวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

2. การจัดซื้อจัดหาและการขนส่ง (Source)

2.1 จัดกระบวนการให้ความรู้ด้านการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การตลาด/การบริหารจัดการกลุ่ม โดยผ่านช่องทางในการส่งเสริมทั้งสื่อบุคคลจากหน่วยงานราชการ การเยี่ยมเยียน ให้คำแนะนำ จัดอบรมให้ความรู้ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเตอร์เน็ต ที่มีข้อมูล ความรู้ด้าน GAP หรือการผลิตผักปลอดภัยที่เกษตรกรสามารถค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ และใช้วิธีการส่งเสริมด้วยการฝึกปฏิบัติ การสาธิต และการบรรยายให้ความรู้

3. การผลิต (Make)

3.1 กระบวนการส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรให้ได้ตามกำลังคำสั่งซื้อ แต่ปัญหาสำคัญคืออายุของเกษตรกรนั้นเป็นปัญหาที่ไม่อาจสามารถแก้ไขได้ อีกทั้งทัศนคติที่ว่าด้วยการถูกครอบงำด้วยแนวคิดเกษตรมักง่ายต้องใช้ระยะเวลาในการปรับเปลี่ยนเบื้องต้นทางบริษัท จึงได้มีการส่งเสริมองค์ความรู้ และใช้กระบวนการติดตามหนุนเสริมอย่างใกล้ชิด เพื่อเป็นการสร้างกำลังใจให้กับเกษตรกรผู้ผลิต

4. การขนส่งสินค้าไปยังลูกค้า (Deliver)

4.1 บริษัท ร่วมกับ มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย ได้สนับสนุนและส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง และขั้นตอนการจัดวางเพื่อลดปัญหาดังกล่าว

4.2 มีการปรับปรุงระยะเวลาในการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าสินค้าผักปลอดภัยและสามารถลดระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละช่วงของห่วงโซ่อุปทานลงได้ โดยการวางแผนการเก็บเกี่ยวผลผลิตให้แก่เกษตรกรใหม่ โดยการเร่งให้เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตในช่วงเช้า และให้ขนส่งให้กับผู้รวบรวมผลผลิตภายในเที่ยงวัน

5. การรับคืนสินค้า (Return)

5.1 แม้ในเบื้องต้นของการศึกษา จะยังไม่มีการส่งคืนสินค้าจากผู้รับซื้อสินค้า เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีอายุค่อนข้างสั้นและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของบริษัทและผู้รวบรวม แต่อย่างไรก็ตามในกระบวนการขั้นดังกล่าว บริษัทและมูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทย จะดำเนินเตรียมการหรือการสร้างหลักประกันสินค้าที่ลูกค้าหรือผู้บริโภค จะทำการคัดเลือกสินค้าที่ผู้รวบรวมจัดส่งมาอย่างมีคุณภาพ

อภิปรายผล

การศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด มีพื้นที่การดำเนินงานคือบ้านแม่ขี้มูก ตำบลบ้านทับ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มองเห็นถึงความสัมพันธ์ที่ส่งผลกระทบถึงกันในแต่ละห่วงโซ่ ตั้งแต่ การวางแผน (Plan) การจัดซื้อจัดหา (Source) การผลิต (Make) โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจมาประกอบกับการตั้งเป้าหมายในการเติบโตของธุรกิจ การจัดส่ง

(Plan Delivery) และการส่งคืน (Return) จากกรณีศึกษา บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ใช้มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ พลอยพิม ศัลยพงษ์ (2550) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยใช้แนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากผึ้ง โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้จัดส่งวัตถุดิบ ผู้ผลิต และลูกค้า การดำเนินงานของผู้ผลิตได้ใช้แนวคิดของตัวแบบอ้างอิงการดำเนินงานโซ่อุปทาน (Supply Chain Operation Reference Model: SCOR Model: Version 6.1 ให้ได้รูปแบบการประเมินความสามารถในการดำเนินงานภายใน อันประกอบด้วยการประเมินความสามารถการดำเนินงานในด้านการจัดซื้อ (Source) การผลิต (Make) การจัดส่ง (Deliver) การประกันสินค้า (Rectum) และการตลาด(Marketing) และการศึกษาของศาสน์ สุขประเสริฐ (2554) ได้ทำการศึกษาการศึกษาห่วงโซ่อุปทานในกระบวนการผลิตและส่งออกสินค้าการเกษตรที่พบว่าจังหวัดนครราชสีมามีสินค้าการเกษตรที่สำคัญได้แก่ ข้าว มันสำปะหลังและข้าวโพด ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน

สำหรับการศึกษาความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรปลอดภัยระหว่างผู้ผลิต ผู้รวบรวม และผู้จำหน่ายเพื่อให้มีวัตถุดิบที่มีคุณภาพ บริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ในฐานะหน่วยงานร่วมในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรในพื้นที่และหน่วยงานขับเคลื่อนห่วงโซ่การผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย มูลนิธินวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ไทยในฐานะหน่วยงานที่รวบรวมความต้องการร่วมวางแผนการผลิตกับเกษตรกร สนับสนุนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ รวมถึงการคัดเลือกและการส่งมอบ และเกษตรกรบ้านแม่ขี้มูกในฐานะหน่วยผลิตที่สำคัญในพื้นที่ ทำให้เห็นการดำเนินการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี (2561) ได้ทำการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าผักเบอร์ 8 เพื่อยกระดับศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา และการศึกษาของธนภัท แสงอรุณ (2557)ได้ทำการศึกษาการสร้างโซ่อุปทานระหว่างประเทศสำหรับสินค้าสถาบันเกษตรกรไทย : ศึกษาเฉพาะกรณีผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่มีการกล่าวถึงสร้างเครือข่ายพันธมิตรความร่วมมือตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยยกระดับศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเกษตรปลอดภัยของบริษัท เชียงใหม่วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ทำให้เห็นการทำงานลักษณะที่เน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยมาจากเหตุผลเพื่อให้ทันต่อการแก้ไขปัญหาให้ทันท่วงที่ และรวดเร็วในเรื่องการปรับตัวของชาวบ้าน

2. หน่วยงานที่มีเป้าหมายในการทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ หรือผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยของชุมชน เพื่อนำไปปรับใช้กับรูปแบบการทำงานส่งเสริมอาชีพ และพัฒนาระบบบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน

3. การขับเคลื่อนวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีความเป็นรูปธรรมในประเทศไทยต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วนเป็นสำคัญ ซึ่งสามารถอยู่ในรูปแบบของภาคีที่ร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ชุมชน พัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีความเป็นระบบมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา สมมิตร. (2557). สถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริบททุนทางสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาอีสเทอร์น, 7(2),* 120-131.

ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี. (2561). การจัดการห่วงโซ่อุปทานของสินค้าผักเบอร์ 8 เพื่อยกระดับศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในอำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 38(4),* 52-65.

พลอยพิม ศัลยพงษ์. (2550). *การปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิตโดยใช้แนวคิดของการจัดการโซ่อุปทานสำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์จากผึ้ง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ) เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุธาทิพย์ เลิศวิวัฒน์ชัยพร. (2561). *การบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้กับเกษตรกรชาวนาแห้ว จังหวัดสุพรรณบุรี.* (งานวิจัย) กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

เรืองเดช วงศ์หล้า และคณะ. (2556). *โครงการศึกษาและพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจเกษตร: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์กับเครือข่ายเกษตรกร องค์กรท้องถิ่นจังหวัดอุตรดิตถ์และภาคี.* (งานวิจัย) กรุงเทพ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ศศิธร ฟักคง และปิยะฉัตร จารุธีรศานต์. (2558). การศึกษาการจัดการโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม: กรณีศึกษามะพร้าวน้ำหอมสวนลุงแดง จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2(1),* 48-59.

สุจิตราภรณ์ จุสปาโล. (2560). แนวทางในการจัดการห่วงโซ่อุปทานผักปลอดสารพิษของวิสาหกิจชุมชนท่าสะอ้าน อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา.*วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 5(1),* 155-162.

หฤทัย อาษากิจ. (2564). การพัฒนาระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนบ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา, 9(1),* 47-58.

Barny, J. B. & Hestery, W. S. (2006). *Strategic Management and Competitive Advantage*, USA: Prentice Hall.

Denzin, N. K. (1970). *Sociological Methods.* A source Book. Chicago: Aldine.

Jiao, H. (2011). A conceptual model for social entrepreneurship directed toward social impact on society. *Social Enterprise Journal, 7(2),* 130-149.

Lai, K.-H., Ngai, E.W.T. and Cheng, T.C.E. (2004). An empirical study of supply chain performance in transport logistics., *Int. J. Production Economics, 87(3),* 321-331.

ผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

The Effects of Internal Control Under International Standards Framework on Performance of Local Government in Chiang Mai Province

ธนพล อินต๊ะขัน[1*] และกรวีร์ ชัยอมรไพศาล[2]

Thanapol Intakhan[1*] and Korravee Chai-amonphaisal[2]

[1] นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

[2] อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

[1] Student of Master of Business Administration, Faculty of Management Sciences Chiangmai Rajabhat University

[2] Lecturer of Master of Business Administration, Faculty of Management Sciences Chiangmai Rajabhat University

[*] E-mail: nookiesrl@gmail.com

Received *April 20, 2022* ***Revised*** *November 17, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลและผลการดำเนินงาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรคือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 211 คน โดยได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมาทางแบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) ทั้งสิ้น 211 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100% โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า การควบคุมภายในทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม, ด้านการประเมินความเสี่ยง, ด้านกิจกรรมการควบคุม, ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามและประเมินผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติ กับผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบว่าการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศไม่เป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

คำสำคัญ : การควบคุมภายใน, ผลการดำเนินงาน, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationship between internal control under international standards framework and performance. The data were collected from 211 internal control officer of Local Government in Chiang Mai Province by using questionnaire. The 211 online questionnaires were replied by the respondents through Google Forms, represented 100.00 % of the respondents. The analysis of data used descriptive statistic, correlation analysis, and multiple regression analysis. The result of this research showed five components of internal control system consisting environment of the control, risk assessment, controlling activities, information and communication, and monitoring and evaluation. These five components had statistically significant relationship with performance. In addition, management support and information system were not moderating variables that were the relationship between internal control system and performance.

Keyword: Internal Control, Operational Objective Achievement, Local Government

บทนำ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) เป็นหน่วยงานที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากแผ่นดิน ซึ่งมาในรูปแบบของเงินอุดหนุนจากส่วนกลาง ทั้งนี้การบริหารงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรเป็นอำนาจในการตัดสินใจของผู้บริหารท้องถิ่นของแต่ละ อปท. โดยรายได้ของรัฐบาลที่มีการประกาศผ่านพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 นั้นได้บัญญัติรายได้สุทธิของทางรัฐบาลอยู่ที่จำนวนเงิน 2.67 ล้านล้านบาท ซึ่งตามข้อมูลของสำนักงานประมาณได้มีการจัดสรรให้แก่ (อปท.) เป็นจำนวนเงิน 7.89 แสนล้านบาท หรือร้อยละ 29.50 ของงบประมาณแผ่นดิน (สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา, 2563)

ตามข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) พบว่ามีคดีที่ร้องเรียนมายังสำนักงาน ป.ป.ช. ในปี 2563 จำนวน 6,477 เรื่อง โดยร้องเรียนมายังสำนักงาน ป.ป.ช. โดยตรงจำนวน 3,949 เรื่อง เป็นหนังสือร้องเรียนถึง 3,481 เรื่อง โดยมีการกล่าวหากระทรวงมหาดไทยมากที่สุด 1,601 เรื่อง รองลงมาคือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 1,579 เรื่อง ซึ่งถือเป็นลำดับที่ 2 จากจำนวนเรื่องร้องเรียนที่สำนักงาน ป.ป.ช. ได้รับ (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, 2563) สาเหตุเนื่องมาจาก อปท. นั้นมีฐานะเป็นนิติบุคคลและอำนาจหน้าที่ในการจัดทำการบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนในพื้นที่ จึงทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นมีอำนาจในการตัดสินใจด้านการใช้จ่ายงบประมาณของแต่ละ อปท. ซึ่งในบางครั้งลักษณะของกระบวนการตัดสินใจอาจเกิดความซับซ้อนจนไม่สามารถตรวจสอบในความโปร่งใสได้ ตามประกาศของสำนักงาน ป.ป.ช. ที่ได้แสดงผลการประเมิน

คุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ประจำปีงบประมาณ 2564 โดยมีจำนวนของอปท. ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินอยู่ 4,139 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 52.73 ของจำนวน อปท. ทั้งหมด ซึ่งในปีงบประมาณดังกล่าวจังหวัดเชียงใหม่ มีคะแนนเฉลี่ยจากการประเมินอยู่เป็นอันดับที่ 38 ของประเทศ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 81.49 คะแนน ซึ่งถือได้ว่ามี อปท.ในจังหวัดเชียงใหม่อยู่หลายแห่งที่ยังไม่ผ่านการประเมินของสำนักงาน ป.ป.ช. (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ, 2564)

อปท. ในจังหวัดเชียงใหม่ ถือเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางระบบเศรษฐกิจ รวมถึงมีจำนวน อปท.และประชากรมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่ได้รับสัดส่วนเงินการจัดสรรอุดหนุนจากกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและมีอัตราการจัดเก็บรายได้ที่สูง จึงถือได้ว่ามีความสำคัญที่จะมุ่งเน้นให้มีการควบคุมภายในเพื่อป้องกันการความผิดพลาดจากกระบวนการทำงาน ซึ่งตามพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลังของรัฐ พ.ศ. 2561 มาตรา 79 ได้กำหนดให้หน่วยงานของรัฐจัดให้มีการควบคุมภายใน ที่ให้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานและหลักเกณฑ์ที่กระทรวงการคลังกำหนด (สำนักบัญชีและตรวจสอบภายใน กรมบัญชีกลาง, 2562) สำหรับแนวปฏิบัติระบบการควบคุมภายในให้ถือปฏิบัติตามมาตรฐานสากลภายใต้แนวคิดของ COSO (Committee of Sponsoring Organization of the Tread Way Commission, 2013) มาใช้ในองค์กรภาครัฐ เพื่อให้องค์กรนั้นมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและองค์กรปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับตามที่กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นนั้นได้กำหนดแต่ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ของแต่ละ อปท. ที่มีความแตกต่างกันในด้านของโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กร เช่น การได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร หรือความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ ที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในผลการดำเนินงานของ อปท. ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของการควบคุมภายใน จึงสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสามารถเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมภายใน ที่จะนำผลการวิจัยไปปรับปรุงและหรือเพิ่มเติมประสิทธิภาพในการควบคุมภายในตามข้อสั่งการของกระทรวงการคลังให้มีความเสถียรภาพเป็นมาตรฐานการทำงานและสร้างความน่าเชื่อถือในบริบทของความโปร่งใสตรวจสอบได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลและผลการดำเนินงาน

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลและผลการดำเนินงานโดยมีโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรเป็นตัวแปรสอดแทรก

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมภายในสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มศักยภาพระบบงานควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้เห็นประโยชน์ของผลการวิจัยไปปรับปรุงระบบงานควบคุมภายในให้มีมาตรฐาน และช่วยพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน และเพิ่มประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

3. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงระบบงานควบคุมภายใน

4. เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อให้การควบคุมภายในมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

5. เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารองค์กรสามารถส่งเสริมสนับสนุนในการให้ความสำคัญต่อโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสาร และทบทวนวรรณกรรม ทำให้ได้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. บริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คือ หน่วยการปกครองที่เกิดตามหลักการกระจายอำนาจ ซึ่งมีความเป็นอิสระในการปกครองตนเอง (สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น, 2552) มีประชากรตามที่หลักเกณฑ์กำหนดมีอำนาจและมีอิสระในการปกครอง มีการบริหารการคลังของตน โดยมีหน้าที่ให้บริการในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน ซึ่งประชาชนในพื้นที่ดังกล่าวจะมีส่วนร่วมในการบริหารและปกครองตนเองด้วยตนเอง (โกวิทย์ พวงงาม, 2554) และเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีการดำเนินงานเป็นอิสระจากส่วนกลาง ทำหน้าที่บริหารจัดการกิจการต่างๆในท้องถิ่นของตน โดยผู้บริหาร อปท. ก็เป็นคนในท้องถิ่นที่ได้รับเลือกตั้งจากประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ (หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ, 2556) โดยมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายตามรัฐธรรมนูญ และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หากพิจารณาจากขอบข่ายและอำนาจหน้าที่ตามข้อบัญญัติในกฎหมาย ซึ่งในการวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีประชากรราว 1.76 ล้านคน มากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ (ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน, 2563) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนทั้งสิ้น 211 แห่ง แบ่งออกเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 4 แห่ง เทศบาลตำบล 116 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 89 แห่ง (กองกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น, 2563) ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดที่มีจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมากเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ

2. แนวคิดการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากล

การควบคุมภายใน คือ กระบวนการปฏิบัติงานที่ผู้กำกับดูแลฝ่ายบริหารและบุคลากรของหน่วยรับตรวจ (สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน, 2556) กำหนดให้มีขึ้นเพื่อสร้างความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าการดำเนินงานของหน่วยงานของ

รัฐจะบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการดำเนินงาน ด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ (กระทรวงการคลัง, 2561) โดยมีการจัดวางระบบควบคุมภายในที่หน่วยรับตรวจจะต้องดำเนินการจัดวางระบบการควบคุมภายในโดยใช้มาตรฐานตามที่กระทรวงการคลังกำหนดเป็นแม่บท สำหรับหน่วยรับตรวจทุกหน่วย ซึ่ง อปท.ถือเป็นหน่วยรับตรวจตามมาตรา 4 (3) แห่งพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการตรวจเงินแผ่นดิน พ.ศ. 2542 จึงต้องปฏิบัติงานให้เป็นไปตามระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดินว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ. 2544 (สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน, 2544) โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อให้มีแนวทางในการจัดระบบการควบคุมภายใน และติดตามประเมินผลการควบคุมภายในตามระเบียบ (สรัญญา ทั้งสุข, 2561)

ใช้เป็นแนวทางจัดวางระบบการควบคุมภายในให้เหมาะสมกับลักษณะขนาดของส่วนงานในความรับผิดชอบ และมีการติดตามประเมินผลการควบคุมภายในและปรับปรุงการควบคุมภายในให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลเป็นที่น่าพอใจอยู่เสมอ อย่างไรก็ตามการนำมาตรฐานไปใช้จะต้องไม่ขัดกับกฎหมาย นโยบาย และระเบียบที่ทางราชการกำหนด (กระทรวงศึกษาธิการ, 2556)

3. ทฤษฎีการควบคุมภายในของ COSO

แนวคิดการควบคุมภายในของคณะกรรมการร่วมของสถาบันวิชาชีพ 5 แห่ง ซึ่งได้รวมตัวกัน เรียกว่า COSO (Committee of Sponsoring Organization of the Tread Way Commission, 2013) หมายถึง กระบวนการที่คณะผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรกำหนดขึ้น ซึ่งเป็นการออกแบบในระดับที่สมเหตุสมผลเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการบรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องความมีประสิทธิผลและประสิทธิผลของการดำเนินงาน, ความเชื่อถือได้ของข้อมูลและรายงานทางการเงิน และการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบข้อบังคับ (สำนักบัญชีและตรวจสอบภายใน กรมบัญชีกลาง, 2562) โดยในแนวคิดดังกล่าวได้กำหนดปัจจัยของการควบคุมภายในอยู่ 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามและประเมินผล (กระทรวงการคลัง, 2561)

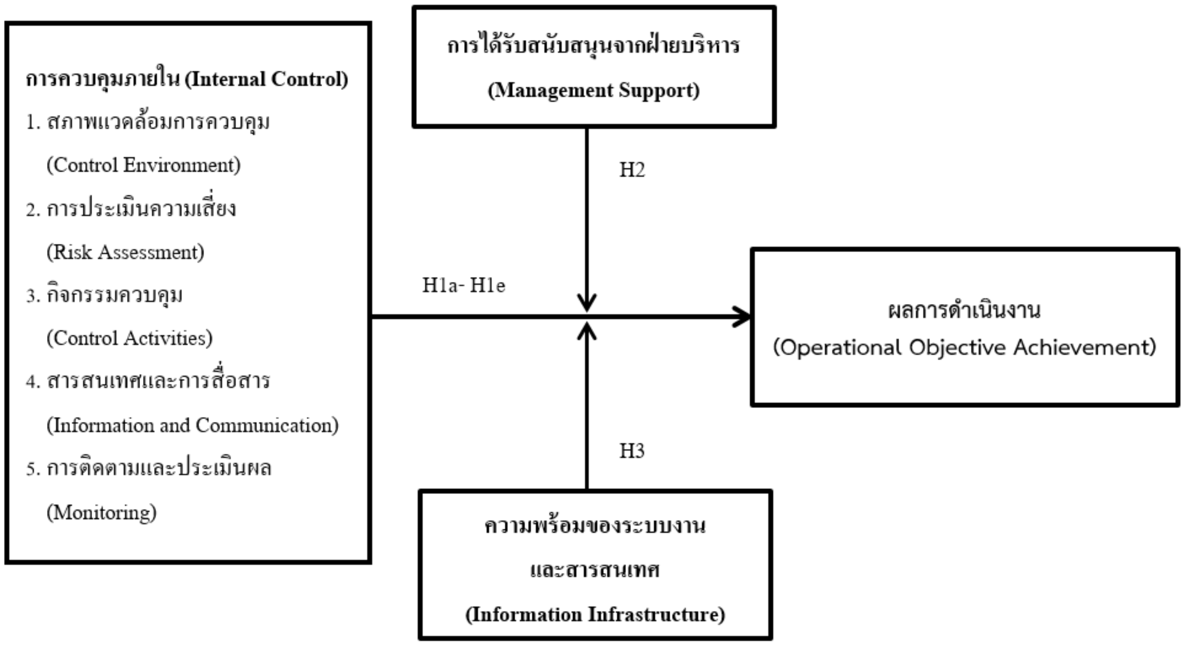
4. ผลการดำเนินงาน

การวัดผลการดำเนินงานเพื่อประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาข้าราชการ หรือ ก.พ.ร. ได้นำการวัดผลแบบดุลยภาพมาใช้ โดยประยุกต์ให้เข้ากับระบบงานภาครัฐ การวัดผลแบบดุลยภาพของหน่วยงานภาครัฐ มี 4 มุมมอง ประกอบด้วย มิติด้านประสิทธิผลตามพันธกิจ, มิติด้านคุณภาพการให้บริการ, มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ และมิติด้านการพัฒนาองค์กร (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์, 2560) ทั้งนี้จากแนวทางการวัดผลดังกล่าวผู้วิจัยได้เลือกใช้การวัดผลตามมิติด้านประสิทธิผลตามพันธกิจซึ่งมุ่งเน้นในผลงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ เพื่อนำมาประยุกต์ให้เข้ากับระบบงานของควบคุมภายใน ตามแนวทางการวางระบบการควบคุมภายในของกระทรวงการคลังที่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในที่หน่วยงานของรัฐต้องให้ความสำคัญ ประกอบไปด้วย ด้านการดำเนินงาน ด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบและข้อบังคับ (กระทรวงการคลัง, 2561)

โครงสร้าง และปัจจัยพื้นฐานขององค์กร

แนวคิดโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กร คือ การที่ฝ่ายบริหารมีนโยบายที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ปิดกั้นในการเข้าถึงข้อมูลจากระบบการทำงาน รวมไปถึงการมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถสนับสนุนงานและสามารถให้ข้อมูลได้ทันตามเวลา ซึ่งในปัจจัยทางการสนับสนุนนี้ถือเป็นการเอื้ออำนวยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพของแต่ละบุคคลมากขึ้น ทั้งนี้ในงานวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดปัจจัยของโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรออกเป็น 2 ปัจจัย ตามแนวคิดของ (อุษณา ภัทรมนตรี, 2563) ที่กล่าวว่าการนำแนวคิดดังกล่าวจะทำให้การตรวจสอบภายในจะประสบความสำเร็จและเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย,2548) ที่มีปัจจัยเหมือนกับแนวคิดดังกล่าวข้างต้นที่จะทำให้งานตรวจสอบภายในจะประสบความสำเร็จ อีกทั้งในงานวิจัยของ (ณภัทร คงเมือง, 2558) ได้มีการจำแนกปัจจัยของโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรออกเป็น 2 ปัจจัย ประกอบด้วยการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร และความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ

ดังนั้นการควบคุมจึงกระบวนการในการปฏิบัติงานที่คณะผู้บริหารและพนักงาน ลูกจ้างของหน่วยงานร่วมกันกำหนดขึ้นและถือปฏิบัติภายในองค์กร แต่ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ของแต่ละ อปท. ที่มีความแตกต่างกันในด้านของโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพในผลการดำเนินงานของ อปท. ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการบรรลุวัตถุประสงค์ในผลการดำเนินงานขององค์กรได้แก่ ด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ ดังแสดงในภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) : การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน

- สมมติฐานที่ 1a (H1a) : การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม
- สมมติฐานที่ 1b (H1b) : การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง
- สมมติฐานที่ 1c (H1c) : การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม
- สมมติฐานที่ 1d (H1d) : การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร
- สมมติฐานที่ 1e (H1e) : การควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผล

สมมติฐานที่ 2 (H2) : การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 3 (H3) : ความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณโดยเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงตัวเลขทางสถิติและนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผลโดยอาศัยเครื่องมือสำเร็จรูปทางสถิติมาวิเคราะห์ข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรคือเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนทั้งสิ้น 211 คน (กองกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น, 2563) โดยสามารถเก็บข้อมูลได้ 211 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามออนไลน์ได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นมีการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง ด้วยการหาค่า Index of Item-Objective Congruence (IOC) ผลการวิเคราะห์พบว่ามีค่า IOC ของแต่ละข้อไม่น้อยกว่า 0.5 ซึ่งแปลผลได้ว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องและตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นเมื่อปรับแก้ตามข้อแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงได้นำแบบสอบถามไปทำการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน ทั้งนี้ผลของการหาค่าความเชื่อมั่นในการวิจัยนี้มีค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมของชุดคำถามอยู่ระหว่าง 0.716 - 0.903 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จากนั้นจึงแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูล โดยแบบสอบถามนั้นประกอบด้วยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะขององค์กร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่ง ประเภทของตำแหน่ง ประเภทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มูลค่าสินทรัพย์รวม จำนวนบุคลากรในองค์กร จำนวนประชากรในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ รายได้ (ไม่รวมเงินอุดหนุนเฉพาะกิจ) และรายจ่าย (ไม่รวม

เงินอุดหนุนเฉพาะกิจ) ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ

ตอนที่ 2 - 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายใน ผลการดำเนินงาน และโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กร ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (บุญชุม ศรีสะอาด, 2553, น. 120 - 121) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการสรุปผลการดำเนินการวิจัย

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยดำเนินการจัดส่งไฟล์เอกสารผ่านช่องทางเว็บไซต์เครือข่ายสังคมและอีเมลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแนบพร้อมกับแบบสอบถามออนไลน์ Google Forms ไปยังหน่วยงานของกลุ่มประชากรและได้รับคืนผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำข้อมูลเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (1) การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา การหาค่าทางสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายคุณลักษณะของประชากร (2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30 - 40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานอยู่ที่ 5 - 10 ปี และดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ คิดเป็นร้อยละ ส่วนลักษณะขององค์กร รูปแบบขององค์กรส่วนท้องถิ่นที่ปฏิบัติงานใหญ่เป็นเทศบาลตำบล ที่มี จำนวนบุคลากร 50 - 90 คน โดยมีจำนวนประชากรในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบ 10,000 - 20,000 คน และมีงบประมาณรายจ่าย, รายรับจริงและรายจ่ายจริงโดยเฉลี่ย 40,000,000 - 60,000,000 บาท

2. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีการควบคุมภายในในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านกิจกรรมการควบคุม และด้านสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23, 4.23 และ 4.19

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นราย

ด้าน พบว่ามีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับ ด้านการรายงาน และด้านการดำเนินงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25, 4.23 และ 4.22

4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีระดับความเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร และความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15, 4.11

5. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ก่อนการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน ดังตารางที่ 1 โดยใช้การแปลความหมายสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$AdjR^2$ แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง

CE แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม

RA แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง

CA แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม

IC แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร

MO แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการควบคุมภายในด้านการติดตามและประเมินผลPO แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานโดยรวม

MS แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร

IS แทน ค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	PO	CE	RA	CA	IC	MO	MS	IS	VIFs
$\bar{x}$	4.24	4.23	4.16	4.23	4.19	4.17	4.15	4.11	
S.D.	0.42	0.50	0.58	0.53	0.51	0.53	0.52	0.56	
PO	-								
CE	0.60***	-							1.92
RA	0.64***	0.64***	-						3.23
CA	0.68***	0.58***	0.72***	-					2.62
IC	0.61***	0.56***	0.67***	0.64***	-				2.32
MO	0.69***	0.58***	0.71***	0.67***	0.58***	-			2.48
MS	0.63***	0.55***	0.67***	0.63***	0.60***	0.62***	-		2.41
IS	0.66***	0.46***	0.56***	0.58***	0.62***	0.57***	0.64***	-	2.10

*** $p \leq 0.01$

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาMulticollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ มีค่าตั้งแต่ 1.92 - 3.23 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Black, 2006)

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

การควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากล	**ผลการดำเนินงานโดยรวม**					
	H1	H1a	H1b	H1c	H1d	H1e
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (CE)	0.14**	0.50***				
	(0.50)	(0.04)				
ด้านการประเมินความเสี่ยง (RA)	0.01		0.46***			
	(0.05)		(0.03)			
ด้านกิจกรรมการควบคุม (CA)	0.20***			0.54***		
	(0.05)			(0.04)		
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (IC)	0.12**				0.50***	
	(0.05)				(0.04)	
ด้านการติดตามและประเมินผล (MO)	0.25***					0.55***
	(0.05)					0.04
AdjR^2	0.59	0.36	0.41	0.46	0.36	0.48

** p ≤ 0.05, *** p ≤ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (H1a: β = 0.14, p≤0.05 ; β = 0.50, p≤0.01), การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง (H1b: β = 0.46, p≤0.01) การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม (H1c: β = 0.20, p≤0.01 ; β = 0.54, p≤0.01) การควบคุมภายในด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (H1d: β = 0.12, p≤0.01 ; β = 0.50, p≤0.01) และการควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผล (H1e: β = 0.25, p≤0.01 ; β = 0.55, p≤0.01) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงาน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1a – H1e

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

การควบคุมภายใน	สมมติฐานที่ 2 (ผลการดำเนินงาน)	
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (CE)	0.00	(0.40)
ด้านการประเมินความเสี่ยง (RA)	-0.76**	(0.36)
ด้านกิจกรรมการควบคุม (CA)	0.10	(0.43)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (IN)	-0.08	(0.38)
ด้านการติดตามและประเมินผล (MO)	1.33***	(0.46)
การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (MS)	0.06	(0.26)
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม และตัวแปรสอดแทรกการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (CE × MS)	0.02	(0.09)
ด้านการประเมินความเสี่ยง และตัวแปรสอดแทรกการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (RA × MS)	0.19**	(0.09)
ด้านกิจกรรมการควบคุม และตัวแปรสอดแทรกการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (CA × MS)	0.01	(0.10)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และตัวแปรสอดแทรกการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (IN × MS)	0.04	(0.09)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และตัวแปรสอดแทรกการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (MO × MS)	-0.26***	(0.11)
$AdjR^2$	0.61	

** $p \leq 0.05$, *** $p \leq 0.01$

จากตารางที่ 3 พบว่า การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง (β = -0.76, p≤0.05), การควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผล (β = 1.33, p≤0.01), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยงและการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = 0.19, p≤0.05) และความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผลและการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = -0.26, p≤0.01) ต่างมีความสัมพันธ์และมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (β = 0.00, p>0.98) , การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม (β = 0.10, p>0.80), การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (β = -0.08, p>0.82), การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = 0.06, p>0.80), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุมและการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = 0.02, p>0.80), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุมและการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = 0.01, p>0.85) และความสัมพันธ์

ระหว่างการควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารและการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (β = 0.04, p>0.60) ต่างมีความสัมพันธ์แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 2

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

การควบคุมภายใน	**สมมติฐานที่ 3 (ผลการดำเนินงาน)**	
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (CE)	0.07	(0.30)
ด้านการประเมินความเสี่ยง (RA)	-0.47	(0.38)
ด้านกิจกรรมการควบคุม (CA)	-0.02	(0.39)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (IN)	-0.08	(0.36)
ด้านการติดตามและประเมินผล (MO)	0.99**	(0.38)
ความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (IS)	0.08	(0.27)
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุมและตัวแปรสอดแทรกความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (CE × IS)	0.01	(0.69)
ด้านการประเมินความเสี่ยง และตัวแปรสอดแทรกความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (RA × IS)	0.12	(0.96)
ด้านกิจกรรมการควบคุม และตัวแปรสอดแทรกความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (CA × IS)	0.05	(0.97)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และตัวแปรสอดแทรกความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (IN × IS)	0.03	(0.90)
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และตัวแปรสอดแทรกความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (MO × IS)	-0.18**	(0.09)
$AdjR^2$	0.63	

**p ≤ 0.05, ***p ≤ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผล (β = 0.99, p≤0.05) และความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผลและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = -0.18, p≤0.05) ต่างมีความสัมพันธ์และมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (β = 0.07, p>0.80), การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยง (β = -0.47, p>0.22), การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุม (β = -0.02, p>0.95), การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร (β = -0.08, p>0.81), ความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = 0.08, p>0.74), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุมและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = 0.01,

p>0.87), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยงและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = 0.12, p>0.21), ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุมและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = 0.05, p>0.60) และความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศ (β = 0.03, p>0.70) ต่างมีความสัมพันธ์แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ 3

ตารางที่ 5 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐานงานวิจัย	**ผลการทดสอบ**
สมมติฐานที่ 1 (H1)	การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	ยอมรับ
- (H1a)	การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมการควบคุมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	
- (H1b)	การควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	
- (H1c)	การควบคุมภายในด้านกิจกรรมการควบคุมมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	
- (H1d)	การควบคุมภายในด้านข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	
- (H1e)	การควบคุมภายในด้านการติดตามประเมินผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน	
สมมติฐานที่ 2 (H2)	การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายใน	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 (H3)	ความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศเป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายใน	ไม่ยอมรับ

จากตารางที่ 5 สามารถสรุปผลการทดสอบได้ว่า การควบคุมภายในทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติ กับผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังพบว่า การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศไม่เป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานในเรื่องของผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่

การควบคุมภายในด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุม ด้านการประเมินความเสี่ยง ด้านกิจกรรมการควบคุมด้านสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านการติดตามประเมินผลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากการควบคุมกระบวนการในการปฏิบัติงานที่คณะผู้บริหารและพนักงาน ลูกจ้างของหน่วยงานร่วมกันกำหนดขึ้นและถือปฏิบัติภายในอย่างสมเหตุสมผลเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการบรรลุวัตถุประสงค์เกี่ยวกับความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน ซึ่งรวมถึงการป้องกันรักษาทรัพย์สินความเชื่อถือได้ของข้อมูลและการรายงานทางการเงิน การป้องกันการทุจริตและข้อผิดพลาดการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกระทรวงการคลัง (2561: 1) กล่าวว่า การควบคุมภายใน เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ผู้กำกับดูแล หัวหน้าหน่วยงานของรัฐฝ่ายบริหาร และบุคลากรของหน่วยงานจัดให้มีขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐจะบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการดำเนินงาน ด้านการรายงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลณี ด่านทองหลาง (2560 : บทคัดย่อ) ที่มีผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของระบบการควบคุมภายในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการติดตามประเมินผล ด้านกิจกรรมการควบคุม ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านสภาพแวดล้อมของการควบคุมและด้านการประเมินความเสี่ยงส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศไม่เป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณภัทร คงเมือง (2558) ที่มีผลการศึกษาพบว่า คุณสมบัติของผู้ตรวจสอบภายในร่วมกับการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารส่งผลกระทบร่วมในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการประสบความสำเร็จของการตรวจสอบภายใน และงานวิจัยของ วราลักษณ์ มิ่งขวัญ และศิริเดช คำสุพรหม (2560) ที่มีผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบด้านการสนับสนุนของฝ่ายบริหารจะสามารถการเพิ่มประสิทธิผลของการตรวจสอบภายใน สาเหตุเนื่องมาจากงานวิจัยทั้งสองเรื่องได้ทำการศึกษาในบริบทของเจ้าหน้าที่ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นผู้ตรวจสอบภายใน ซึ่งถือได้ว่าเป็นตำแหน่งที่มีความต้องการด้านความเป็นอิสระในการทำงานจึงมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารในการมอบนโยบายหรือมอบอำนาจในการทำงานให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงถือได้ว่ามีความแตกต่างกับบริบทของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานด้านการควบคุมภายในที่มีการทำงานภายใต้ระเบียบที่กระทรวงการคลังนั้นได้กำหนดไว้อยู่แล้ว ซึ่งตามแนวทางปฏิบัตินั้นได้มีข้อบังคับจากกระทรวงการคลังที่สั่งการให้ผู้บริหารเล็งเห็นความสำคัญต่อการจัดทำรายงานการควบคุมภายในที่จะต้องมีการรายงานไปยังหน่วยงานผู้

กำกับดูแลโดยตรงภายใน 90 วันนับจากสิ้นปีงบประมาณในทุกปี ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริหารมีแนวทางที่จะสรรหาผู้ที่มีความรู้ความสามารถบริบทของตำแหน่งที่มีเกี่ยวข้องโดยตรงกับการควบคุมภายใน โดยมีข้อบังคับให้กำหนดผู้ปฏิบัติงานออกมาในรูปของคณะกรรมการที่ขึ้นตรงต่อผู้บริหาร อีกทั้งผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการสนับสนุนในอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่จะช่วยให้การจัดทำรายงานการควบคุมภายในสามารถนำส่งหน่วยงานผู้กำกับดูแลได้อย่างทันท่วงทีในระยะเวลาที่กำหนด อีกทั้งยังมีข้อกฎหมายในการคุ้มครองผู้ปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจนในด้านของความเป็นอิสระในการจัดทำรายงานผลการควบคุมภายใน รวมไปถึงยังมีข้อบังคับที่ผู้บริหารมีความจำเป็นที่จะต้องลงนามและตรวจสอบในแผนการควบคุมภายในที่จะต้องรายงานไปยังหน่วยงานผู้กำกับดูแลภายในเวลาที่กำหนดอยู่แล้ว จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านของการได้รับสนับสนุนจากฝ่ายบริหารและความพร้อมของระบบงานและสารสนเทศส่งผลให้ปัจจัยดังกล่าวไม่เป็นตัวแปรสอดแทรกในความสัมพันธ์ของการควบคุมภายในและผลการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้บริหารของ อปท. ควรให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในทุกองค์ประกอบทั้ง 5 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในทุกกิจกรรมของการดำเนินงานเพื่อสร้างความเสถียรภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่จะเป็นการบรรลุวัตถุประสงค์ของการควบคุมภายในตามที่กระทรวงการคลังนั้นได้กำหนด เพื่อให้การบริหารจัดการงบประมาณคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดประชาชน รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการวางแผนกำหนดแนวทางการทำงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และมีการสอบทานหรือประเมินผลการปฏิบัติงานด้วยกระบวนการควบคุมภายในเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาระบบการบริหารองค์กรให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงเป็นการป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในความผิดพลาดจากการทำงานด้วยคนที่อาจเกิดความเสียหายต่อข้อมูลทางการเงินได้ ซึ่งการควบคุมภายในถือเป็นหนึ่งเครื่องมือที่ผู้บริหารขององค์กรนั้นควรที่จะนำมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานจากการนำผลการประเมินมาตรวจสอบข้อบกพร่อง จุดผิดพลาดที่จะทำให้หน่วยงานมีความมั่นใจได้ว่าองค์กรจะดำเนินงานได้อย่างราบรื่น และป้องกันการรั่วไหล การสิ้นเปลือง หรือการทุจริตในองค์กร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของการควบคุมภายในตามกรอบมาตรฐานสากลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการสอบถามในมุมมองความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานควบคุมภายในขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นงานวิจัยครั้งถัดไปจึงควรที่จะมีการเพิ่มเติมแนวทางการสำรวจความคิดเห็นให้ครบองค์ประกอบของบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งกลุ่มผู้บริหาร พนักงานเจ้าหน้าที่ทุกระดับตำแหน่งเพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลไปพัฒนาระบบการควบคุมภายในให้สอดคล้องตามบริบทของพระราชบัญญัติวินัยการเงินการคลัง พ.ศ. 2561 มาตรา 79 นั้นได้กำหนดหน่วยงานของรัฐได้มีการควบคุมภายในและเพื่อควรศึกษาให้มุมมองบริบทอื่น ๆ จึงควร

ศึกษากลุ่มองค์กรอื่น ๆ ที่ไม่ใช่หน่วยงานของภาครัฐ เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัย ให้ทราบถึงความเหมือนหรือแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. (2561). *คู่มือมาตรฐานการควบคุมภายในสำหรับหน่วยงานของรัฐของกระทรวงการคลัง*. กรุงเทพฯ: กรมบัญชีกลาง. กระทรวงการคลัง.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2556). *คู่มือการจัดวางระบบการควบคุมภายในและประเมินผล. กรุงเทพฯ*: กระทรวงศึกษาธิการ.

กองกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2563). *ข้อมูลจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่*. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก http://www.dla.go.th/work/abt/province.jsp.

กัลณี ด่านทองหลาง. (2560). *ผลกระทบของระบบการควบคุมภายในต่อผลการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

โกวิทย์ พวงงาม. (2554). *การปกครองท้องถิ่นไทย*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

ณภัทร คงเมือง. (2558). *ผลกระทบร่วมระหว่างคุณลักษณะของผู้ตรวจสอบภายในและปัจจัยพื้นฐานขององค์กรต่อการประสบความสำเร็จของการตรวจสอบภายในขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2548). *แนวทางการตรวจสอบภายใน*. ปทุมธานี: ดูบายเบส.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้ง 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วราลักษณ์ มิ่งขวัญ และศิริเดช คำสุพรหม. (2560). องค์ประกอบการเพิ่มประสิทธิผลของการปฏิบัติงานการตรวจสอบภายในมุมมองของผู้รับตรวจของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 31(99)*, 233-245.

สรัญญา ทั้งสุข และกมลทิพย์ คำใจ. (2561). การประเมินผลการควบคุมภายใน และแนวทางการพัฒนาระบบการควบคุมภายในของเทศบาลในเขตจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7(2)*, 141-154.

ส่วนบริหารและพัฒนาเทคโนโลยีการทะเบียน. (2563). *โครงสร้างข้อมูลทำเนียบท้องที่จังหวัดเชียงใหม่*. สืบค้น https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/ccaa.php

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (2563). *สถิติจำนวนเรื่องร้องเรียนการทุจริต*. สืบค้น 5 มกราคม 2564, จาก https://www.tnnthailand.com/content/53027.

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2564). *ประกาศผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564* สืบค้น 10 ธันวาคม 2564, จาก https://www.nacc.go.th/categorydetail/20180831184638361/20210826151421?

สำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานการบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น. (2552). *การกระจายอำนาจการปกครองท้องถิ่นของประเทศไทย*. สืบค้น 27 มกราคม 2564, จาก http://www.local.moi.go.th/webst/decon.htm

สำนักงานงบประมาณของรัฐสภา. (2563). *การวิเคราะห์งบประมาณรายจ่ายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564*. สืบค้น 19 กุมภาพันธ์ 2564, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parbudget/ewt_news.php?nid=919

สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน. (2556). *ความหมายของการควบคุมภายใน*. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์2564, จาก http://www.khonkaen.go.th/auditor/admin/contol_file/114224_951.pdf>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ*. สืบค้น 8 ธันวาคม 2564, จาก http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2560). *การวัดผลแบบดุลยภาพของระบบงานภาครัฐ*. คู่มือการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติราชการสำนักงานปลัด. กระทรวงการคลัง.

สำนักบัญชีและตรวจสอบภายในกรมบัญชีกลาง. (2562). *แนวปฏิบัติระบบการควบคุมภายในภาคราชการ*. กรุงเทพฯ: กรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง.

หนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ. (2556.) *รู้จักองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย*. สืบค้น 28 ตุลาคม 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/101282

อุษณา ภัทรมนตรี. (2563). *การตรวจสอบภายในสมัยใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision marking. (4th ed.)*. USA: John wiley & Sons. pp. 585.

Committee of Sponsoring Organization of the Tread Way Commission. (2013). *Internal Control Integrated Framework*. Retrieved 2021, from https://www.coso.org/Pages/default.aspx

กระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

The Taxation Process Under the Land and Building Tax Act 2019 Case Study of Bangkok Metropolis

อรรถวิชช์ สุวรรณภักดี[1*]
Atavit Suwanpakdee[1*]

[1] นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
[1] Student of Doctor of Public Administration, Faculty of Political Science of Bangkokthonburi University
[*] E-mail: atavit@hotmail.com

Received *May 22, 2022* ***Revised*** *October 29, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่อง กระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาทำความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์และหลักการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะสำคัญของภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และภาษีโรงเรือนและที่ดิน (3) เพื่อศึกษาปัญหาการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลไกในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร ขอบเขตการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยคือผู้เชียวชาญและมีประสบการณ์ในกระบวนการจัดเก็บภาษีของกรุงเทพมหานคร รวมทั้ง ประชาชนผู้จ่ายภาษี รวม 20 คน ผลการวิจัย (1) หลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างยังไม่สอดคล้องกับการจัดเก็บภาษีในปัจจุบัน ซึ่งใช้กฎหมายลำดับรองเป็นหลัก (2) การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างแทนภาษีโรงเรือนและที่ดินมีความเหมาะสมแล้ว และเห็นว่าภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง และภาษีโรงเรือนและที่ดินมีความแตกต่างกันในทางปฏิบัติและการประเมินภาษี ขั้นตอน และวิธีการปฏิบัติงานการจัดเก็บภาษีโรงเรือนและที่ดิน (3) ปัญหาอุปสรรคของภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 แบ่งออกเป็น 4 ปัญหาหลักคือ 1. ตัวกฎหมาย 2. พระราชบัญญัติฉบับนี้ต้องอาศัยกฎหมายลำดับรอง 3. บทบัญญัติของพระราชบัญญัติฉบับนี้ไม่มีความชัดเจน 4.การคำนวณภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมมีผลกระทบต่อประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ (4) การบริหารจัดการควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐและการนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้

คำสำคัญ : กฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562, กระบวนการจัดเก็บภาษี, กรุงเทพมหานคร

Abstract

Research on Tax Collection Process under the Land and Buildings Tax Act B.E. 2562 Case Study Bangkok Objectives (1) to study and understand the rules and structure of the Land and Buildings Tax Act B.E. 2562 (2019) of Bangkok (2) to compare the important characteristics of land and building tax and property and land tax (3) to study the problem of tax collection under the Land and Buildings Tax Act, B.E. 2562 (2019) of Bangkok (4)to propose guidelines for the development of a mechanism for collecting land and buildings tax, B.E. 2562 (2019) of Bangkok. scope of qualitative research the population used in the research were experts and experienced in the taxation process of Bangkok Metropolis, including 20 tax payers. Research results (1) The rules for collecting land and buildings tax are not consistent with the current tax collection. which uses the secondary law primarily (2) the collection of land and buildings tax instead of the house and land tax is appropriate and that the land and building tax And property and land taxes are different in practice and tax assessments. Procedures and procedures for collecting house and land tax (3) Problems and obstacles of the Land and Buildings Tax B.E. 2562 (2019) are divided into 4 main problems: 1. The law 2. This Act requires a secondary law. 3. The provisions of this Act are unclear. 4. The calculation of land and building tax causes unfairness affecting people. local government organization and entrepreneurs (4). Management should be integrated between government agencies and the use of modern tools.

Keyword: Land and Building Tax Law B.E. 2562, Taxation Process, Bangkok

บทนำ

ความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยอยู่ลำดับต้น ๆ ของโลกซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของสังคมของประเทศกำลังพัฒนา นำมาสู่การเกิดขึ้นของกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ติดกับดักรายได้ปานกลางมาอย่างยาวนาน และไม่สามารถหลุดพ้นได้ ความเหลื่อมล้ำซึ่งเกิดจากหลากหลายสาเหตุ หนึ่งในสาเหตุที่สำคัญคือ การถือครองที่ดิน เครื่องมือจากนโยบายรัฐที่มีการศึกษาและผลักดันมาอย่างยาวนานพบว่าเครื่องมือที่สามารถช่วยลดความเลื่อมล้ำได้คือภาษีที่ดินในการเก็บในอัตราก้าวหน้าโดยเฉพาะเขตเมืองต้องเก็บภาษีจากสิ่งก่อสร้างที่มีมูลค่าแพง “ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง” จึงมีความจำเป็นในการนำมาใช้ซึ่ง “ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง” คือ อัตราการเก็บภาษีจากการเข้าทำประโยชน์บนที่ดินเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ประโยชน์ในที่ดิน และปรับปรุงปัญหาการจัดเก็บภาษีที่ดินในท้องถิ่นให้มีความทันสมัย โดยมีผลบังคับตั้งแต่ 13 มีนาคม 2562 และเริ่มจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตั้งแต่ 1 มกราคม 2563 เป็นครั้งแรก เนื่องจาก

ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือน และที่ดิน มีสภาพปัญหาเกิดขึ้นมานาน เช่น ฐานภาษีซ้ำซ้อนกับภาษีเงินได้ จัดเก็บในอัตราภาษีสูงและดุลยพินิจในการประเมินค่อนข้างสูงรวมถึงราคาปานกลางไม่มีการปรับมาเป็นเวลานานมีการยกเว้นลดหย่อนจำนวนมากจึงนำไปสู่การปฏิรูปโครงสร้างระบบภาษีให้มีความทันสมัย การแก้ไขปัญหาโครงสร้างภาษีเดิมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้ประโยชน์ในที่ดิน และปรับปรุงปัญหาการจัดเก็บภาษีที่ดินในท้องถิ่นให้มีความทันสมัย กรุงเทพมหานคร เป็นหนึ่งในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับมอบหมายในกฎหมายฉบับนี้

ภาษีที่ดินและโรงเรือนของกรุงเทพมหานคร เป็นรายได้หลักส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานคร ตลอด 10 ปี ที่ผ่าน ปริมานการจัดเก็บอยู่ที่ หลักหลายพันล้านบาทถึงหมื่นล้านในบางปีที่เศรฐกิจดี แต่เมื่อมีการเปลี่ยนการจัดเก็ยภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2562 พบว่า ปริมาณการจัดเก็บภาษีได้ลดลงเป็นอย่างมาก ทำให้เกิดข้อคำถามที่นำไปสู่การวิจัย คือ เหตุปัจจัยเงื่อนไขใดทำให้กระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2562 จัดเก็บได้น้อยลง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทำความเข้าใจถึงหลักเกณฑ์และหลักการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะสำคัญของภาษีที่ดิน สิ่งปลูกสร้าง ภาษีโรงเรือน และที่ดิน
3. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลไกในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิทธิ์ปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่องกระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัย

1. แนวคิด เกี่ยวกับการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่น
2. แนวคิดพระราชบัญญัติภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562
3. กระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องแนวคิด

เกี่ยวกับการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นการโอนกิจการสาธารณะบางเรื่องจากรัฐหรือองค์กรปกครองส่วนกลางไปให้ชุมชนซึ่งตั้งอยู่ในท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศหรือหน่วยงานบางหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำอย่างเป็นอิสระจากองค์กรปกครองส่วนกลาง

(นครินทร์ เมฆไตรรัตน์และคณะ, 2546: 38) สามารถแบ่งของตามลักษณะได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ

1. การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นหรือการกระจายอำนาจตามอาณาเขต (Size and Boundary) หมายถึงการมอบอำนาจให้ท้องถิ่นจัดทำกิจการหรือบริการสาธารณะบางเรื่องภายในเขตของแต่ละท้องถิ่นและท้องถิ่นมีอิสระในการปกครองตนเองพอสมควรเช่นองค์การบริหารส่วนจังหวัดเทศบาลสุขาภิบาล องค์การบริหารส่วนตำบล เป็นต้น

2. การกระจายอำนาจตามบริการหรือการกระจายอำนาจทางเทคนิคหมายถึงการโอนกิจการบริการสาธารณะบางกิจการจากรัฐหรือองค์การปกครองส่วนกลางไปให้หน่วยงานบางหน่วยงานรับผิดชอบจัดทำแยกต่างหากและอย่างเป็นอิสระโดยปกติแล้วจะเป็นกิจการซึ่งการจัดทำต้องอาศัยความรู้ความชำนาญทางเทคโนโลยีแขนงหนึ่งเป็นพิเศษ เช่น การสื่อสารวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์การไฟฟ้าการประปาการโทรศัพท์ เป็นต้น

หลักการแบ่งอำนาจ (Decentralization) หมายถึงหลักการปกครองหรือบริหารราชการแผ่นดินที่ราชการบริหารส่วนกลางมอบอำนาจการวินิจฉัยสั่งการตัดสินใจแก้ไขปัญหาตลอดจนการเริ่มภายใต้กรอบแห่งนโยบายของรัฐบาลให้แก่ข้าราชการในส่วนภูมิภาคแต่อำนาจวินิจฉัยตัดสินใจขั้นสุดท้ายยังคงอยู่ที่ส่วนกลาง การปฏิบัติอาจถูกแก้ไขเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกผู้บังคับบัญชาได้ตามความเหมาะสมระบบการปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 8 ประการคือ (วสันต์ เหลืองประภัสร์, 2547: 20)

1. เป็นองค์กรที่มีฐานเป็นนิติบุคคลและทบวงการเมืองการจัดตั้งองค์กรมีกฎหมายรองรับมีเขตปกครองที่แน่นอนมีอำนาจอิสระบริหารงานสาธารณะตามที่กฎหมายกำหนดไว้

2. มีสภาท้องถิ่น และผู้บริหารที่มาจากการเลือกตั้งตามกฎหมายรัฐธรรมนูญ

3. มีอิสระในการปกครองตนเองในขอบเขตของกฎหมาย และกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องรอคำสั่งจากรัฐบาลกลาง

4. มีงบประมาณและรายได้อย่างเพียงพอ กล่าวคือ งบประมาณและรายได้มาจากการจัดเก็บภาษีอากร ค่าธรรมเนียม ฯลฯ ซึ่งจะทำให้ท้องถิ่นดำเนินกิจการของตนเองได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

5. มีเขตการปกครองที่ชัดเจน และเหมาะสม หมายถึงการกำหนดเขตการปกครองท้องถิ่นแน่นอนชัดเจนมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นเช่นสภาพทางภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์

6. หน่วยการปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจจัดหาเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงานในหน่วยงานของตนเองได้

7. หน่วยการปกครองท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อบังคับเป็นกฎหมายของท้องถิ่นเพื่อใช้ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามระเบียบกฎหมายของท้องถิ่นเพื่อความสงบเรียบร้อยและเป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นแต่ไม่ขัดต่อกฎหมายของรัฐ

8. การควบคุมดูแลของรัฐบาลความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับส่วนกลางเป็นไปในลักษณะของการควบคุมดูแลทั้งนี้เพื่อประโยชน์สุขของประชาชนและความมั่นคงของประเทศการปกครองท้องถิ่นกำหนดขึ้นบนพื้นฐานทฤษฎีการกระจายอำนาจ

และอุดมการณ์ประชาธิปไตยซึ่งมุ่งเปิดโอกาส และสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมือง และกิจกรรมการปกครองตนเองในระดับหนึ่งซึ่งจะเห็นได้จากลักษณะสำคัญของการปกครองท้องถิ่นที่เน้นการมีอำนาจอิสระในการปกครองตนเองมีการเลือกตั้งมีองค์การหรือสถาบันที่จำเป็นในการปกครองตนเองและที่สำคัญก็คือประชาชนในท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการปกครองตนเองอย่างกว้างขวาง

แนวคิดพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562

ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นภาษีประเภทใหม่ที่ได้นำมาใช้แทนการจัดเก็บภาษีโรงเรือนที่ดิน เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้นำเงินส่วนนี้ไปใช้พัฒนาท้องถิ่น ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นภาษีประเภทใหม่ที่ได้นำมาใช้แทนการจัดเก็บภาษีโรงเรือนที่ดิน เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้นำเงินส่วนนี้ไปใช้พัฒนาท้องถิ่นโดยไม่ต้องส่งรายได้รัฐบาลและมีการกำหนดวิธีกรจัดเก็บและฐานภาษีใหม่เพิ่มความเป็นอิสระและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) สร้างความเข้มแข็งและโปร่งใสในการบริหารการคลังของ อปท. ช่วยให้ท้องถิ่นมีงบประมาณเพียงพอในการพัฒนาพื้นที่ให้เกิดความเจริญในระยะยาวการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างนั้น ขึ้นอยู่กับการเข้าทำประโยชน์บนที่ดิน โดยแบ่งประเภทออกเป็นที่ดินใช้ประโยชน์ และไม่ได้ใช้ประโยชน์

การบริหารการคลังและงบประมาณของกรุงเทพมหานครตามโครงสร้างการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันประเทศไทยได้แบ่งการบริหารปกครองออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป คือ การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ เป็นการแบ่งแยกเขตการปกครองพิเศษที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจหรือเมืองหลวง ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษในฐานะเป็นเมืองหลวง และพัทยาที่เป็นเมืองท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครที่มีพระราชบัญญัติเฉพาะ คือ พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และกรุงเทพมหานครแบ่งแยกอำนาจการบริหารออกจากอำนาจนิติบัญญัติกรุงเทพมหานคร ฯลฯ แหล่งรายรับของกรุงเทพมหานครแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ รายได้ประจำและรายได้ พิเศษ ซึ่งรายได้ประจำเป็นรายได้ที่มาจากการจัดเก็บภาษีทั้งที่กรุงเทพมหานครจัดเก็บเอง เช่น ภาษี บำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีป้าย และภาษีที่ส่วนราชการอื่นจัดเก็บให้ เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์ล้อเลื่อน และการจัดเก็บรายได้ที่ไม่ใช่ภาษีเช่น ค่าธรรมเนียมเก็บขนสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย ค่าใบอนุญาต ค่าบริการต่าง ๆ รายได้จากทรัพย์สิน และรายได้เบ็ดเตล็ด สำหรับรายได้พิเศษมาจากเงินสะสมจ่ายขาดโดยกรุงเทพมหานครยังมีแหล่งรายรับที่มาจากเงินอุดหนุนจาก รัฐบาล ทั้งที่เป็นเงินอุดหนุนทั่วไปและเงินอุดหนุนเฉพาะกิจ โดยภาพรวมแล้วรายได้ของ กรุงเทพมหานครส่วนมากหรือประมาณร้อยละ 75 มาจากส่วนราชการอื่นจัดเก็บให้ ซึ่งไม่สามารถ คาดการณ์หรือวางแผนในการได้รับจัดสรรงบประมาณ และสำหรับสถานการณ์ด้านรายได้ของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน สำนักการ

คลังได้ วิเคราะห์และคาดการณ์ สาเหตุปัจจัยมาจากสภาวะเศรษฐกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังไม่ฟื้นตัว ประกอบกับรัฐบาลยังมีนโยบายสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุน และรัฐสวัสดิการ

การจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลหลายประเภทจึงไม่เป็นไปตามเป้าหมายการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีของกรุงเทพมหานคร ใช้รูปแบบงบประมาณแบบแผนงาน และมีลักษณะการตั้งงบประมาณแบบสมดุล คือ รายรับกำหนดรายจ่าย ซึ่งเป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่อง วิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2529 ข้อ 8 ได้กำหนดว่า "การจัดทำงบประมาณห้ามมิให้ตั้งรายจ่าย ประจำสูงกว่ารายได้ประจำ เว้นแต่รายจ่ายพิเศษจากเงินสะสมจ่ายขาดที่สภากรุงเทพมหานครได้ให้ ความเห็นชอบแล้วหรือรายจ่ายพิเศษจากเงินกู้" ในการบริหารงบประมาณรายจ่ายของกรุงเทพมหานคร บริหารงานโดยการกระจาย ภารกิจการจัดบริการสาธารณะให้กับ 50 เขตพื้นที่ เพื่อตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของ ประชาชน รวมทั้งการทำหน้าที่ในการจัดเก็บรายได้ และบริหารรายจ่ายของกรุงเทพมหานครในระดับ พื้นที่ การบริหารการเงินการคลังและงบประมาณของกรุงเทพมหานคร จึงแบ่งเป็นการบริหารและ การจัดบริการสาธารณะ ระดับสำนักจำนวน 19 สำนัก ครอบคลุมทั่วพื้นที่กรุงเทพมหานคร และระดับพื้นที่ 50 สำนักงานเขต (พิชิต รัชตพิบุลภพ และดิเรก ปัทมสิริวัฒน์) ได้ศึกษาวิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำ ทางการคลังของกรุงเทพมหานคร โดยวัดจากรายได้ต่อหัว และการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายของ กรุงเทพมหานคร พบว่า กรุงเทพมหานคร มีความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ระหว่าง 50 เขต มีฐานภาษีที่ แตกต่างกันมาก กล่าวคือ เขตพื้นที่ชั้นในเมืองจะมีฐานภาษีกว้างกว่า เขตชั้นนอก และมีแนวโน้ม ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้เพิ่มขึ้นในด้านการจัดสรรรรายจ่าย กรุงเทพมหานครจัดสรรรายจ่ายให้ 50 เขต ไม่แตกต่างกันมากนัก เพื่อให้เกิดมาตรฐานในการจัดบริการสาธารณะ ระหว่าง 50 เขต และเพื่อความ เสมอภาคทางการคลังของแต่ละเขต

กระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 จัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งสร้าง มีขั้นตอนใหญ่ 3 ขั้นตอน 1 การจัดทำบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.แต่งตั้งพนักงานสำรวจและประกาศกำหนดเวลาสำรวจ ก่อนการสำรวจไม่น้อยกว่า 15 วัน จากนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.จะเริ่มสำรวจประเภท จำนวน ขนาด และการใช้ประโยชน์ของที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เพื่อนำข้อมูลมาจัดทำบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และสุดท้าย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. มีหน้าที่ปิดประกาศบัญชีรายการที่ดินและสิ่งปลูกสร้างไม่น้อยกว่า 30 วัน รวมทั้งจัดส่งข้อมูลตามบัญชีฯ ให้ผู้เสียภาษีตรวจสอบก่อนประเมินภาษีเพื่อแก้ไขให้ถูกต้อง โดยอาศัยอำนาจคำสั่งขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการออกคำสั่งแต่งตั้ง พนักงานสำรวจ พนักงานประเมิน และพนักงานจัดเก็บภาษี ซึ่งอาศัยตามอำนาจในมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2562 ต้องมีการลงนามเป็นลายลักษณ์อักษรคำสั่งแต่งตั้งจากผู้บริหารท้องถิ่นซึ่งวิธีการมีขั้นตอนดังนี้

1. วัดขนาดของที่ดิน ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็นการใช้ประโยชน์แบบเต็มแปลง และแบบใช้พื้นที่จริง ใช้ประโยชน์ในที่ดินหลายประเภทในพื้นที่เดียวกันวัดตามการใช้ประโยชน์

2. วัดขนาดของสิ่งปลูกสร้างที่ตั้งอยู่บนที่ดินวัดเป็นตารางเมตร ซึ่งมีการวัดพื้นที่ กว้าง * ยาว * จำนวนชั้น กรณีใช้ประโยชน์หลายประเภทในสิ่งปลูกสร้างหลังเดียวกันให้วัดพื้นที่ของสิ่งปลูกสร้างทั้งหลังวัดแยกตามการใช้ประโยชน์ทั้ง ห้องชุดคอนโด เช่นเดียวกัน

3. สำรวจประเภท ลักษณะ และอายุของสิ่งปลูกสร้าง เช่น ตึก ครึ่งตึกครึ่งไม้ 2 การประเมินภาษี อปท.ต้องประกาศราคาประเมินทุนทรัพย์ที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างและอัตราภาษีที่จัดเก็บ พร้อมส่งหนังสือแจ้งการประเมินภาษี (รายการราคาประเมินที่ดิน /สิ่งปลูกสร้าง /อัตราภาษี /จำนวนภาษี) ให้ผู้เสียภาษี ให้ผู้เสียภาษี ซึ่งต้องมีการแจ้งประกาศเรื่องของการสำรวจที่ดินและสิ่งปลูกสร้างซึ่งอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2562 ซึ่งต้องเป็นไปตามประกาศของกระทรวงมหาดไทย ในการทำแบบฟอร์ม เรื่องบัตรประจำตัวพนักงานสำรวจที่ดินและสิ่งปลูกตามสร้างพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2562 มีการประทับตราขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการประเมินภาษีนั้น กรมธนารักษ์หือสำนักงานธนารักษ์ในพื้นที่ส่งบัญชีประเมินทุนทรัพย์ที่ดินสิ่งปลูกสร้างในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่คณะอนุกรรมการประจำพื้นที่ประกาศใช้ราคาประเมิน ซึ่งต้องมีการประกาศอัตราภาษี ก่อนวันที่ 1 กุมภาพันธ์ของทุกปี นำราคาประเมินทุนทรัพย์ของที่ดิน หรือสิ่งปลูกสร้าง ห้องชุด คูณด้วยอัตราภาษีตามการใช้ประโยชน์ ผลลัพธ์ที่ได้เป็นจำนวนภาษีที่ต้องเสีย ส่งแบบประเมินให้ผู้จ่ายภาษีภายในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งต้องมีอัตราค่าเสื่อมสภาพในแต่ละปีตามประเภท 3 การชำระภาษี เมื่อผู้เสียภาษีรับทราบรายการ ราคาประเมินที่ดิน /สิ่งปลูกสร้าง/ อัตราภาษี/ จำนวนภาษี และเห็นว่ารายการดังกล่าวถูกต้อง ต้องชำระภาษีภายในเดือนเมษายน และเห็นว่ารายการดังกล่าวถูกต้อง ต้องชำระภาษีภายในเดือนเมษายน (สำหรับปี 2563 ขยายเวลาชำระถึงเดือนสิงหาคม 2563) กรณีที่ไม่เห็นด้วยกับรายการราคาประเมินฯ ที่ อปท.แจ้ง ต้องยื่นคำร้องคัดค้ายภายใน 30 วันเพื่อให้ผู้บริหารท้องถิ่นพิจารณาคำร้องภายใน 60 วันเพื่อดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ซึ่งผู้เสียภาษีต้องชำระภายในเดือนเมษายน ณ ที่ทำการสำนักงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือวิธีอื่น ผู้จ่ายภาษีผ่อนชำระเป็นงวด ๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

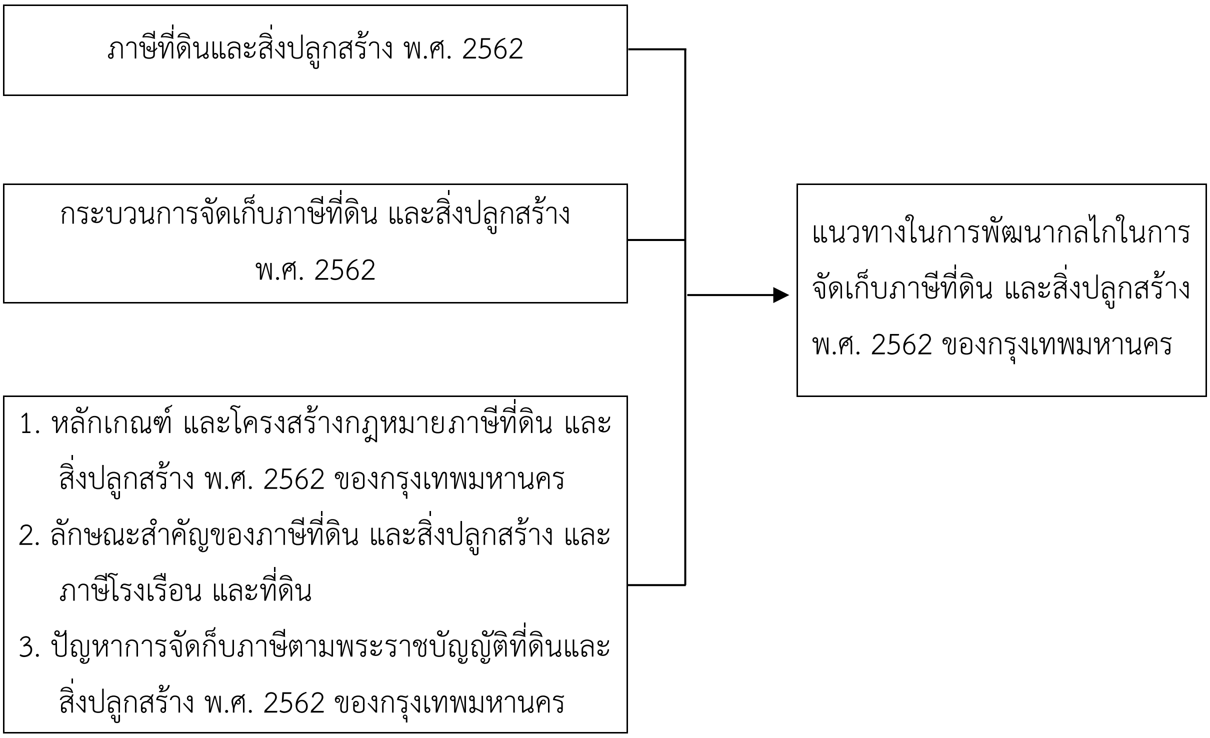
เพ็ญพิมล หกสุวรรณ (2559) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพทางการคลังท้องถิ่น: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร มีความสามารถในการหารายได้พอสมควร แต่ยังมี โครงสร้างรายได้พึ่งพาส่วนราชการอื่นอยู่มาก และขาดการวางแผนทั้งรายรับและรายจ่าย จึงมีโอกาส เกิดความเสี่ยงทางการคลังได้ในอนาคต ข้อจำกัดด้านระบบงบประมาณปัจจุบันไม่สามารถสะท้อนถึง ผลการดำเนินงานจัดบริการแก่ประชาชน

ธิดารัตน์ สืบญาติ (2557) ความเหลื่อมล้ำด้านการคลังท้องถิ่นของเทศบาลในเขตปริมณฑล พบว่า ข้อมูลของท้องถิ่นแต่ละแห่งมีความแตกต่างทั้งขนาดของพื้นที่ ทั้งจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวนรายได้ พื้นที่ รายจ่ายจึงทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำต่อกระบวนการแสวงหารายได้ และเกิดปัญหาที่ต่างต่างในเรื่องของการจ่ายภาษีในส่วนของผู้จ่ายภาษีคือประชาชน ดังนั้นการจัดสรรคงบประมานเพิ่มเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนา

ท้องถิ่นจึงมีความแตกต่างกัน ในงานวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นถึงกระบวนการทำงาน ที่สามารถลดความเหลื่อมล้ำได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษี การปรับปรุงเงินอุดหนุนให้แก่ท้องถิ่น เพื่อสร้างความเท่าเทียม

Chen, G., Qi, Y., Liu, F., & Xing, F. (2022) ได้ศึกษาเรื่อง มุมมองจากความทรงจำประสิทธิภาพของการจัดเก็บภาษีของเจ้าหน้าระดับปฏิบัติการด้านภาภาษีจากประสบการณ์ : หลักฐานจากประเทศจีน ซึ่งบทความนี้ตรวจสอบผลกระทบของประสบการณ์การทำงานระดับปฏิบัติการต่อความสามารถในการทำงานของเจ้าหน้าที่จีนและผลกระทบนี้แสดงออกอย่างไรในการปฏิบัติงานที่วัดได้ ด้วยการใช้ฐานข้อมูล Chinese Industrial Enterprises Database (CIED, 1998–2007) และข้อมูลส่วนตัวของกรรมการภาษีท้องถิ่นระดับจังหวัด ประเมินภาระภาษีที่แท้จริงของบริษัทต่าง ๆ เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานการจัดเก็บภาษีของกรรมการ โดยวิเคราะห์ข้อมูลประสบการณ์การทำงานระดับปฏิบัติการของเจ้าหน้าที่เหล่านี้ซึ่งสัมพันธ์กับระดับการจัดเก็บภาษีในเขตอำนาจศาล และพบว่าประสบการณ์การทำงานระดับปฏิบัติการช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีในเขตอำนาจศาลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบที่เพิ่มขึ้นต่อความสามารถในการกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การทำงานระดับปฏิบัติการ ความสัมพันธ์นี้ยังคงแข็งแกร่งแม้ในขณะที่เราตรวจสอบสมมติฐานทางเลือก เช่น การศึกษาหลังเลิกงาน อายุการแต่งตั้งครั้งแรก และสิ่งจูงใจในการเลื่อนตำแหน่ง การวิเคราะห์ของเราเปิดเผยว่าการคุกคามของบทลงโทษทางภาษีท้องถิ่นและอัตราความผิดทางภาษีเป็นกลไกสำคัญสองประการที่เกี่ยวข้องกับมาตรการนี้ นอกจากนี้ การค้นพบของเรามีความสำคัญอย่างยิ่งในผู้อำนวยการด้านภาษีท้องถิ่นซึ่งมีอายุในการจ้างงานครั้งแรกที่สูงขึ้นและมีประสบการณ์ระดับรากหญ้าที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์ โดยรวมบทความนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่าประสบการณ์การทำงานระดับปฏิบัติการมีบทบาทสำคัญในการกำหนดศักยภาพการทำงานของเจ้าหน้าที่ และให้คำแนะนำในการปรับระบบการจัดเก็บภาษีให้เหมาะสม

กรอบการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแนวคิด รวมถึงเอกสารต่าง ๆ เพื่อออกแบบคำถาม ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (Induction interview) เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Open end) และคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เดี่ยว โดยมีสาระตรงกับวัตถุประสงค์และครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อสอบถามผู้ที่มีประสบการณ์ตรงและเกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นจริง จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการเก็บและรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 20 คน ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการจัดเก็บภาษีและประชาชน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการสำนักการคลัง กรุงเทพมหานคร และผู้เคยดำรงตำแหน่งดังกล่าว จำนวน2คนผู้อำนวยการกองรายได้กรุงเทพมหานคร และผู้เคยดำรงตำแหน่งดังกล่าว จำนวน 2 คน ผู้อำนวยการเขต จำนวน 4 คน หัวหน้าฝ่ายรายได้ จำนวน 4 คน พนักงานจัดเก็บรายได้ จำนวน 4 คนประชาชนผู้จ่ายภาษี 4 คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาในการทำการวิจัยครั้งนี้ เมื่อเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เป็นการสะท้อนมุมมองของราชการผู้ปฏิบัติงานที่เกิดจริง ประเด็นที่เน้นย้ำการที่เกิดประสิทธิภาพในการทำงานจัดเก็บต้องอาศัยการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือผลสะท้อนจากผู้จ่ายภาษีว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจากกฎหมายใหม่นี้เป็นอย่างไร

ตรวจสอบความครบถ้วนและวิเคราะห์ประเด็นที่เป็นสาระสำคัญของข้อมูลตามลำดับขั้นตอน

1. วิเคราะห์สภาพความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 จากการจดบันทึกและการถอดเทปเสียงสัมภาษณ์

2. วิเคราะห์สาระสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562

3. ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ ถูกรวบรวมโดยจัดสร้างรหัสอ้างอิงประเด็นที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์และแนวคิดในการวิจัยทั้งหมด เพื่อเปรียบเทียบระดับความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร กลุ่มเป้าหมายว่ามีสภาพเป็นอย่างไรในแต่ละประเด็นที่เป็นสาระสำคัญในการสนับสนุนให้เกิดกระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 เพื่อสร้างข้อสรุป

ผลการศึกษา

1. หลักเกณฑ์และโครงสร้างกฎหมายภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นภาษีที่จัดเก็บเป็นรายปี ตามมูลค่าที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานรับผิดชอบ

2. ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างแทนภาษีโรงเรือนและที่ดินมีความเหมาะสมแล้ว และเห็นว่าภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และภาษีโรงเรือนและที่ดินมีความแตกต่างกันพอสมควรในการปฏิบัติและการประเมินภาษียังพบว่าการปฏิบัติตามภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างยังมีไม่ความพร้อมทั้งทางด้านกฎหมายอื่น ๆ และการปฏิบัติ

	ภาษีรูปแบบเก่า		ภาษีรูปแบบใหม่
	ภาษีโรงเรือนและที่ดิน	ภาษีบำรุงท้องถิ่น	ภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง
ฐานภาษี	ค่าเช่ารายปี - จำนวนเงินซึ่งทรัพย์สินนั้นสมควรให้เช่าได้ในปีหนึ่ง ๆ - กรณีให้เช่าให้ถือค่าเช่าเป็นค่ารายปี	ราคาปานกลางของที่ดิน	ราคาประเมินทุนทรัพย์ - มูลค่าของที่ดิน หรือสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดจะใช้ราคาประเมินทุนทรัพย์ของปีที่จัดเก็บภาษี
อัตราภาษี	ชำระภาษีปีละครั้ง อัตรา 12.5% ของค่ารายปี	บัญชีอัตราภาษีบำรุงท้องที่	แบ่งเป็น 3 อัตรา ซึ่งแบ่งตามลักษณะการใช้ประโยชน์ของที่ดิน
ผู้มีหน้าที่เสียภาษี	1. เจ้าของทรัพย์สิน 2. ถ้าเจ้าของที่ดินและสิ่งปลูกสร้างเป็นคนละคนกัน ให้ผู้เป็นเจ้าของสิ่งปลูกสร้างเป็นผู้ชำระภาษี	เจ้าของที่ดินที่ทำการถือครอง ณ วันที่ 1 มกราคม ของปีนั้น ๆ	บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคลที่เป็นเจ้าของที่ดิน หรือสิ่งปลูกสร้าง

3. ปัญหาการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 4 ปัญหาหลักคือ

1) ตัวกฎหมาย กฎหมายบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ในการแจ้งบัญชีรายการทรัพย์สินแก่ผู้มีหน้าที่เสียภาษี ซึ่งฐานข้อมูลนำมาจากกรมที่ดินและจากการสำรวจบทบัญญัติ

2) พระราชบัญญัติฉบับนี้ต้องอาศัยกฎหมายลำดับรองจำนวนมาก

3) บทบัญญัติของพระราชบัญญัติฉบับนี้ไม่มีความชัดเจน

4) การคำนวณภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมมีผลกระทบต่อประชาชนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ

4. แนวทางในการพัฒนากลไกในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ของกรุงเทพมหานคร วิธีการจัดเก็บภาษีควรมีความพร้อมและทำความเข้าใจก่อนการทำงานในทุกขั้นตอน อีกทั้งควรมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจน และมีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นมีอำนาจในการจัดเก็บภาษีมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้แก่ประชาชนในทุกช่องทางนอกจากการให้ข้อมูลข่าวสาร ควรมีการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน และมีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น

อภิปรายผล

กระบวนการจัดเก็บภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 กรณีศึกษา กรุงเทพมหานครเป็นงานวิจัยมุ่งเน้นศึกษากระบวนการเปลี่ยนแปลงการจัดเก็บภาษี มีความสอดคล้องกับงานของ เพ็ญพิมล หกสุวรรณ (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง ศักยภาพทางการคลังท้องถิ่น : กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร การบริหารจัดการงบประมาณของกรุงเทพมหานคร มีลักษณะการบริหารแบบ เพื่อที่จะประเมินสมรรถนะและโอกาสทางการคลังของกรุงเทพมหานคร โดยเน้นประเด็นหลักในด้านการบริหารรายได้ ประสิทธิภาพการบริหารรายจ่าย และการวางแผนเป็นสำคัญ ในด้านการบริหารรายได้ ประสิทธิภาพการบริหารรายจ่าย และการวางแผนเป็นสำคัญ โครงสร้างรายได้พึ่งพาส่วนราชการอื่นอยู่มาก ผู้ศึกษาได้เสนอแนะให้ปรับเปลี่ยนระบบงบประมาณเป็นแบบมุ่งเน้นผลงาน ปรับรื้อ และออกแบบโครงสร้างแผนงานของกรุงเทพมหานครใหม่ ให้สามารถแสดงผลการทำงาน และแสดง ความสอดคล้องเชื่อมโยงของแผนงานกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิดารัตน์ สืบญาติ (2557) ความเหลื่อมล้ำด้านการคลังท้องถิ่นของเทศบาลในเขตปริมณฑล ซึ่งพบว่าปัญหา เรื่องที่มีความใกล้เคียงกันในส่วนที่เป็นผลของงานวิจัยที่เกิดขึ้น รายได้ที่จัดหาได้เอง ขีดความสามารถในการจัดเก็บภาษีมีข้อจำกัด อำนาจใน การจัดเก็บภาษีและรายได้ของเทศบาลไม่เป็นระบบ ความสามารถในการเสียภาษีแต่ละแห่งแตกต่าง กันมาก วิธีการจัดสรรเงินให้เทศบาลใช้วิธีแบ่งทีละชิ้น และเงินอุดหนุนมีลักษณะเป็นเงินอุดหนุน เฉพาะกิจ ซึ่งขาดความเป็นอิสระในการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาพบว่าพระราชบัญญัติดังกล่าวยังมีข้อบกพร่องหลายประการ ที่ไม่มีความสอดคล้องกับหลักใน

ยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งลดความเหลื่อมล้ำสร้างความเป็นธรรมในสังคมและมุ่งหวังที่จะกระจายอำนาจทางการปกครองให้กับท้องถิ่นได้มีอิสระมากยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อให้การจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง สามารถอำนวยรายได้ให้กับท้องถิ่น

1. การเพิ่มรายได้ให้กับท้องถิ่นควรมีการแก้ไขข้อยกเว้นในกรณีการยกเว้นฐานภาษี 50 ล้านบาทสำหรับที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างเพื่อใช้ประโยชน์ในการประกอบเกษตรกรรม หรือ กรณีที่ใช้ประโยชน์เป็นที่อยู่อาศัย ให้เป็นการยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีเฉพาะที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้าง ที่ได้มีการ "ทำเกษตรที่แท้จริง" ไม่ใช่แค่ปลูกพืชตามจำนวน หรือประเภทที่กำหนดเท่านั้น หรือลดหย่อนภาษีเพิ่มเติมกรณีเจ้าของที่อยู่อาศัยมาเป็นระยะเวลายาวนาน

2. สำหรับปัญหาการกำหนดอัตราภาษีของที่ดินรกร้างว่างเปล่านั้น เพื่อให้ท้องถิ่นจัดเก็บภาษี ให้มากขึ้นควรมีการแก้ไขในส่วนของการเพิ่มอัตราภาษีกรณีที่ดินที่ไม่มีการเข้าทำประโยชน์และมีสภาพเป็นที่รกร้างว่างเปล่า หรือ มีสภาพที่เป็นภาระแก่ท้องถิ่นในการบริหารจัดการ เช่น เป็นกองขยะ หรือ เป็นทางผ่านสัญจรของประชาชนที่เจ้าของไม่ได้สงวนหวงกันเกินกว่า 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เพื่อให้มีการนำ ที่ดินมาใช้ประโยชน์อย่างถูกต้อง เช่น การพัฒนาเป็นพื้นที่สีเขียว หรือเป็นถนนสาธารณะที่ได้มาตรฐานที่ท้องถิ่นเองสามารถจัดสรรงบประมาณลงไปดูแลได้ และให้มีการกระจายการถือครองที่ดินได้เร็วขึ้น

3. เพื่อเพิ่มช่องทางในการสร้างรายได้จากการจัดเก็บภาษีให้กับท้องถิ่นควรมีการศึกษาเรื่อง "คาร์บอนเครดิต" ที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างใดสร้างมลภาวะมาก เป็นภาระกับท้องถิ่นมากก็เสียอัตรามากขึ้น ขณะที่มีกำหนดส่วนลดให้กับที่ดินหรือสิ่งปลูกสร้างใดที่สามารถลดการก่อให้เกิดคาร์บอนได้ รวมถึงมาตรการเสริมเช่นการปฏิบัติการตามผังเมืองปฏิบัติการตามการจัดระเบียบชุมชนหรือโซนนิ่งเพื่อการเกษตร

4. ควรปรับปรุงข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องในการบริหารบุคลากร เนื่องจากข้อมูลวิจัยบ่งชี้ชัดว่ากระบวนการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างมีความซับซ้อนของข้อมูล ซึ่งไม่สามารถประเมินภาษีอย่างมีประสิทธิภาพ และกระบวนการนำส่งข้อมูลต้องทันต่อเวลาภายในปีที่มีการประเมินและจัดเก็บภาษี จึงต้องแก้ไขข้อจำกัดของบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านการทำงาน

5. ต้องมีการพัฒนาเทคโนโลยีในกระบวนการจัดเก็บให้ทันสมัยมากขึ้นและเพื่อลดความผิดพลาดและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการประมวลข้อมูลให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงข้อมูล จากการศึกษาพบข้อมูลที่สำคัญในเรื่องปัญหาและอุปสรรคของการจัดเก็บรายได้ของท้องถิ่น กรุงเทพมหานครมีความซับซ้อนภายในองค์กรเองที่มีสำนักงานเขตถึง 50 เขต ซึ่งจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เป็นโครงข่ายมีความทันสมัยมีประสิทธิภาพสูงในการประเมินนำส่งข้อมูล

6. ควรมีการศึกษาการจัดเก็บภาษีการได้รับประโยชน์จากการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของรัฐหรือภาษีลาภลอย (Wind Fall Tax) เพิ่มเติมเพื่อจัดเก็บภาษีสำหรับเจ้าของที่ดินหรือผู้ครอบครองที่ดินที่ได้รับประโยชน์จากการที่ดินมีราคาสูงขึ้นจากการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง รถไฟทางคู่

รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ท่าเรือ สนามบิน โครงการทางด่วนพิเศษ เมื่อโครงการได้ดำเนินการจนแล้วเสร็จจะส่งผลให้ที่ดินและห้องชุดบริเวณรอบโครงการมีมูลค่าเพิ่มขึ้นการจัดเก็บภาษีลาภลอยที่สามารถสร้างภาระให้กับเจ้าของที่ดินที่มากพอจะช่วยให้เกิดการกระจายการถือครองที่ดินได้โดยอัตราที่กำหนดต้องมีความสอดคล้องกับราคาที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีด้วย เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมที่สอดคล้องกับเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2557). *ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร*, กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.

ธิดารัตน์ สืบญาติ. (2558). ความเหลื่อมล้ำด้านการคลังท้องถิ่นของท้องถิ่นในเขตปริมณฑล. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 13(3),* 122-144.

นครินทร์ เมฆไตรรัตน์. (2545). *ทิศทางการปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยและต่างประเทศเปรียบเทียบ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562. (2562). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 136 ตอนที่ 30 ก. หน้า 21-51.

พิชิต รัชตพิบุลภพ และดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2557). ความเหลื่อมล้ำการคลังท้องถิ่น กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนจังหวัด. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 12(2). 52-76.*

เพ็ญพิมล หกสุวรรณ. (2559). *ศักยภาพทางการคลังท้องถิ่น: กรณีศึกษากรุงเทพมหานคร.* (สารนิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต บริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มายามีน หวันฮัซซัน, อามาณีย์ ยะปา และซุไวบะห์ กาโฮง. (2563). ความพร้อมในการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนราธิวาส. *ใน การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 11.* (24-35). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.

วสันต์ เหลืองประภัสสร์. (2547). *ภารกิจหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. นนทบุรี: ธรรมดาเพรส.

วุฒิพงฒ์ จิตตั้งสกุล. (2557). *การเพิ่มประสิทธิภาพในการวางแผนการคลังท้องถิ่น.* กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง.

Chen, G., Qi, Y., Liu, F., & Xing, F. (2022). Taxation officers' grassroots work experience and tax performance: Evidence from China. *Journal of Asian Economics, 80*.
Doi: 10.1016/j.asieco.2022.101463

RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LANNA

การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนและความอ่อนไหวของโครงการลงทุนผลิตภัณฑ์กาแฟในจังหวัดน่าน

Cost Benefit Analysis and Sensitivity of Investment Project of Coffee Products in Nan Province

วันวิภา ปานศุภวัชร[1*] และอัจฉราภรณ์ พูลยิ่ง[1]
Wanvipa Pansuppawat[1*] and Atcharaporn Poolying[1]

[1] สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน
[1] Department of Accounting, Faculty of Business Administration and Liberal Arts of Rajamagala University of Technology Lanna Nan
[*] E-mail: wanvipamutoo@gmail.com

Received *March 16, 2022* ***Revised*** *December 7, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิตกาแฟของกลุ่มเกษตรกรน่าน จังหวัดน่าน และเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุนผลิตภัณฑ์กาแฟดริปของกลุ่มเกษตรกรน่าน โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตกาแฟโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูล 10 คน เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาจัดทำรายงานทางการเงินเกี่ยวกับต้นทุนหรือรายจ่ายและรายได้ของธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการใน 2 กรณี คือ ต้นทุนกรณีเพิ่มขึ้น 10% ขณะที่ผลตอบแทนคงที่ และผลตอบแทนกรณีลดลง 10% ขณะที่ต้นทุนคงที่

ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างการลงทุนเริ่มแรกใช้เงินลงทุนจำนวน 550,190 บาท ต้นทุนขายในปีแรกจำนวน518,104 บาท รายได้ของโครงการในปีแรก 886,080 บาท มูลค่าปัจจุบันสุทธิ จำนวน 3,677,574.37 บาท อัตราคิดลด 6.875% อัตราส่วนผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายเท่ากับ 1.62 เท่า ในขณะเดียวกัน อัตราผลตอบแทนเท่ากับ 76% ระยะเวลาคืนทุน คือ 1 ปี 5 เดือน และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการใน 2 กรณีได้แก่ กรณีต้นทุนเพิ่มขึ้น 10% ขณะที่รายได้คงที่ พบว่า มูลค่าเป็นบวกจำนวน 3,138,218.67 บาท กรณีรายได้ลดลง 10% ขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่า มีค่าเป็นบวกจำนวน 2,715,442.23 บาท จึงยอมรับโครงการสำหรับผลการวิเคราะห์มูลค่าการแปรเปลี่ยนของผลตอบแทนและต้นทุน เท่ากับ เท่ากับ 38.22 และ 61.87

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ต้นทุน, ความคุ้มค่าทางการเงิน, ผลิตภัณฑ์กาแฟ

Abstract

The objectives of this research are to study coffee production of Nan Farmer Group, Changwat Nan, and to analyze cost and financial return on drip coffee product investment of Nan Farmer Groups. By collecting data from the coffee production business entrepreneurs by in-depth interviews with10 informants. Bring data from interviews, make financial reports on costs or expenses and revenue of the business include a sensitivity analysis of the project in 2 various cases: the case costs increase by 10% while income constant and the case income decrease by 10% while costs constant.

The results showed that the structure of investment initial investment funds 550,190 Baht. Cost of sale in first year 518,104 Baht, project income in the first year 886,080 Baht, the net present value (NPV) was 3,677,574.37 baht Discount rate 6.875%. The benefit-cost ratio (B-C ratio) was 1.62, meanwhile, the internal rate of return (IRR) was 76%, the payback period (PB) is 1 years 5 months and a sensitivity analysis of the project in 2 various cases: the case costs increase by 10% while income constant, it was found that the value is positive 3,138,218.67 Baht. The case income decreases by 10% while costs constant, it was found that the value is positive 2,715,442.23 Baht. Therefore accept the project. The switching value tests of benefit and cost (SVTB and SVTC) were 38.22 and 61.87.

Keyword: Cost Analysis, Financial Analysis, Coffee Products

บทนำ

ในปัจจุบันพื้นที่ปลูกกาแฟของจังหวัดน่านมีจำนวนกว่า 4,500 ไร่ ผลผลิตปีละ 400 ตัน โดยเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการปลูกกาแฟทั้งพันธุ์อาราบิกาและโรบัสต้า ซึ่งการปลูกทั้ง 2 พันธุ์จะขึ้นอยู่กับระดับความสูงของพื้นที่ โดยหากมีความสูงกว่าระดับน้ำทะเล 700 เมตรขึ้นไป จะเหมาะสำหรับการปลูกกาแฟพันธุ์อาราบิกา เช่นที่บ้านสันเจริญ อำเภอท่าวังผาจังหวัดน่าน แต่ถ้าพื้นที่มีความสูงไม่เกิน 700 เมตรจากระดับน้ำทะเลจะเหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้า เช่นที่ อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน โดยสามารถผลิตเมล็ดกาแฟได้ในปริมาณมากและมีคุณภาพดี แต่เนื่องจากไม่สามารถเก็บรักษาเมล็ดให้คงสภาพสดใหม่ไว้ได้นาน จึงทำให้ต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงของตลาดเมล็ดกาแฟ จึงมีจำเป็นต้องมีการพัฒนายุทธศาสตร์กาแฟ โดยเน้นการบริหารจัดการแบบครบวงจร (Supply Chain) บนพื้นฐานของศักยภาพ (Potential) และอัตลักษณ์ของกาแฟไทย พัฒนาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ สู่ปลายน้ำโดยการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิต ลดต้นทุนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์กาแฟสู่มาตรฐานสากล การผลิตกาแฟเฉพาะถิ่นและการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมแปรรูปกาแฟ เพื่อให้สามารถเป็นผู้นำสินค้ากาแฟในอาเซียน (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

ธุรกิจประเภทเครื่องดื่มกาแฟสำเร็จรูปมีมูลค่าทางการตลาดเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ธุรกิจผลิตกาแฟตื่นตัวเป็นอย่างมาก และกระแสการบริโภคกาแฟสดของคนไทยก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป จากแต่เดิมคนไทยบริโภคกาแฟสำเร็จรูปเป็นส่วนใหญ่แต่ในปัจจุบันนิยมบริโภคกาแฟคั่วบด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560: ออนไลน์) ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดมีทั้งแบบร้อนและเย็นหลายประเภทให้เลือก หากสามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เช่น กาแฟดริปจากเมล็ดกาแฟของจังหวัดน่าน ที่เป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างมากขึ้น ด้วยรสชาติที่หอมกลมกล่อมและดื่มง่ายต่อสุขภาพเพราะกาแฟดริปส่วนใหญ่จะใช้กาแฟคั่วอ่อน-คั่วกลาง ขณะคั่วจะไม่เกิดการไหม้ (ไม่ก่อให้เกิดสารก่อมะเร็ง) แถมสารอาหารและวิตามินในเมล็ดกาแฟยังคงอยู่

ในปี 2562 จังหวัดน่านมีอันดับผลผลิตกาแฟเป็นอันดับ 7 ของประเทศ โดยมีผลผลิต ถึง 483 ตัน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร | สินค้าเกษตร กาแฟ, 2562) ที่พร้อมจะเข้าสู่อุตสาหกรรมการแปรรูปกาแฟดริป แต่การที่จะลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตยังประสบปัญหาขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการด้านต้นทุนการผลิตและผลตอบแทน และยังต้องมีการวิเคราะห์ปัญหาในการลงทุนในรายละเอียดในหลายด้านว่าการลงทุนว่ามีความคุ้มค่าต่อการลงทุนหรือไม่ และมีอัตราความเสี่ยงด้านรายได้หรือด้านรายจ่ายมากน้อยเพียงใดจากปัจจัยความผันผวนของเศรษฐกิจในปัจจุบัน

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดริป ความคุ้มค่าในการลงทุน นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงอัตราความเสี่ยงด้านผลตอบแทนและต้นทุนการผลิต เพื่อใช้ข้อมูลเป็นแนวทางในการตัดสินใจ ในการลงทุนและประเมินความเสี่ยงให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน ของโครงลงทุนในผลิตภัณฑ์กาแฟดริป
2. เพื่อศึกษาความอ่อนไหวของโครงการลงทุนในผลิตภัณฑ์กาแฟดริป

แนวคิดและทฤษฎี

กาแฟดริป

กาแฟดริป (Drip Coffee) เป็นที่รู้จักในชื่อ Brewed Coffee และ Pour-over Coffee กาแฟดริป คือการใช้น้ำเทผ่านผงกาแฟคั่วบดบนตัวกรองเพื่อให้น้ำที่ไหลผ่านสกัดเอาสารที่ให้รสชาติต่างๆ ออกมาจากกาแฟ การชงกาแฟดริปใช้เวลาประมาณ 5-10 นาที เริ่มตั้งแต่การนำเมล็ดกาแฟที่ผ่านการบดแล้วมาใส่ในถ้วยกรวยดริปที่มีรูเล็กตรงก้นแก้ว รองด้วยกระดาษดริปซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกรองกากกาแฟ จากนั้นจึงค่อยๆ รินน้ำร้อนวนเป็นวงกลมก้นหอยจากกาดริปที่มีพวยขนาดเล็ก รอให้น้ำค่อยๆ ไหลซึมผ่านกาแฟและกระดาษดริปลงสู่ภาชนะด้านล่างก็เป็นอันเสร็จสิ้น

ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตเป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิตโดยเริ่มจากกระบวนการแปลง

สภาพวัตถุดิบเป็นสินค้าสำเร็จรูป (ศศิวิมล มีอำพล, 2559) ดังนั้นต้นทุนการผลิตจึงถือเป็นต้นทุนที่จำแนกตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด การดำเนินงานตามปกติของธุรกิจอุตสาหกรรม เมื่อมีสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วต้นทุนดังกล่าวเรียกว่าต้นทุนการผลิต (Manufacturing Cost) หรือต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost) เมื่อจำหน่ายออกไปต้นทุนของสินค้าส่วนที่จำหน่ายออกไปเรียกว่าต้นทุนขาย (Cost of Goods Sold) แสดงในงบกำไรขาดทุน และยังมีค่าใช้จ่ายอีกจำนวนหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการบริหารงานเรียกว่าค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenses) หรือเรียกว่าค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (Selling and Administrative Expenses) ดังนั้น ในงวดบัญชีจึงแบ่งต้นทุนออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost) คือ ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุนวัตถุดิบทางตรงใช้ไปค่าแรงงานทางตรงและค่าใช้จ่ายการผลิต

2. ต้นทุนตามงวดเวลา (Period Cost) คือ ต้นทุนที่เกิดขึ้นจากการบริหารงาน ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการขายและค่าใช้จ่ายในการบริหาร (ลำไย มากเจริญ, 2556)

ผลตอบแทน

การวิเคราะห์ผลตอบแทน ความคุ้มค่าจากการลงทุนและอัตราความเสี่ยงของการลงทุนมีอยู่หลายวิธีด้วยกัน โดยการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกที่จะใช้การวิเคราะห์ผลตอบแทนโดยใช้อัตรากำไรขั้นต้น อัตรากำไรสุทธิ ซึ่งอัตรากำไรสุทธิถือเป็นส่วนหนึ่งของผลตอบแทน (ธารี หิรัญรัศมี และคณะ, 2552) ในส่วนการประเมินการลงทุน โดยวิธีระยะเวลาคืนทุน วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ วิธีอัตราผลตอบแทนการลงทุน และการวิเคราะห์ความเสี่ยง (พรรณภา ธุวนิมิตรกุล, 2563) โดยแต่ละวิธีมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin) ที่คำนวณได้มีค่ามาก จะแสดงว่ากิจการสามารถทำกำไรได้ดีลงทุนน้อยได้แต่ผลกำไรที่มาก บ่งบอกถึงกิจการสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ดี

2. อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ที่คำนวณได้มีค่าน้อย จะแสดงว่ากิจการไม่สามารถกำไรได้ดี ลงทุนเงินแต่ได้ผลกำไรน้อย อาจมีผลมาจากกิจการไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ หรืออาจเป็นเพราะว่าในอุตสาหกรรมที่กิจการนั่นๆทำอยู่มีคู่แข่งอยู่มากจึงทำให้ไม่สามารถตั้งราคาเพื่อทำกำไรได้ดี

3. ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลด (Discount Payback Period: DPB) ระยะเวลาคืนทุนของโครงการลงทุน หมายถึง ระยะเวลาที่บริษัทจะได้รับจำนวนเงินกลับคืนเท่ากับกระแสเงินสดจ่ายลงทุน คำนวนได้จาก

$$\text{ระยะเวลาคืนทุนแบบคิดลบ} = \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของเงินส่วนที่ยังไม่คืนทุน}}{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิที่เกิดขึ้นในปีที่คืนทุน}}$$

4. วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value Method: NPV) มูลค่าปัจจุบันสุทธิ คือ มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับหลังหักภาษีของโครงการลงทุนหักด้วยกระแสเงินสดจ่ายลงทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิสามารถแสดงได้ดังสมการต่อไปนี้

$$NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+i)^t} - \sum_{t=1}^{n} \frac{Ct}{(1+i)^t}$$

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการลงทุนเป็นการวัดมูลค่าของโครงการลงทุนรูปแบบของมูลค่าเงิน ณ ปัจจุบัน เนื่องจากกระแสเงินสดของโครงการลงทุนจะถูกลดค่ามาเป็นมูลค่าปัจจุบัน โดยการเปรียบเทียบระหว่างมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับกับกระแสเงินสดจ่ายลงทุนของโครงการลงทุน มีเกณฑ์การตัดสินใจดังนี้

NPV > 0 หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่าการลงทุนให้ผลคุ้มค่า

NPV = 0 แสดงว่าการลงทุนพอจะมีความเป็นไปได้

NPV < 0 หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าการลงทุนให้ผลไม่คุ้มค่า

5. วิธีอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย (Benefit Cost Ratio Method: BCR) อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย คือ อัตราส่วนของผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนกับผลรวมของมูลค่าปัจจุบันของต้นทุนตลอดอายุการใช้งาน ซึ่งสมการที่ใช้ในการคำนวณอัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่ายมีดังนี้

$$BCR = \frac{\sum_{t=1}^{n} \frac{Bt}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^{n} \frac{Ct}{(1+i)^t}}$$

เกณฑ์การตัดสินใจดังนี้

BCR > 1 แสดงว่าการลงทุนมีความเหมาะสมและให้ผลคุ้มค่าต่อการลงทุน

BCR = 1 แสดงว่าการลงทุนยังพอมีความเป็นไปได้

BCR < 1 แสดงว่าผลประโยชน์ที่ได้ไม่คุ้มทุน

6. วิธีอัตราผลตอบแทนการลงทุน (Internal Rate of Return Method: IRR) อัตราผลตอบแทนการลงทุน วิเคราะห์จากอัตราผลตอบแทนที่แท้จริงตลอดอายุของโครงการที่จะทำให้มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับหลังภาษีของโครงการลงทุนเท่ากับกระแสเงินสดจ่าย หรือมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับศูนย์ ซึ่งงานวิจัยนี้จะใช้อัตราดอกเบี้ยการกู้ยืมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) คือร้อยละ 6.875 มาใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งเป็นอัตราที่รับได้ของธุรกิจ ซึ่งสมการที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$IRR = \quad \geq i \; \rightarrow NPV = \sum_{t=1}^{n} \frac{(Bt - Ct)}{(1+i)^t} \geq 0$$

โดยกำหนดให้

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ
BCR = อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย
IRR = อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ
Bt = รายได้ที่คาดไว้ ณ ปีที่ t
Ct = รายจ่ายที่คาดไว้ ณ ปีที่ t
i = อัตราคิดลด
t = ปีที่ 0 ถึง n
n = อายุของโครงการ

การทำสอบ Switching Value Test

การทดสอบค่าความเปลี่ยนแปลง (Switching Value Test) หมายถึงการเปลี่ยนแปลง เป็นร้อยละ

(Percentage Change) ของปัจจัยที่เชื่อว่ามีอิทธิพลต่อความเป็นไปได้ของโครงการ โดยการทดสอบการเปลี่ยนแปลงที่มีหลักการพิจารณาด้านต้นทุนหรือรายได้ที่ทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ และ ค่า BCR เท่ากับหนึ่ง ถ้าค่า SVT ของตัวรายจ่ายหรือต้นทุน (Switching value test cost: SVTC) หรือค่า SVT ของรายได้หรือผลตอบแทน (Switching value test benefit: SVTB) ที่คำนวณได้มีค่าสูงหมายความว่าความเสี่ยงของโครงการในด้านต้นทุนหรือรายได้อยู่ในระดับต่ำ ในทางตรงกันข้ามถ้าค่า SVTC หรือ SVTB ที่คำนวณได้มีค่าต่ำหมายความว่ามีความเสี่ยงของโครงการในด้านต้นทุนหรือรายได้อยู่ในระดับสูง การวิเคราะห์แยกได้ดังนี้

1. การทดสอบค่าความเปลี่ยนแปลงด้านผลตอบแทน (SVT_B) หมายความว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละเท่าไร ก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์และ BCR (อัตราผลตอบแทนต่อค่าใช้จ่าย) เท่ากับหนึ่ง

$$SVT_B = \frac{NPV}{PV_B} \times 100$$

2. การทดสอบค่าความเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุน (SVTC) หมายความว่า ต้นทุนของ โครงการสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละเท่าไร ก่อนที่จะทำให้ NPV มีค่าเท่ากับศูนย์ และ BCR เท่ากับหนึ่ง

$$SVT_C = \frac{NPV}{PV_c} \times 100$$

โดยกำหนดให้

SVT_B = Switching Value Test of Benefit

PV_B = มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทน

SVT_C = Switching Value Test of Cost

PV_C = มูลค่าปัจจุบันของต้นทุน

โดยการทดสอบโดยใช้ Switching Value Test เพื่อให้ทราบว่าตัวตัวแปรสำคัญหากมีการเปลี่ยนแปลงไปยังทิศทางที่ไม่คาดคิดมากน้อยเพียงใด โดยที่โครงการยังยอมรับได้ในระดับที่ต่ำสุด โดยการชี้วัดจากเกณฑ์ ผลตอบแทนของโครงการลดลงได้มากที่สุดเท่าใด และต้นทุนของโครงการเพิ่มสูงขึ้นได้มากที่สุดเท่าใด

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

การวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการเป็นการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการลงทุน เพื่อให้ทราบว่าผู้ลงทุนจะสามารถรับความเสี่ยงจากการลงทุนได้มากน้อยเพียงใด มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนอยู่หรือไม่ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา โดยปัจจัยดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นการลดลงของปริมาณและราคาขายในท้องตลาด การเพิ่มขึ้นคู่แข่งขัน ความแปรปรวนของปริมาณและราคาผลผลิต พฤติกรรมผู้บริโภค ค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ซึ่งปัจจัยที่ผู้ศึกษากำหนด คือผลตอบแทนและต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา เนื่องจากในการลงทุนในโครงการที่ต้องใช้ระยะเวลาหลายปีมีโอกาสที่จะเผชิญกับความเสี่ยงและความผันแปรดังกล่าว ในการศึกษาครั้งนี้ จึงได้วิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. ด้านต้นทุน พิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นของต้นทุน โดยศึกษาจากการเพิ่มขึ้นของต้นทุนร้อยละ 10 จากราคาที่สูงขึ้นของปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น ราคาของวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายการผลิตเปลี่ยนแปลงไปเมื่อผลตอบแทนคงที่

2. ด้านผลตอบแทน พิจารณาถึงการลดลงของรผลตอบแทนโดยศึกษาจากการลดลงของ

ผลตอบแทนร้อยละ 10 จากปริมาณการผลิตหรือมูลค่าขายที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อต้นทุนคงที่

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนในพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเมล็ดกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูปจากเมล็ดกาแฟของกลุ่มเกษตรกรหวัดน่าน ได้นำข้อมูลมาจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา ดังนี้

พัทธนันท์ สุดยอด และ ธีระวัฒน์ จันทึก (2560) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจร้านกาแฟสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พื้นที่จังหวัดนครปฐมผลของการวิจัยพบว่าโครงสร้างการลงทุนเริ่มแรกใช้เงินลงทุนจำนวน 3,595,000 บาท ต้นทุนขายในปีแรกจำนวน 1,967,440 บาท รายได้ของโครงการในปีแรก จำนวน 3,618,000 บาท และการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการกรณีต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่พบว่าได้ค่าเป็นบวกจำนวน 5,488,409.36 บาท มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 5 เดือน และกรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่พบว่าได้ค่าเป็นบวก จำนวน 5,571,035.28 บาท มีระยะเวลาคืนทุนเท่ากับ 3 ปี 6 เดือน

Musebe et al. (2011) ได้ศึกษาต้นทุนและประสิทธิภาพของการใช้วิธีผลิตกาแฟแบบ hand pulpers ในเอธิโอเปีย: การวิเคราะห์ต้นทุน – ผลตอบแทน พบว่า การวิเคราะห์ต้นทุน - กำไรได้ดำเนินการเพื่อประเมินประสิทธิภาพและวัดความสามารถในการทำกำไรของวิธีการแบบ hand pulpers ปฏิบัติการเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการอบแห้งด้วยแสงแดด วิธีการแบบ hand pulpers มีอัตราส่วนต้นทุนผลประโยชน์ 1.2 เท่า อัตราผลตอบแทนภายในร้อยละ 28.37 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,231 เหรียญสหรัฐ วิธีการแบบ hand pulpers ได้รับประสิทธิภาพที่ดี

กนกพล จันทะรักษา และธีระวัฒน์ จันทึก (2559) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการทางน้ำครบวงจรที่มนุษย์สร้างขึ้นผลการวิจัยพบว่ามีระยะเวลาคืนทุนเฉลี่ย 3 ปี 2 เดือน กำไรสุทธิปีแรกเท่ากับ 87,733,122.74 บาท กระแสเงินสด ณ วันสิ้นงวด เท่ากับ 159,045,401.82 บาท NPV เท่ากับ 365,403,639.28 บาท คำนวณค่า IRR เท่ากับ ร้อยละ 26.84 ที่อัตราคิดลดร้อยละ 6.5 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว กรณีต้นทุนผันแปรเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ในขณะที่รายได้คงที่ พบว่ามีค่า NPV เป็นบวกเท่ากับ 703,684,250.80 บาท หมายถึง กระแสเงินสุทธิที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรกดังนั้น จึงยอมรับโครงการ กรณีรายได้ลดลงร้อยละ 5 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ พบว่ามีค่า NPV เป็นบวก เท่ากับ 628,283817.40 บาท หมายถึงกระแสเงินสดสุทธิที่ได้รับจากโครงการมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรกดังนั้นจึงยอมรับโครงการ

วสวัตต์ วานิชวิริยกิจ (2563) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของการเลี้ยงกุ้งขาวระบบไบโอซีเคียวในจังหวัดจันทบุรี ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 37,916,926 บาท อัตราส่วนมูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนต่อต้นทุน (BCR) มีค่าเท่ากับ 2.1257 เท่า อัตราผลตอบแทนภายในโครงการ (IRR) มีค่าเท่ากับร้อยละ 135 หมายถึงโครงการลงทุนให้ผลตอบแทนคุ้มค่า สำหรับผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการทั้งกรณีของ

การเพิ่มขึ้นของต้นทุนหรือการลดลงของราคาขายการเลี้ยงกุ้งขาวในระบบดังกล่าวยังคุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งความเสี่ยงที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ การลดลงของราคากุ้ง ต้นทุนค่าอาหารที่เพิ่มขึ้น และค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ตามลำดับ

Krishna et al. (2009) ได้ศึกษาการวิเคราะห์งบประมาณลงทุนของการผลิตกาแฟแบบอินทรีย์ในเขตกัลป์มีของเนปาล เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ทางการเงิน ตัวชี้วัดทางการเงินแสดงให้เห็นถึงผลกำไรทางเศรษฐกิจและการลงทุนอย่างยั่งยืนในการสร้างรายได้ให้กับประชากรผู้ผลิตในชนบท โดยพบว่าอัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย 2.12 เท่า, มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 67,763.58 รูปี, อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 43.47 ส่วนการวิเคราะห์ความอ่อนไหวพบว่า ภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น ความแปรปรวนของผลผลิตและราคานำเข้า และช่องทางการตลาดมีผลกระทบต่อการลงทุน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การเก็บข้อมูล ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling technique) จากผู้ประกอบการ ที่ต้องการผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูป ที่ตอบรับการให้สัมภาษณ์ ได้แก่ หจก.ธนาพลกรุ๊ป โรงคั่ว Black Rabbits Coffee โรงคั่ว Gem forest Coffee กาแฟมณีพฤกษ์ โรงคั่วผลิตภัณฑ์กาแฟเดอม้ง (De Hmong) ซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตของผู้ประกอบการ ได้แก่เจ้าของกิจการ ผู้จัดการ พนักงาน ทั้งหมด 10 ราย เครื่องมือที่ใช่ในการศึกษาคือ แบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามโดยใช้ชนิดคำถามแบบปลายเปิด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือการสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแนวคิด รวมถึงเอกสารต่าง ๆ เพื่อออกแบบคำถามใช้ในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ศึกษาต้นทุน ในการผลิตกาแฟกาแฟดริปสำเร็จรูป ซึ่งได้จำแนกต้นทุนเป็น 2 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน เช่น อาคารโรงเรือน เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต (เครื่องคั่ว เครื่องบด เครื่องซีล เป็นต้น) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานผลิต ส่วนที่ 2 ศึกษารายได้ของการผลิตกาแฟกาแฟดริปสำเร็จรูป โดยคำนวณจากปริมาณการคั่ว การบด และการบรรจุ ตามกรรมวิธีการผลิต โดยจะสามารถผลิตได้ สูงสุด 200 ซอง ต่อวัน กำลังผลิต 52,000 ซอง ต่อปี โดยกำหนดแผนการผลิตในปีแรก 60% ปีที่สอง 80% และปีที่ 3 – 10 เท่ากับ 100% (อายุโครงการ 10 ปี) การกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูป จากการอ้างอิงราคาจำหน่ายในท้องตลาด แยกเป็นชนิดกล่องบรรจุ 5 ซอง กล่องละ 150 บาท และ ชนิดกล่องบรรจุ 10 ซอง กล่องละ 260 บาท โดยกำหนดอัตราการจำหน่ายทั้งสองชนิดอยู่ที่ร้อยละ 60:40 ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความอ่อนไหวและการตัดสินใจลงทุนของโครงการ ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ในขณะที่ต้นทุนคงที่ และต้นทุนสูงขึ้นร้อยละ 10 ในขณะที่ผลตอบแทนคงที่

3. การตรวจสอบความเชื่อมั่นของข้อมูล งานวิจัยนี้ได้วางมาตรการที่จะป้องกันความผิดพลาดในการตรวจสอบข้อมูลก่อนทำการวิเคราะห์โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) สุภางค์ จันทวานิช (2563) 3 วิธีการดังนี้ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล

(Data Triangulation) โดยพิจารณาข้อมูลที่ได้รับจากเวลาการลงพื้นที่ในสถานที่ทำการของผู้ประกอบการแต่ละโรงคั่ว และผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างกันจะได้ข้อมูลที่เหมือนกัน 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้เก็บข้อมูล (Investigator Triangulation) โดยใช้ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยลงเก็บรวบรวมข้อมูลเดียวกันข้อมูลที่ได้จะเหมือนเดิม และ 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกัน โดยการสัมภาษณ์ และสังเกตพร้อมกับการการซักถาม และใช้ข้อมูลจากเอกสารเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงประมาณการรายได้ ค่าใช้จ่าย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ และอัตรากำไรสุทธิในการแปรรูปผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูป

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3-10
		อัตราการผลิต ร้อยละ 60	อัตราการผลิต ร้อยละ 80	อัตราการผลิต ร้อยละ 100
1. รายได้				
1.1 รายได้จากการจำหน่าย		886,080.00	1,181,440.00	1,476,800.00
รวมรายได้		**886,080.00**	**1,181,440.00**	**1,476,800.00**
2. ค่าใช้จ่าย				
2.1 ค่าใช้จ่ายในการลงทุน	550,190.00			
2.2 ต้นทุนการผลิต				
ค่าใช้จ่ายในการผลิตผันแปร		456,909.00	609,212.00	761,515.00
ค่าใช้จ่ายในการผลิตคงที่		37,195.00	37,195.00	37,195.00
รวมค่าใช้จ่าย	**550,190.00**	**494,104.00**	**646,407.00**	**798,710.00**
กำไรขั้นต้น		391,976.00	535,033.00	678,090.00
อัตรากำไรขันต้น (ร้อยละ)		44.24	45.29	45.92
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร		24,000	24,000	24,000
กำไรสุทธิ	**(550,190.00)**	367,976.00	511,033.00	654,090.00
อัตรากำไรสุทธิ (ร้อยละ)		41.53	43.26	44.29

จากตารางที่ 1 พบว่าผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กาแฟดริป เรียงลำดับตามอัตราการผลิตร้อยละ 60, 80 และ 100 มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 391,976.00 บาท ในปีที่ 1 มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 535,033.00 บาท ในปีที่ 2 และ มีกำไรขั้นต้นเท่ากับ 678,090.00 ในปีที่ 3 – 10 คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 44.24 ในปีที่ 1 ร้อยละ 45.29 ปีที่ 2 และร้อยละ 45.92 ในปีที่ 3 – 10 และมีกำไรสุทธิเท่ากับ 367,976.00บาท ในปีที่ 1 มีกำไรสุทธิเท่ากับ 511,033.00 บาท ในปีที่ 2 และ มีกำไร

สุทธิเท่ากับ 654,090.00 ในปีที่ 3 – 10 คิดเป็นอัตรากำไรสุทธิร้อยละ 41.53 ในปีที่ 1 ร้อยละ 43.26 ปีที่ 2 และ ร้อยละ 44.29 ในปีที่ 3 – 10 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนสุทธิของการลงทุนจากปริมาณการผลิต โดยการกำหนดอายุโครงการเป็นระยะเวลา 10 ปี ในปีที่ 1 (อัตราการผลิตร้อยละ 60) ในปีที่ 2 (อัตราการผลิตร้อยละ 80) และ ในปีที่ 3 – 10 (อัตราการผลิตร้อยละ 100)

(หน่วย:บาท)

ปี	**อัตราคิดลด 6.875%**	**ผลตอบแทน**		**ค่าใช้จ่าย**		**ผลตอบแทนสุทธิ NPV**
0	**1.0000**			550,190.00	550,190.00	**-550,190.00**
1	0.9357	886,080.00	829,080.70	518,104.00	484,775.67	344,305.03
2	0.8755	1,181,440.00	1,034,330.70	670,407.00	586,929.97	447,400.73
3	0.8192	1,476,800.00	1,209,743.51	822,710.00	673,935.59	535,807.92
4	0.7665	1,476,800.00	1,131,923.75	822,710.00	630,583.01	501,340.74
5	0.7172	1,476,800.00	1,059,109.94	822,710.00	590,019.19	469,090.75
6	0.6710	1,476,800.00	990,980.06	822,710.00	552,064.74	438,915.32
7	0.6279	1,476,800.00	927,232.81	822,710.00	516,551.80	410,681.00
8	0.5875	1,476,800.00	867,586.25	822,710.00	483,323.32	384,262.93
9	0.5497	1,476,800.00	811,776.61	822,710.00	452,232.35	359,544.26
10	0.5143	1,476,800.00	759,557.06	822,710.00	423,141.38	336,415.68
รวม		13,881,920.00	9,621,321.401	8,320,381.00	5,943,747.03	3,677,574.37

จากข้อมูลในตาราง 2 พบว่า จากการคำนวณผลตอบแทนจาการลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูป ณ อัตราคิดลด ร้อยละ 6.875% ต่อปี (อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)) โดยการกำหนดอายุโครงการเป็นระยะเวลา 10 ปี ในปีที่ 1 (อัตราการผลิตร้อยละ 60) ในปีที่ 2 (อัตราการผลิตร้อยละ 80) และ ในปีที่ 3 – 10 (อัตราการผลิตร้อยละ 100) สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,677,574.37 บาท อัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) 1.62 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ร้อยละ 76 ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 5 เดือน 16 วัน

ดังนั้น จึงยอมรับโครงการ และเมื่อทำการทดสอบ Switching Value Test พบว่า ผลตอบแทนของโครงการสามารถลดลงได้ร้อยละ 38.22 และสำหรับอัตราความเสี่ยงด้านต้นทุนอธิบายได้ว่าต้นทุนการผลิตสามารถเพิ่มขึ้นได้ร้อยละ 61.87

การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity Analysis)

1. ผลตอบแทนคงที่ ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

พบว่าการเปลี่ยนแปลงของค่าใช้จ่ายดังกล่าวยังยอมรับโครงการ เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิยังมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก โดยมูลค่า

ปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 3,138,218.67 บาท อัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) 1.48 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ร้อยละ 66 ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 7 เดือน 24 วัน

2. ผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายคงที่ สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้ พบว่าการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนดังกล่าวยังยอมรับโครงการ เนื่องจากกระแสเงินสดสุทธิยังมีค่ามากกว่าเงินลงทุนเริ่มแรก โดยมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 2,715,442.23 บาท อัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) 1.46 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ร้อยละ 59 ระยะเวลาคืนทุนประมาณ 1 ปี 10 เดือน 2 วัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดริปสำเร็จรูป มีความเป็นไปได้ในการลงทุน เนื่องจากเป็นโครงการที่คุ้มค่าต่อการลงทุนสามารถคืนทุนได้ระยะเวลาที่สั้น อัตราส่วนผลตอบแทน และอัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่ายที่สูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่มีวงจรการตลาดเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในกระแสรักสุขภาพและความงามยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ และยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอทำให้ความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์กาแฟดริปจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้มาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Musebe (2011) ได้ศึกษาต้นทุนและประสิทธิภาพของการใช้วิธีผลิตกาแฟแบบ hand pulpers ในเอธิโอเปีย: การวิเคราะห์ต้นทุน – ผลตอบแทน พบว่า ในเอธิโอเปียการส่งเสริมวิธีการผลิตแบบ hand pulpers เพื่อปรับปรุงคุณภาพของกาแฟแปรรูป การลงทุนมีประสิทธิภาพที่ดี โดยมีอัตราส่วนต้นทุนผลประโยชน์ 1.2 เท่า อัตราผลตอบแทนร้อยละ IRR 28.37 และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ 1,231 เหรียญสหรัฐ และสอดคล้องกับ Krishna et al. (2009) ได้ศึกษาการวิเคราะห์งบประมาณลงทุนของการผลิตกาแฟแบบอินทรีย์ในเขตกัลป์มีของเนปาล พบว่าตัวชี้วัดทางการเงินแสดงให้เห็นถึงผลกำไรทางเศรษฐกิจและการลงทุนอย่างยั่งยืนในการสร้างรายได้ให้กับประชากรผู้ผลิตในชนบท โดยพบว่าอัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย 2.12 เท่า, มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 67,763.58 รูปี, อัตราผลตอบแทนภายในเท่ากับร้อยละ 43.47

ผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการลงทุน (Sensitivity Analysis) จากปัจจัยที่กำหนดไว้ทั้งสองเงื่อนไขได้ค่าที่คำนวณได้มีค่าเป็นบวก โครงการนี้ยังมีความคุ้มค่าที่จะลงทุน โดยหากกำหนดต้นทุนไม่ให้เพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 10 พบว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) ลดลงประมาณร้อยละ 15 อัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) ลดลง 0.14 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (IRR) ลดลงร้อยละ 10 ระยะเวลาคืนทุนลดลงประมาณ 2 เดือน ส่วนในด้านผลตอบแทนลดลงร้อยละ 10 มูลค่าปัจจุบันลดลงประมาณร้อยละ 26 อัตราส่วนรายได้ต่อค่าใช้จ่าย (BCR) ลดลง 0.16 เท่า อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนลดลงร้อยละ 17 ระยะเวลาคืนทุน ลดลงประมาณ 5 เดือน จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของผลตอบแทนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ NPV มากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุน ดังนั้นการควบคุมปัจจัยด้านรายได้ ปริมาณการผลิตราคาจำหน่ายจึงมีความสำคัญมากกว่าการควบคุมปัจจัย

ด้านต้นทุน เพราะเป็นวิธีที่สร้างประโยชน์ให้โครงการดีกว่า สอดคล้องกับ Krishna et al. (2009) พบว่าการวิเคราะห์ความอ่อนไหวภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ เช่น ความไม่แน่นอนของปริมาณผลผลิตและราคานำเข้า และช่องทางการตลาด มีผลกระทบต่อการลงทุนและสอดคล้องกับ วสวัตต์ วานิชวิริยกิจ (2563) พบว่าผลการวิเคราะห์ความอ่อนไหวของโครงการทั้งกรณีของการเพิ่มขึ้นของต้นทุนหรือการลดลงของราคาขายการเลี้ยงกุ้งขาวในระบบดังกล่าวยังคุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งความเสี่ยงที่มีผลกระทบมากที่สุด คือการลดลงของราคากุ้ง ต้นทุนค่าอาหารที่เพิ่มขึ้นและค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นตามลำดับ และผลการวิเคราะห์การทดสอบ Switching Value Test ผลการวิเคราะห์นี้ยังแสดงให้เห็นว่าโครงการมีอัตราความเสี่ยงด้านผลตอบแทนมากกว่าด้านต้นทุน ดังนั้นการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพนั้นผู้ลงทุนควรให้ความสำคัญกับอัตราดังกล่าว

บทสรุป

การลงทุนผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟดริปเป็นธุรกิจที่เหมาะสมลงทุน เพราะโครงการลงทุนมีความสามารถในการทำกำไรในอัตราที่สูง อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุนมากกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ มีการคืนทุนในระยะเวลาสั้น การวิเคราะห์ความอ่อนไหวที่มีเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นของต้นทุนและลดลงของผลตอบแทนในอัตราเท่ากัน ทำให้ทราบว่าการลดลงของผลตอบแทนมีผลทำให้มูลค่าปัจจุบันสุทธิลดลงมากกว่าการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุน ดังนั้นผู้ลงทุนควรให้ความสำคัญในการการควบคุมปัจจัยด้านปริมาณการผลิตและราคาจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการพิจารณา เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. อัตราส่วนลดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คิดลดจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธ.ก.ส. ณ ปัจจุบันมีค่าเท่ากับร้อยละ 6.875 ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของแต่ละสถาบันการเงินอาจจะไม่เท่ากันหรืออาจจะเปลี่ยนแปลงขึ้นลงตามสภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นการศึกษาเพิ่มเติมอาจจะต้องให้ความสนใจต่ออัตราส่วนลดที่ใช้ในการศึกษา

2. กรณีการศึกษาถึงความอ่อนไหวของโครงการ ในอนาคตอาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการวิเคราะห์ทางการเงินหากปัจจัยเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไป งานวิจัยในอนาคตอาจจะมีการประเมินความเป็นไปได้ตามการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างอื่น เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจมากที่สุด

3. สำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปในส่วนของการนำผลิตภัณฑ์เมล็ดกาแฟมาสร้างมูลค่าเพิ่มอาจจะเพิ่มความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นการผสมของเมล็ดกาแฟ เพื่อรสชาติที่หลากหลาย เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น กาแฟสกัดเย็น หรือโคลด์บริว (Cold brew) กาแฟแคปซูลหรือการใช้เปลือกและกากกาแฟมาสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กนกพล จันทะรักษา และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2559). การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการทางน้ำครบวงจรที่มนุษย์สร้างขึ้น. *Veridian E-Journal Silpakorn University, 9(2),* 1581-1595.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.). (2562). *อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อการเกษตร 2562*. สืบค้น 16 สิงหาคม 2562. จาก https://www.baac.or.th/th/index.php?cover_page=1

ธารี หิรัญรัศมี, พลพธู ปียวรรณ, วรศักดิ์ ทุมมานนท์, ภาวิณี มะโนวรรณ และวศธร ชุติภิญโญ, (2559). *การบัญชีขั้นต้น ฉบับเสริมประสบการณ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

พรรณุภา ธุวนิมิตรกุล. (2563). *การเงินธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัทธนันท์ สุดยอด และธีระวัฒน์ จันทึก. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและความอ่อนไหวของธุรกิจร้านกาแฟสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. *Veridian E-Journal Silpakorn University, 10(3),* 887-903.

ลำไย มากเจริญ. (2556). *การบัญชีต้นทุน*. กรุงเทพฯ: ทริปเปิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.

วสวัตต์ วานิชวิริยกิจ. (2563). การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของการเลี้ยงกุ้งขาวระบบไบโอซีเคียวในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์, 2(1),* 1-8.

ศศิวิมล มีอำพล. (2559). *การบัญชีเพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: อินโฟไมนิ่ง.

สุภางค์ จันทวานิช. (2563). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 25). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร. 2562*. สืบค้น 14 มกราคม 2562. จาก http://www.oae.go.th/view/1/รายละเอียดภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/ภาวะเศรษฐกิจการเกษตร/27466/TH-TH.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *แนวโน้มธุรกิจกาแฟเมืองไทย*. สืบค้น 1 มีนาคม 2562. จาก http://www.thaismescenter.com/

สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *ข้อมูลพื้นฐานการเกษตร กาแฟ : เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผลผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2562*. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

Krishna L. P., Arati P. N., Bhima D., Yashuhiro S., Naoyuki Y., and Aya N. (2009). Capital Budgeting Analysis of Organic Coffee Production in Gulmi District of Nepal. *Contributed Paper prepared for presentation at the International*

Association of Agricultural Economists Conference, Beijing, China, 889-2192.

Musebe R. O., Agwanda C. A., Oduor G. I., Negussie E. and Mitiku M. (2011). Costs and efficacy of operating coffee hand pulpers in Ethiopia: A cost-benefit analysis. *African Journal of Business Management, 5(11),* 4415-4422.

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

Effect of Service Marketing Mix, Electronic Service Quality, Technology Acceptance toward Satisfaction in Ordering Food Delivery through the Application of Consumer in Lampang Province

จุฑารัตน์ ปัญญายืน[1*] และบุญฑวรรณ วิงวอน[2]

Jurarat Punyayuen[1*] and Boonthawan Wingwon[2]

[1] นักศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[2] รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[1] Student of Master of Management, Program in Management, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

[2] Associated Professor of Master of Management, Program in Management, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

[*] E-mail: jurarat1404@gmail.com

Received *April 23, 2022* ***Revised*** *December 13, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจ และเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เคยสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน จำนวน 384 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิค Enter Selection

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญทุกปัจจัยระดับมากเรียงลำดับได้ดังนี้ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ รองลงมา คือ การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดบริการมีระดับที่เท่ากัน ลำดับสุดท้าย คือ ความพึงพอใจ และปัจจัยคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด

รองลงมาคือ การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องคำนึงถึงคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นสำคัญ และกำหนดแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงการให้บริการ โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการในการมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและการส่งเสริมให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นประโยชน์โดยตรงในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์, การยอมรับเทคโนโลยี, ความพึงพอใจ, ธุรกิจบริการส่งอาหาร

Abstract

The purpose of this research was to study the importance of the service marketing mix, e-service quality, technology acceptance, and satisfaction, and to study the effect of the service marketing mix, e-service quality, and technology acceptance toward satisfaction ordering food delivery through the consumer application in Muaeng Lampang District, Lampang Province. It is quantitative research. The sampling group was 384 consumers who have used the food delivery service through the application. The tool was a questionnaire. Data were used descriptive statistics to find percentages, averages, and standard deviation, inferential statistics were used multiple regression to analyze with Enter selection technique.

The outcomes of the research study revealed that all factors were at a high level, of e-service quality, followed by technology acceptance and service marketing mix in equal proportions and the last satisfaction.

The outcomes of multiple regression analysis were that the e-service quality had direct effect toward satisfaction, and followed by technology acceptance had direct effect toward satisfaction, and service marketing mix had direct effect toward satisfaction, by all factors were significant at 0.05. Thus, this research has resulted in online business operators to develop and improve their services for planning and formulate marketing strategies to consumer needs and drive the online business to be able to compete continuously.

Keyword: Service Marketing Mix, e-Service Quality, Technology Acceptance, Satisfaction, Food Delivery

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ทำให้สังคมโลกเกิดวิวัฒนาการทุกด้านแบบก้าวกระโดด ระบบการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ช่วยเชื่อมโยงให้ทั้งโลกสามารถติดต่อกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว
ทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม โดยได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมให้เป็นวิถีใหม่ (New Normal) อนึ่ง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ที่เป็นตัวเร่งให้เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้สอดรับกับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยมุ่งเน้นการทำตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น เช่นเดียวกับธุรกิจร้านอาหารที่ต้องปรับ กลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ควบคู่กับการปฏิบัติตามมาตรการของทางภาครัฐโดยให้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน และบริการจัดส่งอาหารไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพราะลูกค้าอาจหลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิด งดเว้นการเดินทางออกจากที่พัก หรือไม่รับอนุญาตให้รับประทานที่ร้าน เป็นต้น จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันจึงได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญของผู้ประกอบการร้านอาหารใช้เป็นช่องทางหลักในการทำมาค้าขายให้ธุรกิจเดินต่อไปได้ ส่วนผู้บริโภคก็หันมาใช้บริการช่องทางออนไลน์มากขึ้น (อริญญา เถลิงศรี, 2563) ธุรกิจบริการจัดส่งอาหารจึงเกิดการแข่งขันอย่างรุนแรง ช่วงชิงผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดโดยจักต้องคำนึงถึงคุณภาพการให้บริการเป็นหลักเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกใช้บริการผ่านช่องทางของตนอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ พฤติกรรมโดยรวมของคนไทยยังเป็นไปในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ด้วยวิถีชีวิตที่เริ่มเปิดใจยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ แพลตฟอร์มออนไลน์และนวัตกรรมสมัยใหม่ และกลายเป็นสิ่งที่คุ้นเคยและมอบความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค สอดรับกับข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี พ.ศ. 2564 ที่สูงถึง 10 ชั่วโมง 36 นาทีต่อวัน สำหรับกิจกรรมออนไลน์ อาทิ การทำงาน การสื่อสาร การเรียนการศึกษา การประชุม การทำธุรกรรมทางการเงินและการอุปโภคบริโภค เพียงเฉพาะการซื้อสินค้าและบริการทางออนไลน์ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 76.6 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันในการปรับปรุงและพัฒนาให้สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวกและใช้งานอย่างต่อเนื่อง แต่สำหรับผู้บริโภคบางส่วนที่ยังไม่มีความพร้อมในการใช้งานเทคโนโลยี เนื่องจากระบบการใช้งานที่มีความซับซ้อน เข้าใจยากหรือใช้งานไม่เป็นก็ไม่อาจเข้าใช้งานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สารัช สุธาทิพย์กุล, 2560) จึงกลายเป็นข้ออุปสรรคในด้านการยอมรับเทคโนโลยีในธุรกิจ

ตลาดธุรกิจบริการจัดส่งอาหาร (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชัน มีการขยายตัวและแข่งขันสูง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2564 ธุรกิจบริการจัดส่งอาหารจะมีมูลค่าตลาดเติบโตกว่าร้อยละ 46.4 และยังคงเติบโตต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2565 โดยมีสาเหตุสำคัญมาจากการดำเนินชีวิตที่เน้นช่องทางออนไลน์มากขึ้น

ไม่เพียงแต่ผู้บริโภคจะนิยมการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันดิลิเวอรีมากขึ้นเท่านั้น กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็กก็ได้ร่วมให้บริการจัดส่งอาหารดิลิเวอรีเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) คุณภาพบริการของธุรกิจบริการจัดส่งอาหารในมุมมองของผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการ ความรวดเร็ว การติดต่อสื่อสารที่ดีในการใช้แอปพลิเคชันได้อย่างแม่นยำ ความสะดวกสบายที่เกิดจากการใช้งาน การตรงต่อเวลาและความปลอดภัยในการชำระเงินผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจะมีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการสั่งอาหารออนไลน์ (Nguyen et al., 2019) นอกเหนือจากการธำรงรักษาคุณภาพบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแล้ว ยังต้องปรับประยุกต์กลยุทธ์การตลาด เช่น การนำเสนอความหลากหลายของร้านอาหารบนแพลตฟอร์ม การนำเสนอและพัฒนาคุณสมบัติของ แอปพลิเคชัน ที่โดดเด่นและแตกต่าง เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการถูกใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญในธุรกิจบริการที่ถูกนำมาปรับประยุกต์ใช้เพื่อให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง องค์ประกอบสำคัญทางการตลาดที่เป็นปัจจัยภายในองค์การจักต้องดำเนินการ และจัดสรรให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของจังหวัดลำปาง เปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนให้เป็นสังคมที่มีความเร่งรีบ มีการแข่งขันกับเวลา การทำงาน การร่วมกิจกรรมทางสังคม การศึกษาและการติดต่อธุรกิจ และสอดรับกับสถานการณ์โรคไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้บริการจัดส่งอาหารดิลิเวอรีอำเภอเมืองลำปางมีการขยายตัวมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดลำปางต่างเข้าร่วมเป็นพันธมิตรธุรกิจกับแอปพลิเคชันรับส่งอาหาร (สิรินยา ใจละออ และคณะ, 2564) เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายในการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางก็ยังรับรู้ถึงคุณภาพบริการที่ไม่เป็นไปตามความคาดหวังจากการให้บริการจัดส่งอาหาร อันจะส่งผลให้ยอดขายสินค้าและการเลือกใช้บริการลดลงไปในที่สุด (อนาวิล ศักดิ์สูง และคณะ, 2563) โดยที่ผ่านมาผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง ที่ได้สั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และได้พบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การสั่งซื้ออาหารจากร้านอาหารบางแห่ง การนำเสนอภาพของสินค้าไม่ตรงตามที่โฆษณาบนแอปพลิเคชันไว้ (2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยังเป็นปัญหาด้านระยะทางในการจัดส่งสินค้า เกิดความล่าช้า (3) ด้านราคา บริการจัดส่งอาหารมีต้นทุนค่าบริการของแอปพลิเคชัน ค่าขนส่ง และค่าใช้จ่ายอื่น ซึ่งร้านค้ามีการผลักภาระต้นทุนดังกล่าวโดยการเพิ่มราคาสินค้าและคิดค่าบริการในการจัดส่งที่สูงเกินจริง และ (4) ด้านบุคลากร โดยเฉพาะการรับส่งสินค้าบริการที่มีพนักงานไม่เพียงพอทำให้การตอบรับคำสั่งซื้อสินค้าล่าช้า หรือเมื่อต้องการคืนหรือเปลี่ยนแปลงสินค้าเพราะเกิดความไม่พึงพอใจในการสั่งซื้อ (ณัฐพงศ์ รัตนะพรม และคณะ, 2563) ข้อปัญหาที่เกิดขึ้นมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการ อีกทั้งกลุ่มผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง บางส่วนยังพบปัญหาเรื่องการเข้าถึงและยอมรับเทคโนโลยี เพราะไม่มีความพร้อมในเรื่องอุปกรณ์หรือเครื่องมือสื่อสาร อาทิ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ไม่ใช่ Smart Phone หรือมีแต่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ต หรือใช้งานไม่เป็น (บุณยานุช เปี้ยยา และคณะ, 2565) นอกจากนี้งานวิจัยของ อัศนีย์ ณ น่าน และคณะ (2564) ยังพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน โดยใช้อารมณ์เป็นหลักและมีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์สูงสุด ซึ่งหากคำวิจารณ์ในสื่อเทคโนโลยีมีด้านลบก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจหรือมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้ให้บริการจัดส่งอาหาร

ดังนั้น จากปัญหาที่เกิดขึ้นผู้ประกอบการต้องนำมาปรับกลยุทธ์แก่ธุรกิจบริการย่อมจะส่งผลดีต่อภาพรวมการดำเนินธุรกิจและท้ายที่สุดย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดที่เพิ่มความต้องการมากขึ้น คุณภาพที่ให้บริการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในปัจจุบัน มีความสำคัญและมีผลต่อธุรกิจบริการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และมีความสนใจที่จะประเมินมุมมองของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์มีคุณค่า และเป็นประโยชน์ในทางวิชาการรวมถึงสนับสนุนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้ทราบถึงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และองค์ความรู้สามารถนำไปขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขต 4 ด้าน ดังนี้ (1) ด้านเนื้อหาประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจ (2) ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่ใช้เคยบริการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้า (Food Panda) แกร็บฟู้ด (Grab Food) และไลน์แมน (Line Man) (3) ด้านเวลา ดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2564 ถึงเดือนมกราคม 2565 รวมระยะเวลา 8 เดือน (4) ด้านพื้นที่ คือ อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce: e-Commerce)

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกิจกรรมการประกอบธุรกิจเกี่ยวข้องกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยสนับสนุนธุรกิจ รวมไปถึงการติดต่อกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้สามารถเข้าใช้บริการจากได้ตลอด 24 ชั่วโมง (สำนักงาน

พัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) โดยการสร้างแพลตฟอร์มให้บริการในรูปแบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านทางแอปพลิเคชันเพื่อรวบรวมสินค้าผู้ซื้อ ผู้ขายไว้ในระบบเดียวกัน ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าที่มีระบบด้านการจัดการข้อมูลที่รวบรวมสินค้าและร้านค้าหลายประเภท โดยจัดไว้เป็นหมวดหมู่ รวมไปถึงระบบการชำระเงินและการบริการจัดส่งสินค้าในแพลตฟอร์มเดียวกันมีลักษณะคล้ายกับตลาดนัดหรือห้างสรรพสินค้าแต่จะเป็นรูปแบบออนไลน์ (บูรณ์เมตต์ วิวัฒนานุกูล, 2564) เช่น แอปพลิเคชัน Foodpanda Grab หรือ LINE ถือเป็นแพลตฟอร์มมาร์เก็ตเพลสที่เฉพาะเจาะจงว่าเป็นตลาดนัดออนไลน์สำหรับร้านค้าที่ขายอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น ควบคู่กับการให้บริการจัดส่งอาหารให้ผู้บริโภคภายในขอบเขตพื้นที่ให้บริการกิจการ จึงได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญที่ช่วยทำให้ธุรกิจเติบโต (การเงินการธนาคาร, 2564)

2. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix: 7P's)

ความสำเร็จของภาคธุรกิจที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการขายสินค้าและบริการล้วนต้องมุ่นเน้นและคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นพื้นฐานสำคัญตลอดจนพยายามทำให้สินค้าและบริการนั้นเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ภาคธุรกิจจักต้องพิจารณาถึงปัจจัยทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ (McCarthy, 1971) ตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix : 7P's) ของ Kotler & Keller (2016) ประกอบด้วย (1) ด้านสินค้าและบริการ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (6) ด้านลักษณะทางกายภาพ และ (7) ด้านกระบวนการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ จึงเป็นปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการมักนำมาปรับประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องสภาพแวดล้อมภายนอกมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา อาทิ ภาวะเศรษฐกิจ สังคม นโยบายภาครัฐ พฤติกรรมผู้บริโภคและนวัตกรรม เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ (Etzel et al., 2007)

3. แนวคิดคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Service Quality: e-Service Quality)

การประกอบธุรกิจและบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นการให้บริการแก่ผู้บริโภคผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการส่งผ่านข้อมูล ติดต่อสื่อสารและซื้อขายสินค้าและบริการ ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นไว้วางใจและได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน (Cotirlea, 2011) คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นมุมมองของผู้บริโภคที่ประเมินถึงคุณภาพบริการของสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยเปรียบเทียบถึงสิ่งที่ได้รับกับความคาดหวังและการรับรู้ผ่านประสบการณ์เดิม การศึกษาของ Parasuraman et al. (1985) ได้เสนอตัวแบบเพื่อใช้ประเมินคุณภาพบริการ ซึ่งมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางอิเล็กทรอนิกส์ โดยมุ่งพิจารณาถึงคุณลักษณะของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 5 มิติ ได้แก่ (1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (2) ความน่าเชื่อถือ

ไว้วางใจได้ (3) การสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค (4) การตอบสนองต่อความต้องการ และ (5) ความเอาใจใส่ในบริการ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องธำรงรักษาคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้อยู่ในระดับที่ดีและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในที่สุด

4. แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model: TAM)

บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนสำคัญในบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน และส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตประจำโดยทั่วไป มุมมองด้านการยอมรับเทคโนโลยีได้กลายเป็นมิติที่มีความน่าสนใจในห้วงยุคดิจิทัล การยอมรับเทคโนโลยีจึงเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกที่เชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมความตั้งใจและการยอมรับใช้เทคโนโลยีเมื่อเกิดการรับรู้ถึงประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยความตั้งใจในการใช้จริงได้รับอิทธิพลจากทัศนคติที่ดีจากบุคคลที่ยอมรับการใช้เทคโนโลยี และสุดท้ายความตั้งใจใช้เทคโนโลยีจะนำไปสู่พฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยี (Camarero et al., 2013) ดังนั้น ผู้บริโภคจะเกิดการยอมรับเทคโนโลยีใหม่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม นวัตกรรม รวมถึงได้รับการชักชวนหรือโน้มน้าวจากบุคคลใกล้ชิดทำให้เกิดแรงกระตุ้นผลักดันให้ตัดสินใจทดลองใช้งานกระทั่งได้รับรู้ถึงคุณประโยชน์ ของเทคโนโลยี งานศึกษาของ Davis (1989) สรุปแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีว่ามาจากความสัมพันธ์ของปัจจัยหลัก 5 ประการ ได้แก่ (1) การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (3) ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (4) ความตั้งใจในการใช้งาน และ (5) การใช้งานจริง ทั้งนี้ ผลโดยตรงจากการยอมรับเทคโนโลยีทำให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันมากขึ้นและได้รับความยอมรับอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

5. แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction)

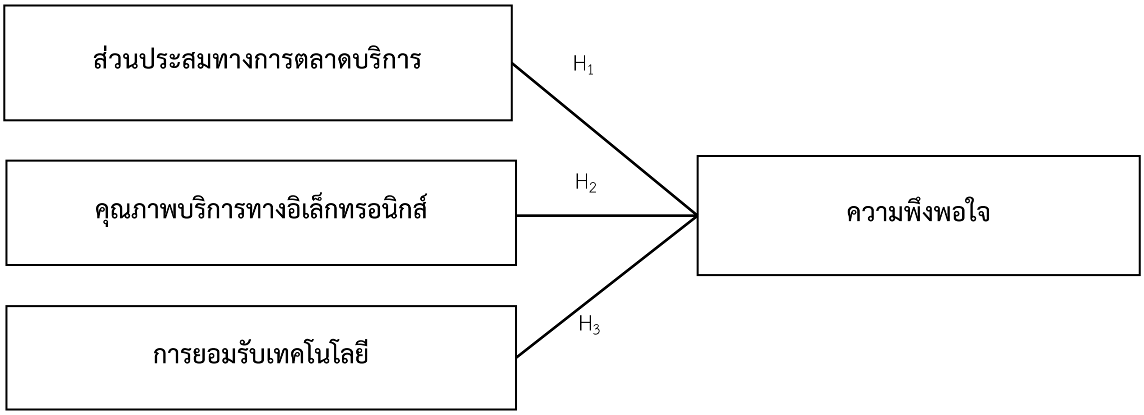
แนวคิดความพึงพอใจเป็นการศึกษาว่าด้วยความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพบริการของสินค้าและบริการผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพและการรับรู้ถึงคุณภาพบริการ หากผู้บริโภคมีความรู้สึกทางบวก เช่น ความสุข ความปิติย่อมเกิดความพึงพอใจ (Oliver, 1980) ความพึงพอใจจึงเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกเชิงบวกของผู้บริโภคที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์กับประสบการณ์เดิมตรงกับที่คาดหวังไว้หรือสูงกว่าที่ความคาดหวัง การศึกษาของ Millet (2012) ได้นำเสนอองค์ประกอบของความพึงพอใจของผู้บริโภคจำแนกได้ 5 ด้าน ดังนี้ (1) การให้บริการอย่างเสมอภาค (2) การให้บริการอย่างทันเวลา (3) การให้บริการอย่างเพียงพอ (4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และ (5) การให้บริการอย่างก้าวหน้า ภาคธุรกิจจึงมุ่งส่งมอบสิ่งที่ผู้บริโภคพึงปรารถนาเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดและธุรกิจประสบความสำเร็จ หากผู้บริโภคพึงพอใจก็จะบอกต่อกันไป ทำให้มีการใช้สินค้าและบริการซ้ำ ท้ายที่สุดส่งผลให้เกิดความภักดีด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kusdibyo & Februadi (2019) พบว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความภักดีของลูกค้า และได้ทดสอบมิติคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจสนับสนุนความพึงพอใจในการใช้บริการร้านค้าออนไลน์ เพื่อ

สร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขัน รวมถึงงานวิจัยของภานุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) สรุปว่าคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนอง ความพร้อมของระบบและความมั่นคงปลอดภัย ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ตลอดจนงานของวุฒิกร บุญลือและพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) พบว่าปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้และด้านการนำมาใช้งานจริงมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชัน

งานวิจัยของพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล และคณะ (2563) พบว่าการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้งาน ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อ ความพึงพอใจใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ลำดับสุดท้ายงานวิจัยของ Nattapong Techarattanased (2020) สรุปว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการส่งผลต่อความพึงพอใจผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหารและการยอมรับเทคโนโลยีในด้านของการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติต่อการใช้ส่งผลต่อความพึงพอใจผ่านแอปพลิเคชัน ดังนั้น ผลการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความสัมพันธ์กัน ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

H1 : ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน

H2 : คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน

H3 : การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า (Food Panda) แกร็บฟู้ด (Grab Food) และไลน์แมน (Line Man) ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากยังไม่มีการรวบรวมข้อมูลสถิติดังกล่าว ผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตร Cochran (1977) สำหรับคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ยอมรับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน โดยเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้เคยใช้บริการสั่งอาหารดิลิเวอรีผ่านแอพพลิเคชัน อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของ 1) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 2) คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ 3) การยอมรับเทคโนโลยี และ 4) ความพึงพอใจ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าจำนวน 5 ระดับ (Rating Scale) ประยุกต์ตามวิธีของ Likert (1970) และส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ วิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการวิเคราะห์พบว่า ดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าระหว่าง 0.5-1.00 และทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อวัดความสอดคล้องภายในด้วยวิธีการวัดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α-coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม เท่ากับ 0.902 แบบสอบถามในแต่ละหมวดมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาสูงกว่า 0.70 ทุกด้านตามเงื่อนไข Cronbach (1974) แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง และพิจารณาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) มีค่าเท่ากับ 0.510-0.799 สรุปว่าตัวชี้วัดที่ใช้วัดตัวแปรแฝงไม่มีการปะปนกัน ซึ่งผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ทดสอบความเชื่อมั่นภายใน (เชิงเหมือน) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนกมีคุณภาพตรงตามเกณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามผ่าน แบบสำรวจ Google Forms (https://forms.gle/9XndVoXJa8JeGNBF9) และแจกแบบสอบถามผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ใช้เวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ระยะเวลา 2 เดือน ได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 384 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96 ซึ่งยังคงเป็นขนาดตัวอย่างที่เพียงพอ เพื่อนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าร้อยละ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับของความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ในการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยเทคนิคการนำเข้าตัวแปรทั้งหมด (Enter Selection) จากนั้นนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามที่ได้ตั้งสมมุติฐานไว้เพื่อนำเสนอข้อมูลและสรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีค่าใช้จ่ายสั่งอาหารต่ำกว่า 500 บาท/ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชำระด้วยเงินสด นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 10.00-12.00 น. และมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 3-5 ชั่วโมง/วัน และส่วนใหญ่เลือกใช้บริการของแกร็บฟู้ด Grab Food

2. การวิเคราะห์ระดับความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ การยอมรับเทคโนโลยีและความพึงพอใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์อันดับแรกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.844 รองลงมา คือ การยอมรับเทคโนโลยีอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.833 และส่วนประสมทางการตลาดบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.853 และลำดับสุดท้าย คือ ความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.822

3. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความพึงพอใจ ปรากฏผลตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Enter Selection โดยตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจ

ตัวแปร	B	SE	Bata	t	Sig	Tol	VIF
ค่าคงที่	0.979	0.138		7.096	0.000*		
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (X1)	0.173	0.055	0.182	3.151	0.002*	0.356	2.807
คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (X2)	0.369	0.052	0.428	7.098	0.000*	0.328	3.053
การยอมรับเทคโนโลยี (X3)	0.182	0.055	0.191	3.310	0.001*	0.359	2.787
Adjusted R^2=0.740, R=0.548, F=153.418							

หมายเหตุ *p<0.05, Dependent Variable: ความพึงพอใจ

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยี โดยความพึงพอใจเป็นตัวแปรตาม มีค่า Variance Inflation Factor (VIF) น้อยกว่า 10 โดยมีค่าเท่ากับ 2.807, 3.053 และ 2.787 ตามลำดับ และมีค่า Tolerances มากกว่า 0.10 โดยมีค่าเท่ากับ 0.356, 0.328 และ 0.359 ตามลำดับ ดังนั้น สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์แบบพหุคุณกับความพึงพอใจในการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.002, 0.000 และ 0.001 (Sig) ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.548 (R) จึงสามารถพยากรณ์การสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชันได้ร้อยละ 74.00. (Adjusted R^2)

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชันได้สูงสุด รองลงมา คือ การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดบริการตามลำดับ

การทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรแต่ละด้านโดยการวิเคราะห์การถดถอยของพหุคูณ (Multiple Linear regression analysis : MRA) ดังนี้

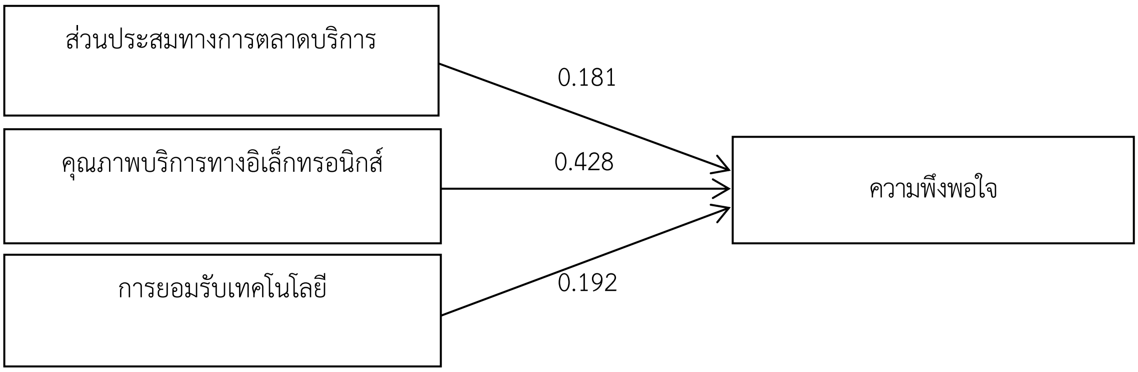
สมมุติฐานการวิจัยที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน โดยผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า สนับสนุนสมมติฐานโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.181 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานการวิจัยที่ 2 คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน โดยผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.428 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมุติฐานการวิจัยที่ 3 การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจในการสั่งอาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน โดยผลการ

วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณทดสอบพบว่า สนับสนุนสมมติฐาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.192 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ดังนั้น ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการยอมรับเทคโนโลยีมีต่อความพึงพอใจสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชัน คือ สามารถยอมรับสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีต่อการสั่งซื้ออาหารของผู้บริโภคผ่านแอปพลิเคชันมากที่สุด ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

สรุปและอภิปรายผล

วัตถุประสงคขอที่ 1

ผู้บริโภคอำเภอเมืองลำปางให้ความสำคัญของปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับแรกในระดับมาก เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าการบริการที่ได้รับเป็นสิ่งที่ตรงตามที่คาดหวังและระบบการให้บริการที่มีความถูกต้องแม่นยำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kusdibyo & Februadi (2019) ได้พบว่า คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจบริการออนไลน์และมีความจำเป็นในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการออนไลน์จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและสร้างแตกต่างให้กับธุรกิจบริการ

รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีความสำคัญในระดับมาก เพราะปัจจุบันธุรกิจบริการได้นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่ออำนวยความสะดวก ความรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น ผู้บริโภคจึงรับรู้ประโยชน์ในการงานใช้แอปพลิเคชันบริการจัดส่งอาหารว่ามีความเหมาะสมตรงตามความต้องการ สอดคล้องงานวิจัยของ วุฒิกร บุญลือ และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล (2562) ได้พบว่าองค์ประกอบของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีได้แก่ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้และด้านการนำมาใช้งานจริง มีความสำคัญต่อการใช้แอปพลิเคชัน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสำคัญในระดับมาก เพราะเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาตัดสินใจก่อนการเลือกซื้อและใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นกระบวนการทางการตลาดที่ผู้ประกอบการได้นำมาประยุกต์ใช้ดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจมียอดขายมากขึ้น

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Etzel et al., (2007) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมทางการตลาดเป็นการสร้างความจูงใจ ความคิด ความรู้สึก แรงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการ รวมถึงงานวิจัยของเพ็ญวิภา เพชร์จั่น และกาญจนา มีศิลปะวิกกัย (2562) ได้พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจสั่งซื้ออาหารจากด้านการส่งเสริมการขาย การให้ส่วนลดค่าอาหารมากที่สุด

ปัจจัยด้านความพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย มีความสำคัญในระดับมาก เพราะเป็นความรู้สึกของผู้บริโภคเมื่อได้ใช้งานแอปพลิเคชันดิลิเวอรีแล้ว และได้รับการบริการที่ตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวัง และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Hill & Alexander (2006); Lovelock & Wirtz (2011) พบว่า ความพึงพอใจมีส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวได้ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการศึกษาถึงวิธีการ การออกแบบและการจัดการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค เนื่องจากในการแข่งขันของธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น การปรับกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นความพึงพอใจในการประกอบธุรกิจ

วัตถุประสงคขอที่ 2

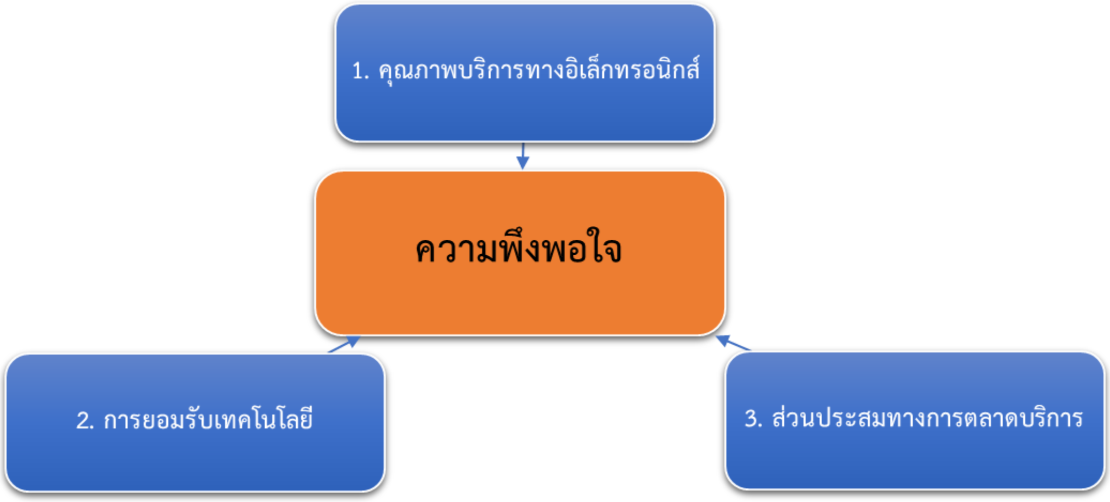
คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีผลต่อความพึงพอใจ เพราะแอปพลิเคชันสามารถในการตอบสนองของแอปพลิเคชันในการอำนวยความสะดวกด้านส่งข้อมูล ความรวดเร็วในการค้นหาสินค้าหรือให้บริการผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของภานุพงศ์ ลือฤทธิ์ (2560) ที่พบว่าปัจจัยทางด้านคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ไม่ว่าจะเป็นความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองความพร้อมของระบบ ความมั่นคงปลอดภัย ความเกี่ยวข้องความเข้าใจได้และความเพียงพอล้วนมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ก็เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

การยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความพึงพอใจ เพราะผู้บริโภคได้ตัดสินใจที่จะนำแอปพลิชันจัดส่งอาหารมาใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยการค้นหารายการอาหารและร้านค้าต่าง ๆ ที่ต้องการ อีกทั้งการพัฒนาปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดจึงสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล และคณะ (2563) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการนำมาใช้งานจริง ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ส่งผลต่อความพึงพอใจใช้บริการขนส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้า

ส่วนประสมทางการตลาดบริการมีผลต่อความพึงพอใจ เนื่องจากเป็นแนวทางดำเนินการตลาดที่ผู้ประกอบการได้นำมาให้บริการทางแอปพลิเคชันดิลิเวอรีเพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจบริการไม่ว่าจะเป็นด้านสินค้าหรือบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านบุคคลกร ที่ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nattapong Techarattanased (2020) ได้พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ การส่งเสริมการขาย กระบวนการและลักษณะทางกายภาพที่เป็นส่วนประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการส่งผลต่อความพึงพอใจ

ผ่านแอปพลิเคชันส่งอาหาร

ดังนั้น คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญอันดับแรกในการสร้างความพึงพอใจในการสั่งซื้ออาหารลิเวอรีผ่านแอพพลิเคชันเนื่องจากเป็นการนำนวัตกรรมใหม่มาปรับใช้ในการสั่งซื้ออาหาร ผู้ให้บริการอย่าง Lineman Grabfood และ foodpanda ต้องมีการตอบรับบริการอย่างรวดเร็ว ระบบแอปพลิเคชันสั่งอาหารต้องง่ายต่อการใช้งาน โดยฉพาะเขตอำเภอเมืองลำปางเป็นศูนย์กลางของจังหวัดลำปาง และมีผู้บริโภคใช้บริการจำนวนมาก ดังนั้น จึงต้องเน้นความพร้อมคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับ 1 การยอมรับเทคโนโลยี อันดับ 2 และเน้นส่วนประสมทางการตลาดบริการอันดับ 3 เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ดังรูปแบบองค์ความรู้ใหม่ ภาพที่ 3



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.91 และเป็นปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.428 ในการพัฒนาการให้บริการจัดส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งผลการวิจัยมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์จะช่วยเพิ่มความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือต่อการใช้เลือกใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ดังนั้นผู้ให้บริการแอปพลิเคชันควรมีการให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ให้เพิ่มมากขึ้น โดยเน้นประสิทธิภาพการทำงานของแอปพลิเคชันกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ แอปพลิเคชันที่มีความทันสมัย รวมถึงข้อมูลมีความเป็นปัจจุบัน (Real time)

ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน

1. ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดอย่างต่อเนื่อง ควรเน้นการนำเสนอคุณสมบัติของแอปพลิเคชันที่แตกต่างเพราะจะสร้างแรงจูงใจให้

ผู้บริโภคเข้ามาบริการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเพื่อรักษาฐานตลาดและความสามารถในการแข่งขัน

2. ด้านคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ในการตัดสินใจเพื่อเลือกใช้บริการจัดส่งอาหารผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับระบบการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ดังนั้น ผู้ให้บริการต้องมีนโยบายการรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวการเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อสร้างความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภคให้มากที่สุด

3. ด้านการยอมรับเทคโนโลยี ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความเหมาะสมและความต้องการ ดังนั้น ผู้ให้บริการควรพัฒนาระบบการให้บริการของแอปพลิเคชันให้ง่ายต่อการใช้งาน เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคต้องใช้ความพยายามมากในการเรียนรู้การใช้งานของระบบแอปพลิเคชัน

4. ด้านความพึงพอใจ การส่งมอบประสบการณ์ในการใช้งานแอปพลิเคชันบริการจัดส่งอาหารที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกพึงพอใจเพราะได้รับความสะดวกสบายและประหยัดเวลา ทั้งนี้ หากมีการปรับปรุงระบบระยะเวลาในการจัดส่งให้มีความแม่นยำมากขึ้น หรือการติดต่อแจ้งข้อมูล ข่าวสาร ความคืบหน้าจากผู้ให้บริการเมื่อมีเหตุการณ์หรือความจำเป็นที่ต้องใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนานขึ้นเพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่ในการบริการก็จะนำมาซึ่งความประทับใจของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ มีข้อจำกัดงานวิจัยในการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสร้างแบบสอบถามผ่าน แบบสำรวจ Google Forms และควรศึกษาปัจจัยของตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์หรือมีผลต่อความพึงพอใจ อาทิ ทัศนคติ แรงจูงใจและปัจจัยอิทธิพลทางสังคมอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นและการทำวิจัยเปรียบเทียบผู้ให้บริการแต่ละแอปพลิเคชัน เพื่อให้ทราบถึงข้อแตกต่างและสามารถนำข้อดีแต่ละแอปพลิเคชันมาปรับปรุง การให้บริการจัดส่งอาหารในอนาคตต่อไปได้

เอกสารอ้างอิง

การเงินการธนาคาร. (2564). *Food delivery เดินหน้าขยายตลาดพร้อมบริการที่หลากหลาย.* สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.moneyandbanking.co.th/article/news/food-delivery-sevice-new-normal-031164

ณัฐพงศ์ รัตนะพรม, ชีวพัฒน์ อาจการ, ศิริลักษณ์ เพียรการ, อัจฉรา เมฆสุวรรณ, และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และความน่าเชื่อถือของเว็ปไซต์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 8(1),* 17-29.

บุณยานุช เปี้ยยา, อัจฉราพร แปลงมาลย์, และสรวิทย์ ปานพินิจ. (2565). พฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารและทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อการสั่งซื้ออาหารโดยใช้แอปพลิเคชันของผู้บริโภค อำเภอเมือง

จังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ, 3(1),* 24-39.

บูรณ์เมตต์ วิวัฒนานุกูล. (2564). *ทำความรู้จักธุรกิจ B2C e-Commerce: รูปแบบธุรกิจ รูปแบบการชำระเงิน และวิธีการติดตามภาวะตลาด*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/pages/horizonpage.aspx

พัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล ปิยากร พรพีวิชญ์ เปมิกา พันธุ์สุมา และพิจักษณ์ วราเสนีย์วุฒิ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการแอปพลิเคชันของฟู้ดแพนด้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(2),* 29-42.

เพ็ญวิภา เพชร์จั่น และกาญจนา มีศิลปวิกกัย. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้งานแอปพลิเคชันไลน์แมนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์, 18(2),* 183-190.

ภานุพงศ์ ลือฤทธิ์. (2560). *คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ในการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้งาน: กรณีตัวอย่างของแอปพลิเคชันกระเป๋าเงินบนโทรศัพท์มือถือ.*(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วุฒิกร บุญลือ และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้แอปพลิเคชันซื้อขายเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มลูกค้าในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ การตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 6(2),* 1-13.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). *Food Delivery ปี 2565 ขยายตัวต่อเนื่อง ผู้ให้บริการแอพพลิเคชั่นรุกพื้นที่ต่างจังหวัดขยายฐานลูกค้าใหม่*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Food-Delivery-z3289.aspx

สารัช สุธาทิพย์กุล. (2560). *สภาพปัญหา และการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา ผู้สูงอายุที่ใช้สมาร์ทโฟน ในพื้นที่บริเวณโดยรอบพระปิ่นเกล้า เขตบางกอกน้อย จังหวัดกรุงเทพมหานคร*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/760/rmutrconth_114.pdf?sequence=1&isAllowed=y

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). *e-Commerce*. สืบค้น 30 มิถุนายน 2564, จาก https://www.etda.or.th

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2564). *ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2564*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก (THAILAND INTERNET USER BEHAVIOR 2021). https://www.etda.or.th/th /Useful-Resource/publications /Thailand-Internet-User-Behavior-2021_Slides.aspx

สิรินยา ใจละออ, เบญจพร ปวนคำ, พิยดา ผุยชาคำ, และขจรศักดิ์ วงศวิราช. (2564). แรงจูงใจในการเข้าสู่ตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการในจังหวัดลำปาง ผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดแพนด้า. *วารสารศิลปการจัดการ, 5(1),* 30-44.

อนาวิล ศักดิ์สูง, อัศนีย์ ณ น่าน, และ ฑัตษกร ศรีสุข. (2563). การยอบรับเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(3),* 162-174.

อริญญา เถลิงศรี. (2563). *4 ทักษะที่นักการตลาดต้องมี เพื่อรับมือ New Normal ของโลกการตลาดยุคหลัง Covid-19*. สืบค้น 30 พฤษภาคม 2565, จาก https://www.brandbuffet.in.th/2020/04/covid-19-changebehavior-new-normal.

อัศนีย์ ณ น่าน, ณัฐนันท์ ทองทรัพย์, และพรเพ็ญ เพ็ชรสุขศิริ. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-WOM) และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(1),* 263-273.

Camarero, C., Antón, C., & Rodríguez, J. (2013). Technological and ethical actecedents of e-book piracy and price acceptance. *Journal of the Electronic Library, 32(4),* 542–566.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3d ed.) New York: John Wiley and Sons Inc.

Cronbach, L. J. (1974). *Essential of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.

Cotirlea, D. (2011). Issues regarding e-service quality management: Customization on online Tourism Domain. *Polish Journal of Management Studies, 3*, 32-43.

Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly, 13,* 319-340.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing (14th ed.).* Boston: McGraw-Hill/ Irwin.

Likert, R. N. (1970). *A technique for the measurement of attitude. Attitude Measurement*. Chicago: Ronal McNally & Company.

Hill, N., & Alexander, J. (2006). *Handbook of customer satisfaction and loyalty measurement (Third edition).* New York: Gower Publishing.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*. (15 th ed.). New York: Pearson Education.

Kusdibyo, L., & Februadi, A. (2019). The effect of electronic service quality on customers satisfaction and loyalty in online shopping. *In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 662(2).* 22036.

Nattapong Techarattanased. (2019). Service marketing mix and acceptance of technology affecting consumers' satisfaction through food delivery applications. *International conference on Management Science, Innovation and Technology,* 155-162.

Nguyen, T., Ninh, N., Nguyen, B., Plan, & Moon, H. (2019). Investigating consumer attitude and intention towards online food purchasing in an emerging economy: An extended TAM approach. *Foods, 8(576),* 1-1.

Lovelock, C., & Wirtz, j. (2011). *Pricnciples of Service Marketing: People, Technology, Strategy* (7 th ed.). The United States of America: Pearson Education.

McCarthy, E. J. (1971). *Basic Marketing: A Managerial Approach* (4 th ed.). Homewood, IL: Irwin.

Millet, J.D. (2012). *Management in the Publics Service: The Quest for Effective Performance*. New York: Mcgraw-Hill Book Compan.

Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing, 17(4),* 460-469.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing, 49(4),* 41–51.

รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จกรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

A Model of Good Governance to Success: A Case Study of Srinakarin Group District Office

วีรวิชช์ ชาติวิวัฒน์พรชัย[1*]

Viravit Chartvivatpornchai[1*]

[1] นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

[1] Student of Doctor of Public Administration, Faculty of Political Science of Bangkokthonburi University

[*] E-mail: viravit@hotmail.com

Received *May 28, 2022* ***Revised*** *August 15, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

บทคัดย่อ

วิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ (2) สร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขต กลุ่มศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร (3) ประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 146 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 30 คน บุคลากรในสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ รวมทั้งสิ้น 126 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ค่าสถิติไค-สแควร์ ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว ประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาองค์ประกอบรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ มี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ ด้านความพึงพอใจ ด้านผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้านการนำปฏิบัติและความรับผิดชอบ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (2) ผลการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ ทั้ง 50 ตัวบ่งชี้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดล ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลมีผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทั้ง 50 ตัวบ่งชี้ (3) ผลการประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ

กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการนำไปปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, ปัจจัยความสำเร็จ, การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

Abstract

The purpose of a model of good governance to success: a case study of Srinakarin Group District Office were to study of the confirmatory components of good governance to success and to design a model of good governance to success: a case study of Srinakarin Group District Office and assess a quality evaluation of a model of good governance to success: a case study of Srinakarin Group District Office. It was a mixed research methodology, the research sample drawn by quota sampling, comprised 146 participants. The instrument for this research was a questionnaire of good governance to success. Collected data were analyzed by computer programs, mean, standard deviation, Correlation Coefficiency, Chi-Square, Degree of Freedom, Factor loading, Goodness of Fit Index, Adjusted Goodness of Fit Index, Root Mean Square Error of Approximation and Connoisseurship.

The results of the study revealed that (1) The study of a model of good governance to success consisted of 8 components: 1) Wise Executive 2) Satisfied Transparency 3) Best Supporter 4) Education and Leaning by Action 5) Network Communication with Effectiveness 6) Facilitator for Participation 7) Implement and Trust 8) Performance Appraisal (2) The analyze of a model of good governance to success: a case study of Srinakarin Group District Office were at a high level. The results from the confirmatory factor analysis of the overall achievement 50 indicators of the of good governance to success were acceptable at the criterion level. (3) The to evaluate the efficiency of a model of good governance to success: a case study of Srinakarin Group District Office by connoisseurship in propriety, feasibility and implementing were at a highest level

Keyword: A Model of Good Governance to Success, Keys for success, Structural Equation Modeling

บทนำ

การปกครองท้องถิ่นของไทยในปัจจุบัน มี 2 รูปแบบด้วยกัน คือ รูปแบบการปกครองท้องถิ่นทั่วไป ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และรูปแบบการปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ซึ่งมีฐานะเป็นทบวงการเมืองและนิติบุคคล โดยในประเทศไทยมีอยู่ 2 แห่ง คือ กรุงเทพมหานครและเมืองพัทยา

กรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ตามพระราชบัญญัติ ระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารราชการกรุงเทพมหานคร ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการกระจายอำนาจให้แก่ประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาและสนองตอบความต้องการของตนเอง อันจะส่งผลให้การพัฒนาคุณภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนดีขึ้น จะเห็นได้ว่าบทบาทและภารกิจของกรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ มีความใกล้ชิดกับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมากที่สุด จึงเป็นบทบาทที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้น ภาพลักษณ์ของการบริหารจัดการของกรุงเทพมหานครมีฐานะ เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีกลไกการบริหารจัดการที่โปร่งใส ซื่อตรง เป็นธรรม มีประสิทธิภาพประสิทธิผล และการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการ และการตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในทุกขั้นตอน เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของการบริหารจัดการของกรุงเทพมหานครมีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่ดี

ดังนั้นเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนหรือยกระดับคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (Corruption Perceptions index : CPI) ของประเทศไทย ตามยุทธศาสตร์ที่ 4 ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ จึงต้องมีการกำกับและติดตามหน่วยงานของรัฐในการปฏิบัติตามนโยบายต่อต้านการทุจริตของรัฐบาล ซึ่งเครื่องมือที่เป็นกลไกในการสร้างความตระหนักให้หน่วยงานภาครัฐมีการดำเนินงานอย่างโปร่งใสและมีคุณธรรมก็คือ การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment : ITA)

จากประเด็นความสำคัญของโปร่งใสและมีคุณธรรมในการดำเนินงานในหน่วยงานของรัฐ ผู้วิจัย เห็นว่าควรมีการบริหารราชการเพื่อให้เกิดความโปร่งใส สุจริตและเป็นธรรมกับประชาชน เป็นเรื่องที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นในขณะนี้ จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อนำมาพัฒนาประสิทธิผลการดำเนินงานตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีของกรุงเทพมหานคร โดยสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ได้รับรางวัลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี 2562 - 2563 จำนวน 3 แห่งเป็นต้นแบบ ได้แก่ สำนักงานเขตลาดกระบัง สำนักงานเขตประเวศ และสำนักงานเขตสวนหลวงผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จของสำนักงานเขตที่ได้รับรางวัล เพื่อนำผลที่ได้ขยายแนวทางการบริหารกิจการ

บ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จไปยัง สำนักงานเขตทุกเขตในกลุ่มศรีนครินทร์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกรุงเทพมหานครที่เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานของกรุงเทพมหานครที่มีฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษในด้านธรรมาภิบาล รวมถึงการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพิเศษให้ดียิ่งขึ้น และส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ
2. สร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขต กลุ่มศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร
3. ประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ได้ระบุหลักการของคำนิยามการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี ไว้ดังนี้

การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีเป็นแนวทางสำคัญในการจัดระเบียบให้สังคมทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชนและภาคประชาชน ซึ่งคลอบคลุมถึงฝ่ายวิชาการ ฝ่ายปฏิบัติการ ฝ่ายราชการและฝ่ายธุรกิจสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข มีความรู้รักสามัคคีและร่วมกันเป็นพลังก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นส่วนเสริมสร้างความเข้มแข็งหรือสร้างภูมิคุ้มกันแก่ประเทศเพื่อบรรเทาป้องกัน หรือแก้ไขเยียวยาภาวะวิกฤตภยันตรายที่หากจะมีมาในอนาคต เพราะสังคมจะรู้สึกถึงยุติธรรม ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมอันเป็นคุณลักษณะสำคัญของศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สอดคล้องกับความเป็นไทย รัฐธรรมนูญ และกระแสโลกยุคปัจจุบัน (บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ, 2564, หน้า 8 - 9)

หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีประกอบด้วย 10 หลัก ได้แก่ 1) ประสิทธิภาพ (Efficiency) 2) ประสิทธิผล (Effectiveness) 3) การตอบสนอง (Responsiveness) 4) ภาระรับผิดชอบ/สามารถตรวจสอบได้ (Accountability) 5) เปิดเผย/โปร่งใส (Transparency) 6) หลักนิติธรรม (Rule of Law) 7) ความเสมอภาค (Equity) 8) การมีส่วนร่วม/การพยายามแสวงหาฉันทามติ (Participation/Consensus Oriented) 9) การกระจายอำนาจ (Decentralization) และ 10) คุณธรรม/จริยธรรม (Morality/ Ethics)

พัชรี สิริวัฒนาศาสตร์ (2564, หน้า 35) ได้กล่าวว่า แผนปฏิรูประบบบริหารภาครัฐเป็นการปฏิรูปในลักษณะองค์รวม เพื่อเปลี่ยนแปลงระบบบริหารภาครัฐไปสู่ระบบการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ที่เน้นการทำงานโดยวัดผลสัมฤทธิ์ มีการวัดผลที่เป็นรูปธรรม โปร่งใส มีการบริหารงาน ที่

รวดเร็ว และคล่องตัว สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

เทพศักดิ์ บุณยรัตพันธุ์ (2564, หน้า 45) ได้กล่าวว่า การจัดการภาครัฐแนวใหม่ คือ การเพิ่มผลผลิตในการบริหารงานภาครัฐ โดยให้ความสำคัญต่อผลสำเร็จของงานเป็นหัวใจหลักสำคัญเป็นแนวคิดและที่มาของการปฏิรูประบบราชการและการประกาศใช้ระบบการบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของรัฐบาลไทย โดยให้ส่วนราชการระดับกรมต้องจัดทำตัวชี้วัดและเป้าหมายของผลงาน ที่จะเกิดขึ้นสนับสนุนจากทุกฝ่าย

Kimmet (2005, p. 32) ได้ศึกษา การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในระบอบการเมืองการปกครองในอาเซียน 4 ประเทศ พบว่าในประเทศที่พัฒนาแล้วหลักธรรมาภิบาล ได้ถูกนำไปใช้ในเชิงของกลยุทธ์ทางการเมืองมากกว่าการนำเนื้อหาสาระไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบาย รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของหลักธรรมาภิบาลในการเลือกตั้ง นอกจากนี้ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังได้เรียนรู้ในการนำหลักธรรมาภิบาลเพื่อพัฒนาบ้านเมืองในสภาวะที่มีความไม่แน่นอน และเศรษฐกิจคับขันเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารประเทศใหม่ ๆ และการพัฒนาประชาธิปไตย

Mgonja (2010, p. 232) ได้วิจัย พบว่า กฎระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรมี ความจำเป็นต่อความสำเร็จของเป้าหมายที่จะพัฒนาท้องถิ่นและการบริหารจัดการที่ดีในประเทศทานซาเนีย เป็นเรื่องที่ทำได้ไม่ยาก ถ้าไม่ลืมที่จะปฏิบัติกันอย่างต่อเนื่อง

การปกครองท้องถิ่นของกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครมีบทบาทและความสำคัญทั้งในฐานะเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศ นอกจากนี้รูปแบบการบริหารกรุงเทพมหานครยังเป็นระบบชั้นเดียว หมายถึง กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรเดียวที่รับผิดชอบดูแลพื้นที่กรุงเทพมหานครทั้งหมด ในขณะที่พื้นที่จังหวัดอื่น ๆ มีระบบการปกครองท้องถิ่นเป็นสองชั้น คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดในระดับบน ส่วนเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบลในระดับล่าง

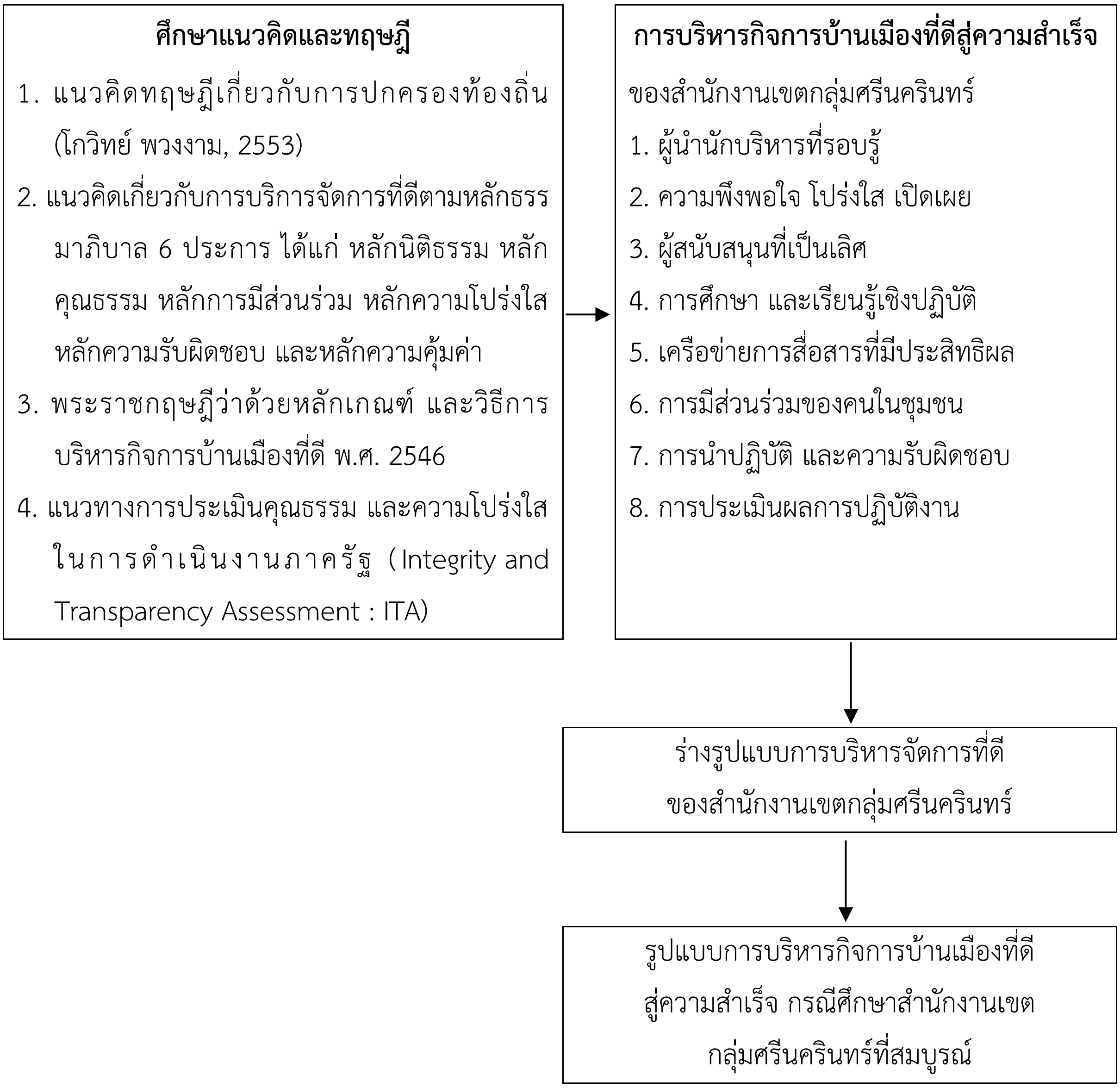
การกำกับดูแลกรุงเทพมหานคร ถือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะการกำกับดูแลกรุงเทพมหานคร หรือเรียกว่า ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภายในกรุงเทพมหานครและระหว่างกรุงเทพมหานครกับส่วนกลางมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การกำกับดูแลการกระทำของกรุงเทพมหานคร และการกำกับดูแลองค์กรและบุคคล

การบริหารสู่ความเป็นเลิศ

การบริหารคุณภาพทั้งองค์การ (Total Quality Management หรือ TQM) นับเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมสูงมาก W. Edward Deming และ Joseph M. Juran เจ้าของความคิดเรื่อง TQM อธิบายว่า TQM คือ ปรัชญาปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งตอบสนองความต้องการ ของลูกค้าเป็นสำคัญ (Robbins, 2010) สอดคล้องกับ Bartol and Martin (1998); Sallis and Jones (2002); Lunenberg and Ornstein (2004) กล่าวว่า การบริหารคุณภาพระดับสูงสุด คือการจัดการคุณภาพทั้งองค์การ ซึ่งจะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นปรัชญาสำคัญของ TQM ผู้บริหารระดับสูงต้องมีความ

มุ่งมั่นและผูกพันกับการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ด้วยความร่วมมือของพนักงาน ทุกหน่วยงาน ผู้บริหารต้องให้การสนับสนุนในทุกด้าน และองค์การต้องมีมุมมองเป็นระบบ พนักงานเป็นส่วนสำคัญที่ทำงานในระบบ ซึ่งหลักการสำคัญของการจัดการคุณภาพทั้งองค์การ (TQM) ประกอบด้วย 3 ประการ คือ การมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการ การปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมในกระบวนการปรับปรุงคุณภาพของทุกคน ในองค์การ และเนตร์พัณณา ยาวิราช (2553) กล่าวว่า จากการศึกษาของ Thomas และ Robert เรื่องความเป็นเลิศธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา สรุปว่า ความเป็นเลิศทางการบริหารประกอบด้วย 1) การมุ่งที่การกระทำ 2) การศึกษาความต้องการของลูกค้า 3) การส่งเสริมให้มีอิสระในการทำงาน 4) การบรรลุความสำเร็จในการเพิ่มผลผลิตโดยให้ความสนใจกับความต้องการของบุคคลในองค์การ มีรูปแบบการจูงใจ และการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงาน 5) คำนึงถึงปรัชญาขององค์การ คุณค่าของผู้นำองค์การ ค่านิยมองค์การ 6) เน้นความเข้าใจ และมีความรู้ในธุรกิจนั้นเป็นอย่างดี 7) มีโครงสร้างองค์กรที่ง่าย และคล่องตัว 8) มีการรวมอำนาจ และกระจายอำนาจในขณะเดียวกันได้อย่างเหมาะสม

จากการทบทวววรรณกรรม สรุปได้ว่า รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี จะต้องตระหนักเห็นความสำคัญของการนำหลักธรรมาภิบาล ทั้ง 6 ประการ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า มาใช้เป็นแนวทางการบริหาร ใน 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ ด้านความพึงพอใจ ด้านผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้านการนำปฏิบัติและความรับผิดชอบ และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มีทิศทางชัดเจนสามารถตรวจสอบได้ และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ก่อเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทั้งยังเป็นกลไกในการควบคุมติดตามและตรวจสอบ โดยมีประชาชนหรือองค์การภายนอกมีส่วนร่วม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีการดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ มีการดำเนินการดังนี้

1. โดยการสังเคราะห์ ศึกษาเอกสารและงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของรูปแบบ แนวคิดเกี่ยวกับการบริการจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล พระราชกฤษฎีว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 แนวทางการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานภาครัฐ (Integrity and Transparency Assessment: ITA) และแนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น

2. สร้างแบบสอบถามการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ

3. นำแบบสอบถามความคิดเห็นรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความสอดคล้องของข้อคำถามกับรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ โดยการหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) พิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ .50 ขึ้นไป

4. นำแบบสอบถามไปเก็บกับกลุ่มเป้าหมายในสังกัดสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับรางวัลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ประจำปี 2562 - 2563 จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สำนักงานเขตลาดกระบัง สำนักงานเขตประเวศ และสำนักงานเขตสวนหลวง โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) จำนวน 69 คน ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหารองค์กรในสำนักงานเขต และพนักงานเจ้าหน้าที่ สำนักงานเขตละ 16 คน กลุ่มผู้นำชุมชน สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตละ 2 คน และกลุ่มคณะกรรมการหมู่บ้าน อาสาสมัครชุมชน สำนักงานเขตละ 5 คน

5. วิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบยืนยันความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐานโครงสร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารและบุคลากรในสำนักงานเขตสะพานสูง สำนักงานเขตมีนบุรี สำนักงานเขตคลองสามวา สำนักงานเขตหนองจอก สำนักงานเขตลาดกระบัง สำนักงานเขตประเวศ สำนักงานเขตสวนหลวง และสำนักงานเขตคันนายาว รวมทั้งสิ้นจำนวน 230 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานเขต ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานเขต จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน บุคลากรในสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ เขตละ 20 คน รวมทั้งสิ้น 200 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารและบุคลากรในสำนักงานเขตสะพานสูง สำนักงานเขตมีนบุรี สำนักงานเขตคลองสามวา สำนักงานเขตหนองจอก สำนักงานเขตลาดกระบัง สำนักงานเขตประเวศ สำนักงานเขตสวนหลวง และสำนักงานเขตคันนายาว รวมทั้งสิ้นจำนวน 146 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานเขต ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานเขต จำนวน 19 คนบุคลากรในสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ จำนวน 127 คน คำนวณได้จากสูตรของ Yamane (1967, p. 86) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3. เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามในการตรวจสอบความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จกรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร

4. วิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 2 มีดังนี้

4.1 ค่าเฉลี่ย (Mean)

4.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficiency)

4.4 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square: X2)

4.5 ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom: df)

4.6 ค่า Factor loading

4.7 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index=GFI)

4.8 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index=AGFI)

4.9 ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)

ตอนที่ 3 การประเมินผลการใช้รูปแบบ

1. ประเมินรูปแบบโดยการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการนำไปปฏิบัติของรูปแบบ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินด้านความเหมาะสม (Propriety) ด้านความเป็นไปได้ (Feasibility) และการนำไปปฏิบัติ (Utility)

3. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในตอนที่ 2 ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 14 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4. วิเคราะห์ข้อมูล ตอนที่ 3 โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 2) ด้านความพึงพอใจ โปร่งใส เปิดเผย จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ 3) ด้าน ผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ จำนวน 4 ตัวบ่งชี้ 4) ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 5) ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 7) ด้านการนำปฏิบัติและความรับผิดชอบ จำนวน 8 ตัวบ่งชี้ 8) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน จำนวน 9 ตัวบ่งชี้

2. ผลสร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีดังนี้

2.1 ผลการศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 2) ด้านความพึงพอใจ โปร่งใส เปิดเผย จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ 3) ด้าน ผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ จำนวน 4 ตัวบ่งชี้ 4) ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 5) ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 6) ด้าน

การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ 7) ด้านการนำปฏิบัติและความรับผิดชอบ จำนวน 8 ตัวบ่งชี้ 8) ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน จำนวน 9 ตัวบ่งชี้

2.2 ผลสร้างรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร มีดังนี้

1) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 8.94 df = 5 p = .111	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.32	<2.00	ผ่าน
GFI = 1.00	>.90	ผ่าน
AGFI = .99	>.90	ผ่าน
RMSEA = .025	<.05	ผ่าน

2) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโปร่งใส เปิดเผย มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโปร่งใส

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 3.52 df = 2 p = .196	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.76	<2.00	ผ่าน
GFI = .99	>.90	ผ่าน
AGFI = .91	>.90	ผ่าน
RMSEA = .038	<.05	ผ่าน

3) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านความพึงพอใจโปร่งใส

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 3.035 df = 3 p = .372	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.01	<2.00	ผ่าน
GFI = .98	>.90	ผ่าน
AGFI = .97	>.90	ผ่าน
RMSEA = .012	<.05	ผ่าน

4) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์กรุงเทพมหานคร ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 2.74 df = 2 p = .691	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.37	<2.00	ผ่าน
GFI = .98	>.90	ผ่าน
AGFI = .91	>.90	ผ่าน
RMSEA = .048	<.05	ผ่าน

5) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีกรุงเทพมหานคร ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 13.64 df = 7 p = .0578	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.94	<2.00	ผ่าน
GFI = .97	>.90	ผ่าน
AGFI = .92	>.90	ผ่าน
RMSEA = .027	<.05	ผ่าน

6) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 6 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 6.21 df = 7 p = .000	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.55	<2.00	ผ่าน
GFI = .99	>.90	ผ่าน
AGFI = .97	>.90	ผ่าน
RMSEA = .349	<.05	ผ่าน

7) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการนำไปปฏิบัติและความรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 7 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการนำไปปฏิบัติและความรับผิดชอบ

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 16.35 df = 11 p = .312	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = 1.48	<2.00	ผ่าน
GFI = .99	>.90	ผ่าน
AGFI = .91	>.90	ผ่าน
RMSEA = .0134	<.05	ผ่าน

8) ความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดล ค่าดัชนีกลมกลืนของโมเดลผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 8 ค่าดัชนีความกลมกลืนของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ค่าดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ผล
Chi-Square = 14.022 df = 16 p = .142	(p>.05)	ผ่าน
Chi-Square/df = .87	<2.00	ผ่าน
GFI = .98	>.90	ผ่าน
AGFI = .94	>.90	ผ่าน
RMSEA = .015	<.05	ผ่าน

3. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านการนำไปปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ด้านผู้นำนักบริหารที่รอบรู้ ด้านความพึงพอใจ โปร่งใส เปิดเผย ด้านผู้สนับสนุนที่เป็นเลิศ ด้านการศึกษาและเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ด้านเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ด้านการนำ

ปฏิบัติและความรับผิดชอบ ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน จำนวน 9 ตัวบ่งชี้ และได้ตัวบ่งชี้จำนวน 50 ตัวบ่งชี้ เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาสังเคราะห์เป็นรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการสร้าง ตัวบ่งชี้ 6 ขั้นตอน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาตัวบ่งชี้ การนิยามตัวบ่งชี้ การรวบรวมข้อมูล การสร้างตัวบ่งชี้ การตรวจสอบคุณภาพของตัวบ่งชี้ และการวิเคราะห์ตามบริบทที่ต้องการศึกษา และการนำเสนอรายงาน จึงทำให้ตัวบ่งชี้ทุกตัวที่ผ่านกระบวนการทั้งหมดมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญรัตน์ พุฑฒิพงษ์ชัยชาญ (2561, หน้า 231) ที่ได้ศึกษาประสิทธิภาพการบริหารบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษาในเขตอำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิเคราะห์พบว่ามีองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักคุณธรรม ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักนิติธรรม ด้านหลักความโปร่งใสด้านหลักความคุ้มค่าและด้านหลักการมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับ Maassen (1999, p 235) ที่ได้ทำการวิจัยพบว่าลักษณะสำคัญของการกำกับดูแลกิจการที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องมีความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องและกระบวนการภายในของการการกำกับดูแลการบริหารจัดการที่ดีและมีการควบคุม

2. จากการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน พบว่าตัวบ่งชี้ทั้ง 50 ตัวบ่งชี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากขึ้นไปซึ่งเกินเกณฑ์ที่กำหนด ดังนั้น จึงสามารถเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวบ่งชี้ ที่พบว่าตัวบ่งชี้ทั้ง 50 บ่งชี้ ตัว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเกิน .30 และมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าเป็นตัวบ่งชี้องค์ประกอบย่อยที่สามารถวัดองค์ประกอบหลักได้ เนื่องจากตัวแปรมีความคลาดเคลื่อนน้อย โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์ในส่วนของสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์, 2549) จากผลการทดสอบ ความสอดคล้องของโมเดลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบของตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครในครั้งนี้

ทั้งนี้ เนื่องมาจากผู้วิจัยได้มีการศึกษาเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จและได้มีการสังเคราะห์โดยการจัดหมวดหมู่เป็นองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ ทำให้ค่าเฉลี่ยความเหมาะสมในการเป็นตัวบ่งชี้รูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติวุฒิ หมั่นมี (2561, หน้า 125) ที่พบว่าภาวะผู้นำการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นนำไปใช้ในการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำ แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร แนวคิดเกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาล และแนวคิดเกี่ยวกับการปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำจะต้องตระหนักในคุณค่าและศักดิ์ศรีของตัวเอง ของลูกน้อง มีความรู้ ความสามารถการใช้สติปัญญานั้น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้สำเร็จ

ลุล่วงไปได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วรานิษฐ์ ลำใย (2557, หน้า 231) ที่ได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจ โปร่งใส เปิดเผย มีความสำคัญมากที่สุดในการบริหารจัดการที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ธัญญรัตน์ พุฑฒิพงษ์ชัยชาญ (2561, หน้า 231) ที่ได้วิจัยประสิทธิภาพการบริหารบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: กรณีศึกษา ในเขตอำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพด้านหลักความโปร่งใสอยู่ในระดับมาก โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการจัดเก็บภาษีและจัดสรรงบประมาณ กระทำอย่างเปิดเผยและเป็นธรรม รวมทั้งการบริหารงานมุ่งประโยชน์สูงสุดต่อชุมชนเป็นหลักและกระบวนการทำงาน เปิดเผยตรงไปตรงมา จะเป็นการสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน พร้อมที่จะได้รับการตรวจสอบตลอดเวลา

3. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยดำเนินการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านการนำไปปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานครโดยการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนารสอบถามกลุ่มเป้าหมายในสำนักงานเขตที่ประสบความสำเร็จ จากนั้นดำเนินการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความสามารถในด้านการการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีในการให้ข้อเสนอแนะแนวทางการปฏิบัติสู่ความสำเร็จ จึงส่งผลให้ผลการประเมินรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านการนำไปปฏิบัติ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนด้านการนำไปปฏิบัติและความรับผิดชอบอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. การพัฒนาตัวบ่งชี้ในเรื่องใด ๆ เพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถใช้กระบวนการเช่นเดียวกันกับงานวิจัยนี้ กล่าวคือกำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาตัวบ่งชี้ นิยามตัวบ่งชี้ รวบรวมข้อมูล สร้างตัวบ่งชี้ ตรวจสอบคุณภาพของตัวบ่งชี้ และวิเคราะห์ตามบริบทที่ต้องการศึกษา และนำเสนอรายงาน การใช้วิธีการทดสอบเพื่อยืนยันทางสถิติ จะทำให้ได้ตัวบ่งชี้ที่มีคุณภาพไปใช้ในการกำหนดนโยบายเป็นแนวปฏิบัติและใช้เป็นแบบประเมินการปฏิบัติงานได้

2. การนำรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ไปใช้ ในภาพรวม จากการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของคน

ในชุมชนและเครือข่ายการสื่อสารที่มีประสิทธิผล เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะพัฒนาชุมชนขององค์กรบริหารส่วนตำบลให้มีความเข้มแข็ง ผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การบริหารจัดการที่ดี เป็นเรื่องที่ทุกหน่วยงานควรให้ความสนใจและนำไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ภาครัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือเอกชนควรนำการบริหารจัดการที่ดีไปปฏิบัติ รวมทั้งกำกับติดตามดูแล

2. การสนับสนุนให้มีการนำกรบริหารจัดการที่ดีไปปฏิบัติ นอกจากจะมีโครงการประกวดสำนักงานเขตกรุงเทพมหานครที่มีการบริหารจัดการที่ดีแล้ว ภาครัฐควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการที่ดีอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมสนับสนุนให้จัดการเรียนรู้และดูงานแก่ผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงานตัวแทนจากภาครัฐ ภากเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้เกิดกวามรู้ความเข้าใจและร่วมมือกันในการพัฒนาองค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษารูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษาสำนักงานเขตกลุ่มศรีนครินทร์ กรุงเทพมหานคร ดังนั้นจึงควรศึกษาในองค์กรที่ไม่ได้รับรางวัล โดยเปรียบเทียบและศึกษาวิเคราะห์หาความแตกต่างและจุดร่วม อันนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาสำนักงานเขตอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้รับรางวัลการบริหารจัดการที่ดีต่อไป

2. นำรูปแบบกระบวนการวิจัยไปขยายผลการศึกษากับสำนักงานเขตอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลขององค์กรในระดับมหภาคต่อไป

3. ควรศึกษาบทบาทหน้าที่ของผู้บริหาร ผู้นำชุมชน ผู้นำนักบริหาร ผู้ปฏิบัติงานรวมทั้งคนในชุมชนในด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรและบุคลากรควบคู่กันไป เพื่อเสริมสร้างให้ชุมทบมีความเข้มแข็งและคนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นส่งผลต่อการพัฒนาประเทศต่อไป

4 ควรศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

5 ควรมีการนำตัวบ่งชี้ไปพัฒนาเป็นคู่มือในการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

เทพศักดิ์ บุณยรัตพันธุ์. (2564). *แนวคิดทฤษฎีและหลักการรัฐประศาสนศาสตร์.* เอกสารประกอบการสอน. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธัญญรัตน์ พุฑฒิพงษ์ชัยชาญ. (2561). *ประสิทธิภาพการบริหารบ้านเมือง ที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมืองบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์.* โครงการวิจัย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

ธิติวุฒิ หมั่นมี. (2561). ภาวะผู้นำการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 7*(3), 298-314.

เนตร์พัณณา ยาวิราช. (2553). *Modern Management การจัดการสมัยใหม่.* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.

บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ. (2546). *รายงานการวิจัยตัวชี้วัดธรรมาภิบาล.* การศึกษาค้นคว้าอิสระ. (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พัชรี สีริวัฒนาศาสตร์. (2564). *การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารของพระบาทสมเด็จ พระเจ้าอยู่หัว.* สืบค้น 9 กันยายน 2564, จาก http://www.dhammakaya.org

วรานิษฐ์ ลำไย. (2557). *การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่ดีขององค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันตก.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุภมาส อังศุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณา และรัชนีกูล ภิญโญภานุวัฒน์. (2549). *สถิติการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL.* กรุงเทพฯ: มิสชั่น มีเดีย.

Bartol, M. K. and Martin, C. (1998). *Management Quality.* 2nd ed. New York: Prentice - Hall.

Kimmet P. (2005). *The Politics of Good Governence in the Asean 4.* New York: McGraw - Hill.

Maassen, P., & Potman, H.P. (1999). Strategic decision making in higher education, an analysis of the new planning system in Dutch higher education. *Higher Education in Europe, 20,* 393 - 410.

Mgonja, Boniface E.S. (2010). *Alternative Thinkingon Governance: A Critical Analysisof Structure and Uncertaintyin Embedding Good Governance at The Local Level in Tanzania, Docteral Thesis*, Canada: Universityof Alberta.

Robbins, S, P. (2010). *Organizational theory: Structure, Design and Application*. 4th ed. Englewood Cliff, New Jersey: Prentice-Hall.

Sallis, E, and Jones, G. (2002). *Knowledge Management in Education*. London: Kogan.

Research on the Image Management of Ctrip Cross-Border Tourism Product Project

Yongrui Huang[1*], Napat Ruangnapakul[2], Winitra Leelapattana[2] and Prayong Kusirisin[2]

[1] Student of School of International College, Maejo University, Chiang Mai 50290, Thailand.

[2] Lecturer of School of International College, Maejo University, Chiang Mai 50290, Thailand.

[*] E-mail: 39319968@qq.com

***Received** January 29, 2022 **Revised** May 24, 2022 **Accepted** December 30, 2022*

Abstract

This study aims to improve the image management of Ctrip's cross-border tourism projects. In the process of this research, study is conducted from the perspective of customers from three aspects: (1) Customers' evaluation of Ctrip's cross-border tourism project. (2) Customers' evaluation of the information quality of cross-border tourism projects in Ctrip's Internet information. (3) Analyze and evaluate the relationship between the information quality of Ctrip's cross-border tourism projects and their cognitive image. Based on literature review and relevant theoretical framework, the correlation between Ctrip cross-border tourism project image and information quality has been proved. The results show that the information quality of Ctrip cross-border tourism projects can directly affect the image of enterprise projects through the evaluation of Ctrip cross-border tourism project image. Finally, other influencing factors in the image building of Ctrip cross-border tourism projects need to be further explored.

Keyword: Ctrip, Cross-border tourism product, the image, information quality.

Introduction

Ctrip is a Chinese online traveling company with a long history, strong technical foundation and certain development advantages (Wang HM, 2022). The cross-border tourism product project management of Ctrip has a great influence to the development of enterprise and it is the effective way to improve Ctrip' s own competitiveness, therefore, Ctrip must strengthen the related research, and highlight the characteristics of cross-border tourism products in order to achieve the goals of development and improvement of the actual benefits and value. At the same time, it would promote Ctrip in product development, management, cost control, channel establishment and other aspects to improve its core competitiveness, provide enterprises with sustainable development power, and enable it to participate in international market expansion, and enhance market share.

Against the backdrop of the global epidemic, China, as the largest outbound tourism market, is still in a period of recovery. The tourism market is uncertain due to the repeated epidemic, so maintaining the stability of tourism enterprises has become the main work of most tourism platforms at this stage. Nevertheless, Ctrip has once again become a dark horse in the tourism industry, focusing on digital transformation and quality improvement to enrich product supply (Li ZG, 2022). In 2021, Ctrip's domestic tourism products in China have successfully shifted to short-distance and rural areas, and compared with 2019, the hotel reservation volume increased by more than 50%. In addition, Ctrip has always focused on international tourism products, and now its cross-border tourism projects are more inclined to short-distance and natural landscape Tours. It can be seen that China's neighboring countries have become popular, including South Korea, Thailand, Vietnam, Japan and other neighboring Asian countries (Zhihu.com, 2020).

Therefore, Ctrip can take advantage of the current environmental opportunity to improve quality through digital transformation and gain greater operating benefits in cross-border tourism product projects. The main content of this paper is to discuss the problems existing in Ctrip's cross-border tourism product project management, such as increased competitive pressure, high operating cost, lack of diversified business channels, and imperfect management system.

From the perspective of online tourism consumption structure, online

accommodation and online vacation tourism account for an increasing proportion, but online transportation still dominates. Take 2018 as an example, online transportation accounts for 69.9%, online accommodation 19.3%, and online vacation tourism 10.8%. From the perspective of online tourism consumers, the post-80s and post-90s are the main groups. In 2018, the per capita number of trips in China was 4.0, and 57% of the post-80s and post-90s have the dream of traveling around the world. In terms of age structure, according to the analysis of analysis data, among the online tourists in China, 18.8% are under the age of 24, 16% are between 24 and 30, 43% are between 31 and 40, and 22.2% are over 40 (Zhang YF, 2014). In general, online tourism has a broad market space and a good development background, and relevant enterprises should strengthen relevant investment and constantly improve their performance.

Ctrip is an online tourism company with a long history, strong technical foundation and certain development advantages. However, in the face of the new situation, such as how to combine tourism resources with information technology, how to innovate products, how to provide high-quality and efficient services, how to enhance customer satisfaction have become the core topics of enterprise development. In order to seize the opportunities and better meet the challenges, Ctrip must be market-oriented, take the path of innovation and development, and gradually strengthen the core competitiveness, so as to achieve the sustainable development goals. At the same time, it is necessary to realize the importance of product, service and project management, establish the idea of development from management and benefit from management, constantly improve their own management level, improve the realistic value of products or services. In this paper, Ctrip's cross-border tourism product project management is taken as the specific content to summarize the existing problems, analyze the causes of the problems, and formulate development goals and management strategies, so as to provide useful reference for the implementation of Ctrip's cross-border tourism product project management.

Research Objectives

The paper mainly focuses on the research of the problems existing in Ctrip’s cross-border tourism product project management and strategies for solving these problems, the details are as follows:

1 . Ctrip cross-border tourism product project management status, including development bottlenecks, influencing factors, public demand and so on.

2 . Ctrip cross-border tourism product project management problems, and analysis of the causes of the problems.

3. formulating the strategy of cross-border tourism product project management for Ctrip, and put forward to how the implementation Suggestions to ensure the smooth implementation of relevant policies, including product design, cost control, channel expansion and management system improvement.

Literature review

1. Ctrip cross-border tourism product

1.1 Ctrip's corporate characteristics

Ctrip was founded in Shanghai in 1999 and listed on Nasdaq in 2003, employing more than 40,000 people. Ctrip is the largest online tourism service platform in China, with more than 8,000 domestic and foreign tourism suppliers cooperating with it, and one of the most influential tourism platform enterprises in the context of the Internet (Zhang Y and Li GQ, 2022). The brand positioning of Ctrip is "capricious", "bold" and "fashionable". "Go without saying" is written as a sign of officially entering the mobile Internet (Guo WW, 2022). It can be seen that in the early stage, Ctrip took service quality as its advantage and attached great importance to customer satisfaction. "Limited treatment" and "compensation" ushered in a good brand reputation for Ctrip's excellent service. However, with the widespread use of digital technology, enterprises rely more and more on automation, and become satisfied with the status quo, gradually tend to forget the nature of services, and we will find that the problem is management. Ctrip recently opened the "mixed office mode" caused a hot social discussion. In this new office mode, management has become the biggest problem (Wang Wei, 2022). The advanced management and control system helps Ctrip to strengthen internal control, reduce the incidence of problems, and promote the realization of development goals. In this study, Ctrip is defined as an integration of research objects with independent corporate culture and management mode.

1.2 Ctrip cross-border tourism product

Cross-border tourism is a concept based on geographical space, which means that the tourist destination is in a state of "separation" and in different administrative regions due to the existence of administrative boundaries (Li

Mingjian,2019). Cross-border tourism is the integration and docking of tourism resources, so as to realize the innovation of tourism business, increase income and create more market opportunities. However, cross-border tourism partners and products are limited by regional systems, culture and other aspects, which increases the complexity of management (Li Mingjian, 2019). In this study, Ctrip's cross-border tourism product project management is defined as a commodity, which needs to analyze and integrate tourism resources of different regions and countries to form cross-border tourism products, and develop hotels, transportation and other related businesses according to the products, thus expanding business scope and increasing income.

1.3 Ctrip cross-border tourism project management

Research on the use and management of cross-border tourism resources. Through research, Hu LF points out that the structure of tourism resources, the particularity of administrative boundaries, the history of administrative divisions in China and people's geographical concepts will all affect the implementation of cross-border tourism projects(Hu LF,2014); Qiu JQ pointed out through research that border areas have a good foundation in tourism development, but they are affected by sovereign boundaries, resulting in the development, use and management of tourism resources being controlled by multiple parties, with poor coordination and unclear responsibility (Qiu JQ,2016); Liu YQ took cross-border tourism products in Yongzhou, Hunan province as the research object and proposed a win-win cooperation model (Liu YQ , 2016). In this study, Ctrip's cross-border tourism product project is defined as a commodity, needs to analyze and integrate the Ctrip mine projects in different regions and countries of the tourism resources information management, the formation of cross-border tourism products, and according to the product's brand image management, so as to improve the customer's perception of the product image creation, and expand the scope of business, The effect of increasing income.

2. Ctrip cross-border tourism project image management

The brand image of the service industry began in the 1950s and has been mainly studied by brands (Lu TH,2001). Roth studied the effects of culture and social factors in different countries on brand image (Roth,1995). Both are based on research in the field of product marketing. Studies have shown that brand image is associated with customer loyalty, and

customer loyalty can be predicted by brand image (Lessig,1973). In addition, some scholars found that the influence of service brand image should first be perceived by customers and affect customer satisfaction and loyalty through perception introduction (Bloemer, etal,1998). This shows that customers' perception of brand image is also counterproductive to the brand. Customers' perception of brand image is related to brand marketing process and dissemination of relevant information (Jiang LX and Lu TH, 2006). In this study, Ctrip cross-border tourism brand image generated by the customer, customer produce cognitive image through access to relevant information, so here Ctrip brand image is defined as a cross-border tourism project information through Ctrip damage to the image of the customer information, so as to read and feedback of the project, for ultimately reshape the brand image of the whole project management process.

3. Customers' cognitive image of products

Today, with the rapid development of service industry, service has become the economic center of developed countries in the world, and China's service industry occupies an important position and proportion in the economic structure. People's overall perception of the brand has become an important part of consumers in the process of digesting information, which is the definition of brand image from the perspective of informatics. Another explanation is that the client constructs a network of memories in his mind for serial associations from a cognitive perspective (Keller,1993). Nowadays, many people believe that brand image is dependent on customers, and consumers' subjective perceptions and opinions affect customers' consumption behaviors (Fan XC and Chen J,2002). In this study, corporate image, also known as brand image, is defined as the cognitive image generated by Ctrip's products in cross-border tourism projects from the perspective of customers, and its image is evaluated and analyzed.

4. Ctrip's cross-border tourism project information quality

The impact of online tourism information quality on cross-border tourism. Sun Dan points out through research that the richness, timeliness and attractiveness of online tourism information are the main factors affecting cross-border tourism (Sun Dan, 2018). In the research process, Liu Li strengthened the role of online tourism information from the aspects of entertainment image, social image, natural image and cultural image,

and strengthened the promotion of cross-border tourism products (Liu Li, 2018). Zheng Siwei concluded through model study that the characteristics of online tourism information are closely related to the image of cross-border tourism products, and attention must be paid to the improvement of information quality (Zheng Siwei, 2017). In this paper, tourism information quality is defined as the influencing factor of cross-border tourism projects.

Conceptual Framework

Based on the theoretical framework and literature review, the research framework of this paper is combined with the actual situation of Ctrip to establish a research conceptual framework. The specific steps are as follows: First, the existing research on Ctrip cross-border tourism projects is studied and evaluated, and the research conceptual framework is reconstructed by referring to relevant theories. Then redefine and study Ctrip cross-border tourism project results and divide them. At the same time, according to the data sampling data analysis framework association, using the way of cooperation with enterprises, through enterprises to send questionnaires to customers. This paper examines the relationship between Ctrip cross-border project information quality and customer cognition through theoretical research and empirical analysis. The conceptual framework of this paper is shown in Figure 1.

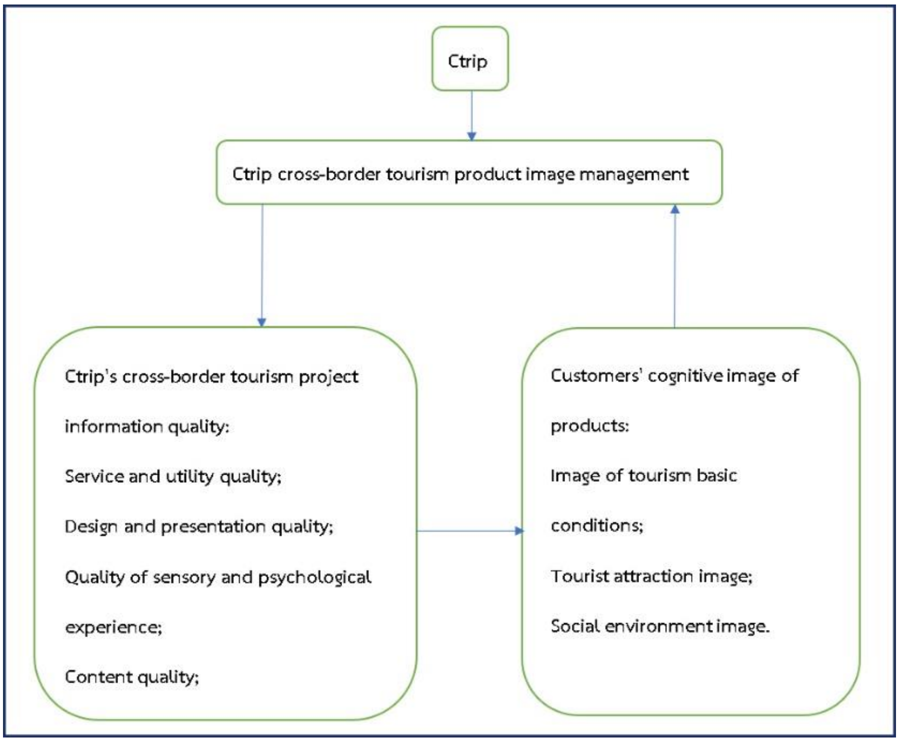


Figure 1 The Conceptual Framework

Research Methodology

The research idea of this paper is "finding the problem -- analyzing the problem -- putting forward the plan". On the basis of understanding the status quo of image management of Ctrip cross-border tourism products, this paper summarizes the existing problems and analyzes the causes of the problems, so as to formulate targeted development strategies and promote the realization of development goals.

1. Population and Sampling

1.1 Population

Exploratory factor analysis was used to analyze the whole sample, and relevant information was obtained through questionnaires issued by Ctrip's customer service department, so as to understand customers' evaluation of Ctrip's cross-border tourism information quality and the evaluation results of Ctrip's brand image established in cross-border tourism projects.

1.2 Sampling

The sample is brand-specific, and the research object is Ctrip's customers, whose customer information comes from Ctrip's customer service department. According to the study of Zhu Yan (2018), the number of 100 questionnaires is usually used and it shows reliable results. Based on a customer database of millions, I interviewed 2,000 respondents in this survey to get more reliable data. The passenger transportation Department of Ctrip randomly selected 2000 respondents and sent their email addresses to me, and THEN I sent questionnaires to the selected people. The specific calculation formula is shown in Figure 2.

$$\mathbf{X} = \mathbf{AF} + \varepsilon$$

KMO test and Bartlett sphericity test were used to verify whether the variable data were suitable for factor analysis. The KMO value was greater than 0.5 and the Bartlett test p value was less than 0.01, rejecting the null hypothesis. There was correlation between variables and the factor analysis was valid.

Figure 2 Factor analysis formula

2. Research instruments

The questionnaire surveys were designed as follows:

The first part is the basic information of the respondents, including nine items, such as gender, age, income, occupation, education level, average annual number of trips, Internet age, average daily online time, and access to tourism information channels.

The second part mainly focuses on the information quality evaluation of Ctrip cross-border tourism project management, totaling 24 projects.

The Likert scale model was adopted, with 1 point indicating strong disagreement and 5 points indicating strong agreement. Details are shown in the appendix.

3. The data collection

Data collection in this study is completed in three steps

First of all, in data collection, cooperation with Ctrip to complete. Send questionnaires to customers through Ctrip user platform to obtain data for prediction, verification and audit to ensure the authenticity and reliability of data.

Secondly, the collection method is mainly random sampling.

Finally, the data is collated again. In the process of work, the questionnaire survey is based on sampling method and data collection, and finally summarizes according to the data.

Research Results

All data collection was completed in cooperation with Ctrip. Some Ctrip issued 2000 questionnaires and collected them. The whole process took one and a half months from November 5, 2020 to December 20, 2020. Finally, 1624 questionnaires were collected due to unsuccessful submission of questionnaires, among which 1480 were valid due to incomplete information filling, with an effective rate of 74%.

1. Basic Sample information

Male accounted for 42.4%, female 57.6%. 23.4% are under 25 years old, 40.4% are 25 to 35 years old, 24.1% are 35 to 45 years old, 8.7% are 45 to 55 years old, and 3.4% are 55 years old and tourists. In terms of educational background, 8.4% of those with technical secondary school degrees or above, 23.2% with junior college degrees, 53.2% with bachelor's degrees and 15.4% with master's degrees or above. In terms of occupation, 18.8% are employed in enterprises and institutions, 10.4% are civil servants, 21.0% are students, 17.6% are farmers, 20.1% are retirees, 1.3% are non-professionals and 10.8% are others. In terms of average monthly income, those with less than 3,000 yuan accounted for 18.9 percent, those with 3,000-5,000 yuan accounted for 24 percent, those with 5,000-8,000 yuan accounted for 41.0 percent, and those with more than 8,000 yuan accounted for 16.1 percent. In terms of the average times of using Ctrip's cross-border travel products, 42.2% use them less than two times, 40.8% less than three to four times, 8.2% five to six times, 4.8% seven to nine times, and 4.0% more than nine times. As you can see, more people use it two to four times. Those who used Ctrip for five

years accounted for 23.6 percent, those who used Ctrip for 5-10 years 49.4 percent, those who used Ctrip for 11-15 years 18.1 percent and those who used Ctrip for more than 15 years 8.9%. Personnel more than 5 ~ 10 years, prove that Ctrip has a certain influence.

To sum up, Ctrip has more female customers and young customers have a higher utilization rate of cross-border tourism products. The user's basic education degree undergraduate degree is more. Customer income belongs to the middle and high population. This shows that Ctrip has a certain influence. Have a strong customer base. Ctrip's official website, Weibo and WeChat accounts and the websites of tourism enterprises account for a large proportion, which are the main online channels for promoting cross-border tourism products and projects.

2. Statistical score of sample characteristics

2.1 Analysis of Ctrip's Travel Information Quality

Ctrip cross-border tourism product information quality evaluation factors include service and practical quality, design and presentation quality, sensory and psychological experience quality, content quality. The analysis results are shown in Table 1. The scores of the five factors all exceed 3 points. The positive result is that the sensory and psychological experience quality score is the highest. It can be seen that customers have a good psychological effect on the information quality of Ctrip cross-border tourism products and have emotional attachment. It can be concluded that the customer is "satisfied" with the information quality of Ctrip's cross-border tourism products, but not "very satisfied", so there is still a lot of room for improvement and improvement of the project. The negative result is that Ctrip's cross-border tourism product information has a low score in the quality of artistic design, which indicates that Ctrip's cross-border tourism product information is still lacking in visual beauty and there are some problems. Therefore, the artistic design of Ctrip's cross-border tourism product information should be improved.

Table 1 Ctrip cross-border tourism product information quality evaluation factor analysis

Factor	The reliability	The eigenvalue	Dispersion (%)	score
Service and utility quality	0.853	3.596	14.612	3.696
Design and presentation quality	0.807	3.567	14.677	3.766
Quality of sensory and psychological experience	0.822	3.113	14.544	3.778
Content quality	0.735	2.544	12.010	3.222
Artistic design quality	0.787	2.676	11.099	3.002
KMO=0.903, Bartlett=4879.552, DEGREE of freedom =244, Sig=0.001, reliability =0.901, and dispersion =57.309%				

2.2 Analysis of customers' cognitive image of products

From the analysis results of consumers' cognition and image of products, the scores of all indicators are above 3.5, indicating that tourists have a good image and high recognition of Ctrip's cross-border tourism products, but the score is no more than 4, proving that Ctrip's cross-border tourism products are not perfect in customers' cognition and there are some factors of dissatisfaction. Specific data see Table 2.

Table 2 Factor analysis of cognitive image evaluation

Factor	The reliability	The eigenvalue	Dispersion (%)	score
Image of tourism basic conditions	0.853	3.596	14.612	3.696
Tourist attraction image	0.807	3.567	14.677	3.766
Social environment image	0.822	3.113	14.544	3.778
KMO=0.903, Bartlett=4876.557, degree of freedom =246, Sig=0.001, reliability =0.901, and dispersion =57.309%				

2.3 Analysis on the relationship between Ctrip cross-border tourism project information quality and product image

Through correlation analysis, it can be concluded that $P < 0.01$. It proves that there is a significant correlation between the information quality of Ctrip cross-border projects and the cognitive image of products and services. Specific data are shown in Table 3.

Table 3 Correlation test between network tourism information quality and product image

	Basic conditions of tourism	Tourist attraction image	Social environment image
Service and utility quality	0.567	0.488	0.546
Design and presentation quality	0.558	0.345	0.517
Quality of sensory and psychological experience	0.602	0.467	0.542
Content quality	0.603	0.436	0.603
Artistic design quality	0.605	0.455	0.589

Note: $P < 0.05$, $P < 0.01$

The influence of information quality factor of Ctrip cross-border tourism project on cognitive image factor can be shown by the data in Table 4. Firstly, the image of tourism basic conditions of Ctrip's cross-border tourism projects is affected by information quality factors to a degree of about 48.9%. The second is that the tourist attraction image of Ctrip cross-border tourism projects is affected by information quality factor of 29.3%. Finally, the social environment image of Ctrip cross-border tourism projects is affected by information quality factors to a degree of about 45.4%. To sum up, it can be confirmed that the information quality of Ctrip cross-border tourism project has a significant and positive impact on the cognitive image.

Table 4 Multiple regression analysis of information quality factor and cognitive image factor

The independent variables	The dependent variable	Regression coefficient B	Regression coefficient Beta.	T value	P values
Service and utility quality	Image of tourism basic conditions	0.213	0.167	3.487	0.000
Design and presentation quality		0.210	0.181	3.881	0.000
Quality of sensory and psychological experience		0.266	0.207	4.418	0.000

The independent variables	The dependent variable	Regression coefficient B	Regression coefficient Beta.	T value	P values
Content quality		0.341	0.272	5.023	0.000
Artistic design quality		0.332	0.213	5.010	0.000
Constant R = 0.382^2= 0.489 R^2= 0.487 F = 117.944, P = 0.000					
Service and utility quality	Tourist attraction image	0.351	0.312	5.552	0.000
Design and presentation quality		0.081	0.085	1.581	0.0212
Quality of sensory and psychological experience		0.261	0.207	4.082	0.000
Content quality		0.161	0.233	2.912	0.001
Artistic design quality		0.221	0.154	0.186	0.001
Constant R = 1.354^2= 0.293 R^2= 0.294 F = 53.424, P = 0.000					
Service and utility quality	Social environment image	0.242	0.202	3.995	0.000
Design and presentation quality		0.123	0.114	2.420	0.001
Quality of sensory and psychological experience		0.161	0.143	2.653	0.000
Content quality		0.403	0.352	4.553	0.002
Artistic design quality		0.333	0.325	3.938	0.001
Constant R = 1.283^2= 0.454 R^2= 0.446 F = 97.329, P = 0.000					

Note: $P < 0.05$, $P < 0.01$

Discussion and Conclusion

The study on Ctrip cross-border tourism project as the research object, through cooperation with enterprise obtaining firsthand investigation data, the analysis of Ctrip cross-border tourism information quality evaluation results of the project, and project cognitive brand image in the eyes of the customer evaluation result, obtained the Ctrip cross-border tourism project construction experience and problems in the image. Therefore, Ctrip's cross-border tourism projects can establish customers' cognitive image of the project through good information quality, thus creating a perfect brand image of the project. The main contents are as follows:

First of all, the background of Ctrip and the image of cross-border tourism projects were studied in the preliminary stage, and the domestic and foreign literatures were sorted out to finally determine the research ideas.

Secondly, by exploring the influence of five factors of Ctrip cross-border tourism information quality and three factors of customer cognitive image, it is proved that the information quality of Ctrip cross-border tourism projects has a positive and significant impact on customer cognitive image. On the contrary, in-depth detection is not carried out, but it does not affect the topic research of this paper, which can be further studied in the future.

Thirdly, on the basis of the original conclusions and analysis, corresponding suggestions are put forward based on the research of this paper. In terms of project information quality, service and public utility quality, Design and presentation quality, Quality of sensory and psychological experience, Content Quality, Artistic design Quality, to improve the brand image of Ctrip cross-border tourism projects, improve customer satisfaction.

Recommendations

In view of the image management problems of Ctrip cross-border tourism projects found in this study, the following suggestions are proposed:

1. In terms of project bank image management, enrich Ctrip's cross-border tourism information related content of Service and utility, Design and presentation, improve its quality, so as to improve customers' perception of foreign Image of tourism basic conditions.

2. Improve the Design and presentation quality and Artistic Design quality of Ctrip's cross-border tourism information to reshape customers' perception of foreign Tourist attraction image.

3. It can create 3D VR experience tourism and enhance the Design and presentation quality and Artistic Design quality of Ctrip's cross-border tourism information to enhance customers' attraction to project products. Improve customer recognition of foreign Tourist attraction image.

References

Anaman, K. A., & Ismail, R. A. (2016). Cross-border Tourism from Brunei Darussalam to Eastern Malaysia: an Empirical Analysis. *Singapore Economic Review, 47(01),* 65-87.

Bloemer, Josee & Ko de Ruyter. (1998). On the Relationship between Store Image, Store Satisfaction and Store Loyalty. *European Journal of Marketing, 32(5/6)*, 397-513.

Head of brand Marketing in global overseas market of Ctrip. (2020). *Experience sharing of Trip. com's landing in South Korea.* Retrieved February 22, 2020, from: Zhihu.com.

Huang Kaiyi and Jin Qing. (2018). The Influence of Internet Search behavior on Tourism image perception -- A case study of Korean residents' information search for Chinese destinations. *Service Science and Management, 007(002):* 32-42.

Jiang LX, Lu TH. (2006). **形象**创造价值吗?——**服**务品牌形象对顾客价值–满意–**忠**诚关系的影响. *Management World Year, 2006(4),* 106-114.

Keller, KL. (1993). Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing, 57(1),* 1-22.

Korawan Sangkakorn, Pachernwaat Srichai and Ravee Phoewhawm. (2021). The Role of the Media in Promoting Tourism Towards Chinese Travelers. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts, 9(1),* 77-87.

Lessig, V. Parker. (1973). Consumer Store Images and Store Loyalties. *Journal of Marketing, 37(4),* 72-75.

Li ZG. (2022). *Ctrip performance picked up by what.* China Economic Daily, 010.

Li Mingjian. (2021). *Research on the Difference and Dynamic Change of Tourist Destination image Perception from the perspective of officials and tourists.* Retrieved January 31, 2021, from: Zhihu.com.

Liu Lili. (2019). Research on Wuhan' s Tourism Image based on Network Text Analysis. *Journal of Wuhan Polytechnic University, (3),* 94-99.

Lu TH. (2001). *A century of marketing, the light of thought innovation.* China marketing Report 2001, Guangzhou: Guangzhou publishing house.

Timothy, Dallen, J. (2019). Cross-Border Partnership in Tourism Resource Management: International Parks along the US-Canada Border. *Journal of Sustainable Tourism, 7(3-4),* 182-205.

Wang Xiaoyi and Song Mei. (2016). Research on Business Model Optimization of Ctrip Based on Porter's Five Forces Model. *Science and Technology Innovation Bulletin, (17),* 119-120.

Yang Liu,Jiang Shijiao and Li Chunqiong, et al. (2019). Research on the Development Status and Innovative Strategies of Online Customized Tourism Products -- A Case study of Ctrip and Lvmama. *Tourism Overview (second half), 000(007),* 57-59.

Zhang Yunfei. (2014). Research on Ctrip Online Tourism Multi-Product Integration Project Management. *East China University of Science and Technology, (4),* 24-31.

Zhu Yan. (2018). Study the method of investigation and research with Mao Zedong. *Research Work, (06),* 82.

Wang HM. (2022). ota qi ye wen hua jian she fen xi yi xie cheng lv you wei li (OTA企业文化建设分析——以携程旅游为例). *Journal of Taiyuan Urban Vocational College, 2022(3),* 18-20.

A Study on Tourism Ecology of Healing Hot Spring -- A Case Study of Hezhou Hot Spring

Pu Fan[1*], Prayong Kusirisin[2], Winitra Leelapattana[2] and Jirachai Yomkerd[2]

[1] Student of School of International College, Maejo University, Chiang Mai 50290, Thailand.

[2] Lecturer of School of International College, Maejo University, Chiang Mai 50290, Thailand.

[*] E-mail: 583869026@qq.com

Received *January 29, 2022* ***Revised*** *June 8, 2022* ***Accepted*** *December 30, 2022*

Abstract

In the past two years, Guangxi hot spring tourism has the advantages of well-developed spring, affordable price, convenient transportation and complete facilities. However, due to the problems of backward enterprise management, single tourism products and homogenization of tourism products, the traditional hot spring leisure baths have entered a period of decline. This is also the background of this study. Therefore, the purpose of this study is to explore and study the traditional hot spring management direction from the ecological development direction of convalescent hot spring tourism, and change to the direction of the combination of rehabilitation medicine, health management and tourism vacation. At the same time, this paper uses the methods of investigation, observation, functional analysis and qualitative analysis to study the unique hot spring ecological "healing". Put forward research suggestions on increasing capital investment, increasing the construction of functional areas, improving infrastructure construction and strengthening the construction of Zhuang rural customs. Provide theoretical basis for the research and upgrading of hot spring industry in the region; In order to find new economic growth points and improve Zhuang tourism culture; Promote the integration and innovation of hot spring tourism and medical industry.

Keyword: Healing Hot Spring, Guangxi, Tourism Enterprises, Tourism Ecology

Introduction

The main point of this study is that the tourists and income of Hezhou hot spring show a downward trend, and the subjective reasons include backward management and lack of innovation; Objective factors include novel coronavirus pneumonia, market downturn and other reasons. It is suggested to change from the ecological development direction of spa tourism to the combination of rehabilitation medicine, health management and tourism vacation. This study refers to the literature with certain reference value. In the paper "Research on Evaluation of experience value of hot spring health tourism based on grounded theory -- a case study of yujingshan hot spring in Yingkou", Chinese scholar Wang Lihong applied the theory of tourism development and tourism marketing, taking the experience value of hot spring health tourism as the research object.The paper "From illness to wellness-has thermal spring health tourism reached a new turning point" by Boekstein Mark. He suggested in this paper that this represents a turning point for the thermal spring health tourism product, with the focus changing from using thermal water primarily for the treatment of illnesses, to help already healthy people become even healthier. It is recommended that developing countries create thermal spring tourism products that combine thermal water resources with location-specific healing methods and remedies, but are extended to encompass surrounding natural and cultural attractions, and where possible, involve and benefit local communities. This study can let more scholars and hot spring managers understand how hot spring enterprises can get rid of the backward management and operation mode, and formulate new management strategies and implementation measures according to relevant theories, to develop in a new direction of tourism and improve the efficiency of enterprises

Research Objectives

1. This paper intends to explore and study the problems existing in traditional hot springs, clarify the feasibility and reliability of the new development direction, and change to the direction of the combination of rehabilitation medicine, health management and tourism and vacation through the study of the current experience of Hezhou hot springs and the ecological development direction of convalescent hot spring tourism. This study is in line with the law and market demand of the current Chinese market.

2. Through cross-border, integration and innovation, hot springs reintegrate new tourism functions to form a unique hot spring ecological "healing system". From the perspective of feasibility, the innovation of hot spring tourism means that more consumers can experience different medical projects at different stages. This can not only maintain the freshness and attraction of the hot spring scenic spot, but also improve the income of enterprises, which has very obvious academic reference value and practical value.

3. Based on highlighting the new core functions and main products of hot spring tourism, this study discusses the hot spring culture with unique regional Zhuang customs in Guangxi. Zhuang culture has a history of thousands of years in China. Therefore, the innovation of Guangxi hot spring culture is inseparable from Zhuang culture. From the perspective of business scope, we plan to show the depth and charm of Zhuang culture in the hot spring scenic spot through music, diet, drama, song and dance, so as to make tourists more satisfied and dependent on the hot spring scenic spot.

Literature Review

In the paper, "holder management of local resources in Obama hot spring areas, Nagasaki perfection, Japan", Japanese scholars Emurayuka and Watanabe Takashi discussed the current situation of local resource stakeholder management in the Obama hot spring area of Nagasaki county, and found that the hot spring operators seldom use geological and historical resources and folk art to develop hot springs. Based on these findings, they made an opinion that local resource management should be reviewed to further develop Obama spa with geological and historical resources and folk art. This case is related to the theory of tourism development. The author believes that this view is highly consistent with this study

Indonesian scholars Ardiansyah and Yudi found that tourists are not satisfied with Maribaya natural hot spring resort in their study "Alisis kepuasan wistawan terhadap produk wisata di maribaya natural hot spring resort lembang kabupaten bandung barat". Therefore, researchers and managers upgrade and transform the tourism products of malibaya natural hot spring resort by analyzing tourists' satisfaction and opinions, which greatly improves tourists' satisfaction with the existing tourism products of malibaya natural hot spring resort. The new tourism management mode enhances the reliability of scenic spots. This case uses the basic theory of tourism management, tourism development and tourism marketing theory.

In the paper "Research on Evaluation of experience value of hot spring health tourism based on grounded theory -- a case study of yujingshan hot spring in Yingkou", Chinese scholar Wang Lihong applied the theory of tourism development and tourism marketing, taking the experience value of hot spring health tourism as the research object. This paper sorts out and defines the related concepts of health care tourism and hot spring health care tourism, reviews and summarizes the experience economy theory, customer value theory and TCM preventive treatment theory, and summarizes the related literature of health care tourism, hot spring health care tourism and experience value at home and abroad.

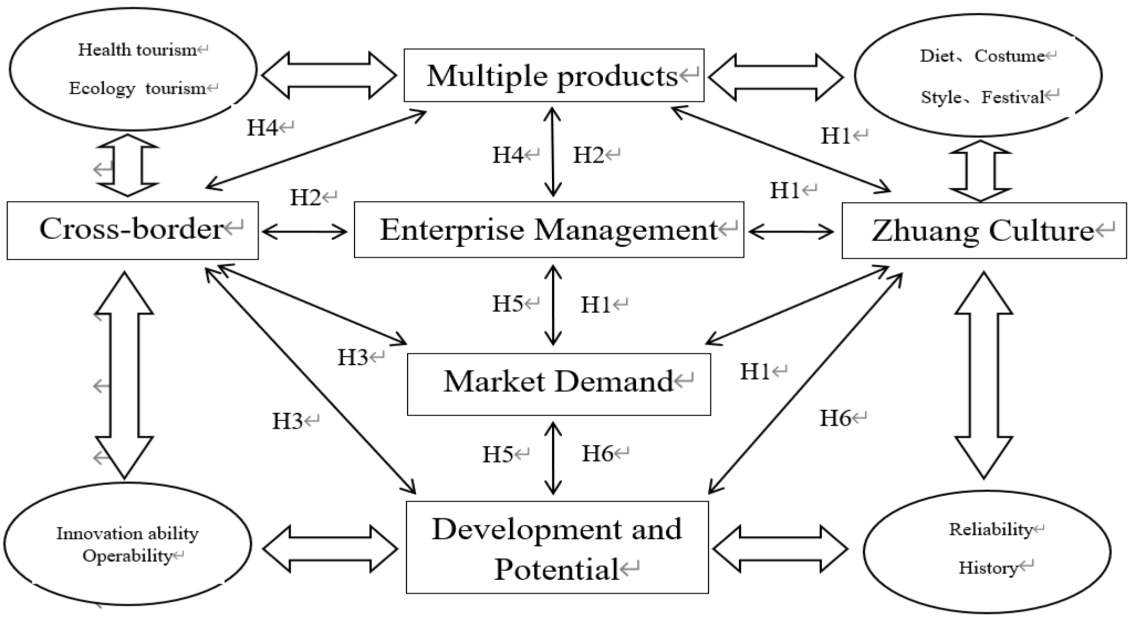
The scholar Chung Hsien Lin's paper "effects of cuisine expertise, psychological well-being, and self-health perception on the revisit intention of hot springs tourists". The author carries out the research from three aspects of food experience, mental health and self-health to explore the influence of these factors on hot spring tourists. The content of this article is very close to my article. This research uses the theory of tourism development and tourism marketing.

The paper "From illness to wellness-has thermal spring health tourism reached a new turning point" by Boekstein Mark. He suggested in this paper that this represents a turning point for the thermal spring health tourism product, with the focus changing from using thermal water primarily for the treatment of illnesses, to help already healthy people become even healthier. In the light of current developments, the historical development and geographical distribution of thermal spring tourism are discussed, with new developments highlighted, particularly those involving local communities. It is recommended that developing countries create thermal spring tourism products that combine thermal water resources with location-specific healing methods and remedies, but are extended to encompass surrounding natural and cultural attractions, and where possible, involve and benefit local communities.

Through the research theory, this research idea focuses on six parts: Zhuang culture, Multiple services, Cross-border, Enterprise management, Market demand and Market potential. Zhuang culture, multiple services and cross-border are external changes. Through the research on how to innovate the marketing means and Strategies of hot spring enterprises, improve the service quality and realize the transformation of traditional hot spring enterprises. Enterprise management, market demand and market potential tend

to internal change, that is, through research and practice, provide appropriate development suggestions to enterprise managers and provide internal theoretical support for enterprise transformation.

Conceptual framework



According to the main theories and research idea, this study puts forward six research hypotheses.

H1: Healing hot spring tourism should be integrated into Zhuang culture, which can enhance the attraction of the Hezhou hot spring.

H2: Many services, hardware facilities and management levels provided by cure hot spring tourism are positively correlated with tourists' satisfaction.

H3: The combination of hot spring tourism and cross-border tourism products can attract more tourists.

H4: Healing hot spring tourism can improve the management level and competitiveness of enterprises.

H5: Healing hot spring tourism can match the market demand.

H6: Healing hot spring tourism has broad development space and market potential.

Research Methodology

This study adopts the method of stratified sampling. According to the previous investigation and field observation of the scenic spot, the flow of people in the hot spring is the least in summer and the most in winter. In the off-season, the average daily tourist flow of the scenic spot per week shall not exceed 100 people / day. In the off-season, it is planned to receive 10% - 20% of tourists every day for

questionnaire survey, and in the summer (July August), it is planned to receive 100 people. The average daily passenger flow per week in peak season shall not exceed 400 people / day. In the peak tourism season (October to December), it is planned to sample 20% - 30% of tourists every day for questionnaire survey, and 300 in winter. A total of 400 people plan to be investigated. Through the questionnaire survey in the off-season and peak season, we can understand the views and opinions of these customers on hot springs, analyze and count them, and provide a data basis for this study.

The data sampling of this study will be divided into two stages:

Pre-investigation stage: through filling in a questionnaire (Stratified sampling), on-site consultation and in-depth interview (Interview method), the tourists of Hezhou hot spring resort were pre-investigated. Combined with the results of the pre-survey, the questionnaire was revised repeatedly, and the order of the questions and the text narration which were difficult for tourists to understand were adjusted and modified. Finally, the formal questionnaire for the cost study was formed.

Formal survey stage: using the formal questionnaire, 400 tourists in Hezhou hot springs were investigated by stratified sampling. The survey area is Hezhou City, and the survey sites include the public rest area, Villa Inn, catering area, service area, etc. in Hezhou hot spring, the bus stops, restaurants, residents' homes in surrounding villages around Hezhou, and the municipal area where Hezhou hot spring is located. The purpose is to ensure that tourists can participate in the survey in their spare time, to reduce the rate of refusal to visit. At the same time, it is also to ensure the quality and reliability of the questionnaire after tourists can have a deep understanding of the scenic spots of Hezhou hot spring resort and have a more comprehensive experience of relevant facilities and services. This study plans to distribute 400 questionnaires and collect 380 valid ones. The effective recovery rate is 95%. SPSS is used to analyze the data.

This study adopts stratified random sampling, also known as type random sampling. It is a method of randomly selecting samples (individuals) at different levels from groups that can be divided into different subgroups (or layers) according to the specified proportion. The advantage of this method is that the samples are representative and the sampling error is small. The disadvantage is that the sampling procedure is simpler and random sampling is more complex. Stratified sampling in quantitative survey is a good

probability sampling method, which is often used in survey. This study adopts hierarchical method. That is, the ratio of the number of samples in each layer to the total number of layers is equal. K = n / N (k is the sampling rate; n is the sample size; n is the population).

The research variables of healing hot spring tourism include Zhuang culture, Multiple tourism services, Cross-border, Enterprise management, Market demand and Market potential. Combined with four research methods, this paper defines six research hypotheses and defines the research items. The specific project arrangement is as follows:

About "Zhuang culture": for reference and basis, this paper defines Zhuang culture as integrating Guangxi Zhuang culture into hot spring tourism. By displaying Zhuang cultural products and providing services with Zhuang customs, the income and long-term attraction of hot spring industry can be greatly improved. This study lists five dimensions: Zhuang nationality diet, Zhuang nationality costume, Architectural style, Zhuang nationality language, and Zhuang Festival.

About "Multiple tourism services": in this paper, a variety of tourism services are defined as providing a variety of extensible services that are not only related to hot springs, fully exploring various types of services directly related to hot springs, and enhancing the tourism function of Hezhou hot springs. This study lists five dimensions: Restaurant, Cultural landscape, nightlife, Meeting and group activity area, Camping.

About "Cross border": in this paper, cross-border tourism products are defined as services that are not directly related to hot springs. Combined with market demand and innovative development concepts, some products of other industries are combined with hot spring tourism to improve the quality of tourism. Cross border tourism products this study lists five dimensions: Rehabilitation medicine, Leisure fitness, Health preservation, Health equipment, Children's growth paradise.

About "enterprise management": This paper defines enterprise management as the tourism enterprise management that can flexibly respond to market demand and actively change the backward management mode. This study lists five dimensions: Management ability of managers, Hardware facilities, Price level, Feedback and Volunteer service.

About "Market demand": This paper defines the market demand as the change and adjustment of the hot spring tourism market in Guangxi, and the market evaluation of the Hezhou hot spring. This study enumerates three dimensions:

Geographical location, Natural hot springs and Tourist satisfaction.

About "Market potential": This paper defines the market potential as the potential and advantages of the Hezhou hot spring tourism system in the domestic hot spring market. This study lists four dimensions: Reliability, Innovation ability, Operability and Sustainable operation ability.

In order to ensure the validity and reliability of the questionnaire, a pre-survey will be conducted before the exam. For the pre-investigation stage, this study plans to adopt the method of gradual correction: for the initially completed investigation index system, we can first try in a small range, obtain small sample data through the test process, analyze the reliability of the index system, find that the description of the index system is inaccurate, easy to cause misunderstanding or imperfect coverage, and then revise the investigation index system. In particular, the behavior of pre-investigation will not inform the respondents or the management of Hezhou hot spring. The focus of the pre-survey is to check whether the content of the questionnaire is wrong, whether the order of questions is reasonable, and whether the text description is difficult to understand. The target of the pre-survey is 50 people. There are 15 tourists (aged 20-40) and 10 local residents. In addition to the questionnaire survey, the researchers will also conduct in-depth interviews with these people.

At the end of the formal survey stage, the reliability and validity of the questionnaire will be tested. For the data obtained from the survey, this study plans to adopt the method of repeated test: the same questionnaire and the same group of respondents make two measurements at different times under the same circumstances as far as possible. The distance between two measurements is usually within two to four weeks. The reliability of the scale was evaluated by correlation analysis or significance test. Considering the convenience of sampling, the subjects of repeated test are: 5 college student volunteers, 10 local residents, 10 Hezhou university students and 25 Hezhou local residents. In addition, all students and residents must have been to Hezhou hot spring at least once. A total of 50 people participated in the test. Using the same questionnaire, check the correlation coefficient between multiple measurements through two or three measurements. If the correlation coefficient is very high, the reliability of the survey data is relatively high; Otherwise, the reliability of the survey data is not high. After the formal investigation stage starts, it

will temporarily decide whether to use Bartlett spherical test and kmo test according to the actual investigation situation and the schedule of researchers. Because using these two methods to test and test the coverage and scientificity of the research index system can improve the effectiveness of the research.

Research Results

In the analysis of the dimensions of different age groups, it is found that there are statistical differences in Zhuang Culture, Multiple Products, Cross-Border, Enterprise Management, Market Demand and Market Potential among different age groups.

Item	Number of cases	Minimum	Maximum	Average value	Standard deviation
Zhuang culture	400	1.00	5.00	3.38	1.07
Multiple products	400	1.00	5.00	3.53	1.08
Cross-border	400	1.00	4.85	3.43	1.02
Enterprise Management	400	1.71	5.00	3.47	0.82
Market Demand	400	1.00	5.00	3.64	1.22
Market potential	400	1.57	5.00	3.82	1.13
Total	**400**	**1.84**	**4.95**	**3.54**	**0.71**

The overall satisfaction score was 3.54. From the six dimensions, the score of Zhuang culture is (3.38 ± 1.07), multiple tourism services are (3.53 ± 1.08), cross-border style is (3.43 ± 1.02), enterprise management ability is (3.47 ± 0.82), the market demand is (3.64 ± 1.22), and the market potential is (3.82 ± 1.13). From the score of each index, the score of market potential dimension is the highest (3.82), and the score of Zhuang culture is the lowest (3.38). Table1: Analysis summary

Therefore, the most satisfied is the dimension of market potential, the less satisfied is the dimension of Zhuang culture. We can analyze and study the above data and draw conclusion. Hezhou hot spring should pay attention to three aspects in planning and operation:

First, a hot spring resort with a variety of tourism services, which is recognized by consumers of most ages. This proves that research hypothesis 2 (H2: many services, hardware facilities and

management level provided by cure hot spring tourism are positively correlated with tourists' satisfaction) and research hypothesis 4 (H4: Healing hot spring tourism can improve the management levels and competitiveness of enterprises) are correct. Hot spring enterprises in Hezhou need internal reform and management. The future focus of Hezhou hot spring should be to provide more targeted services and hot spring projects for non-weekly people of all ages. Hezhou hot spring managers should improve their vision and vision, learn from better hot spring scenic spots and improve their management ability. Cultivate employees' professional skills and abilities, improve the management ability and creativity of the Hezhou hot spring, and improve market awareness

Second, the hot spring cross-border attempt has achieved certain positive results and high feasibility. It can be seen from the data analysis that young people have the highest cross-border expectations for Hezhou hot spring. These people are eager to enjoy more fresh elements, innovative tourism services and experience in Hezhou hot spring. This proves that research hypothesis 3 (H3: The combination of hot spring tourism and cross-border tourism products can attract more tourists) and research hypothesis 6 (H6: Healing hot spring tourism has broad development space and market potential) are correct.

Third, Zhuang culture, diversified tourism services and cross-border style should be closer to middle-aged people. From the data analysis, it can be seen that the middle-aged people have the highest cognition of Hezhou hot spring and are also the age group with the largest number of participants. This proves that research hypothesis 1 (H1: Healing hot spring tourism should be integrated into Zhuang culture, which can enhance the attraction of the Hezhou hot spring) and research hypothesis 5 (H5: Healing hot spring tourism can match the market demand) are correct. From the survey results, middle-aged people are eager for more Zhuang elements, diversified tourism services and experiences, and can participate in more tourism projects. These factors can increase the middle-aged people's stickiness and trust in Hezhou hot spring.

Research Finding

Firstly, it is found that the ecological development direction of Hezhou hot spring turning to recuperation hot spring tourism is correct. The new development direction has been verified by the market and proved to be feasible and reliable.

Secondly, Hezhou hot spring integrates new tourism functions through

cross-border, integration and innovation, which not only improves the freshness and attraction of hot spring scenic spots, but also improves the income of enterprises, opens up market potential and creates new market development space. These new developments have very obvious reference value and practical value.

Third, this study also found that the hot spring culture with unique regional Zhuang customs is very attractive. Hezhou hot spring shows the depth and charm of Zhuang culture in the hot spring scenic spot through music, diet, drama, song and dance, which makes tourists more satisfied and dependent on the hot spring scenic spot and meets the needs of more people for cultural innovation.

Recommendation

To sum up, this study believes that the change and reform of Hezhou hot springs should be carried out from the following aspects: first, increase capital investment to build hot spring leisure and health complex, large hot spring tourism resort and national 5A scenic spot; The second is to strengthen the construction of functional areas and build three functional areas: hot spring leisure resort, hot spring landscape real estate area and hot spring leisure commercial water area; The third is to strengthen the construction of scenic spot facilities and pay attention to the construction of basic service facilities; Fourth, strengthen the construction of Zhuang customs and promote Zhuang diet culture and traditional culture; The fifth is to improve the level of tourism management and tourism service quality, and enhance market recognition.

Result Discussion

To sum up, the operation of Hezhou hot spring has improved, and the new tourism management system has been proved to be effective. Hezhou hot spring also faces fierce competition from enterprises in the same industry in Guangxi and abroad. In the next 3-5 years, Hezhou hot spring will be upgraded to make it more competitive within and outside the region. Combined with the problems found above, tourist feedback, project transformation direction and other research contents, I think the research results and research findings of this paper are different from other similar studies in three development directions:

First, hot springs with state-funded backgrounds have the conditions to increase capital investment. The capital investment is mainly used for the construction of hot spring leisure and health complex, large hot spring tourism resort and a national 5A scenic spot.

Because Hezhou hot spring is controlled and invested by the state, the financial strength is stronger than many private hot springs.

Second, functional zoning is an important measure to provide services to consumers of all ages. The planning and construction of Hezhou hot spring town will follow the principles of ecological priority, adjusting measures to local conditions, quality assurance and strong operability, and build three functional areas of "hot spring leisure resort, hot spring landscape real estate area and hot spring leisure commercial block". Compared with other research projects, Hezhou hot spring can meet the requirements of different consumers in many aspects.

Third, Hezhou hot spring is at the forefront of other studies on the development of Zhuang township culture. At present, in the hot spring research at home and abroad, there are hot spring research combined with Zhuang township culture, which is also one of the highlights of this paper.

References

A Kusumoarto, A Gunawan & G R Nurazizah. (2017). Landscape Potential Analysis for Ecotourism Destination in the Resort Ii Salak Mountain, Halimun-Salak National Park. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 91, 2nd International Symposium for Sustainable Landscape Development 9–10 November 2016,* Bogor, Indonesia. Doi: 10.1088/1755-1315/91/1/012029.

Cheng Che Lin., Lin Fang Chen., Chi Min Wu & Tso Jen Chen. (2018). Exploration of the Critical Factors of Spa Tourism in Taiwan. *International Journal of Science, Technology and Society, 6(2),* 47-51.

Chuanmin Mi., Yetian Chen,, Chiung-Shu Cheng. & Ching-Torng Lin. (2019). Exploring the Determinants of Hot Spring Tourism Customer Satisfaction: Causal Relationships Analysis Using ISM. *Sustainability, 11(9).* Doi:10.3390/su11092613.

F Che Leh., F Z Mokhtar., N Rameli & K Ismail. (2019). Economic Valuation of Environmental Resources at Selected Hot Springs in Perak. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 286, IGEOS International Geography Seminar 2018 3–4 December 2018*, Malaysia. Doi: 10.1088/1755-1315/286/1/012020

Guibao Hou. (2019). Study on the Status Quo and Development Strategy of

Xianning Hot Spring Tourism. *International Journal of Education and Economics, 2(3),* 49-53.

James Clark-Kennedy & Marc Cohen. (2017). Indulgence or therapy? Exploring the characteristics, motivations and experiences of hot springs bathers in Victoria, Australia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 22(5),* 501-511. Doi:10.1080/10941665.2016.1276946.

J. Taplah JrAnthony. (2018). Evaluating the use of hot spring for agricultural process in Los Baños, Laguna, Philippines. *International Journal of Water Resources and Environmental Engineering, 10(1),* 1-8. Doi:10.5897/IJWREE2017.0758.

Kao & Yi Fang. (2017). Design and Practice of Digital Value-Added in Jiaosi Hot Spring Tourism Industry. *Journalism and Mass Communication, 7(7).* Doi: 10.17265/2160-6579/2017.07.005

Liguang Zhao., Mingju Liu & Xuelian Zheng. (2016). Analysis on Problems in Management of Hot Spring Scenic Spot in the North Slope of Changbai Mountain. *In Proceedings of the 2016 2nd International Conference on Economy, Management, Law and Education (EMLE 2016). December 2016.* Doi: 10.2991/emle-16.2017.41

Shavanddasht & Allan. (2019). First-time versus repeat tourists: level of satisfaction, emotional involvement, and loyalty at hot spring. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 30(1),* 61-74. doi:10.1080/13032917.2018.1498363.

Shohei Kurata & Yasuo Ohe. (2020). Competitive Structure of Accommodations in a Traditional Japanese Hot Springs Tourism Area. *Sustainability, 12(7).* Doi: 10.3390/su12073062

Xiaoying Lu., Yanhai Wei & Jiajue Fang. (2019). Research on Architectural Landscape Culture of Zhuang Ethnic Villages in Northern Guangxi. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 267.* Doi: 10.1088/1755-1315/267/6/062029

คำแนะนำในการเตรียมบทความ/รูปแบบการอ้างอิง

เพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา

วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนา เป็นเอกสารวิชาการ ออกปีละ 2 ฉบับ (ฉบับที่1 ประจำเดือนมกราคม ถึง มิถุนายน และฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม ถึง ธันวาคม) รับพิจารณาบทความครอบคลุมสาขาทางมนุษยศาตร์ โดยบทความแต่ละเรื่อง จะรับการประเมินคุณภาพทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวนอย่างน้อย 3 ท่านต่อฉบับ และบทความที่ส่งมาเพื่อรับการพิจารณาลงตีพิมพ์ในฉบับนี้ จักต้องไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาจากที่อื่น หรือได้รับการตีพิมพ์ในวารสารอื่นมาก่อน

เป็นวารสารเพื่อจัดเก็บรวบรวม และเผยแพร่องค์ความรู้ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และองค์ความรู้ด้านธุรกิจ โดยเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการแก่บุคคลทั่วไป และส่งเสริมให้อาจารย์ประจำ และผู้ทรงวุฒิในสาขาต่าง ๆ ได้เสนอผลงานทางวิชาการ: วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชมงคลล้านนานี้อยู่ศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ สหวิทยาการสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์

ขนาดของบทความ

บทความควรมีความยาวระยะระหว่าง 8-15 หน้า (ไม่รวมหน้าปก) พิมพ์หน้าเดียวบนกระดาษ A4 พิมพ์แบบแนวตั้ง (Portrait) ใส่หมายเลขหน้าทุกหน้าที่ด้านขวาของกระดาษ (Page setup) และส่วนระยะขอบ (margins) ดังนี้

ด้านบน (Top) 2.54 ซม.
ด้านล่าง (Bottom) 2.54 ซม.
ด้านซ้าย (Left) 2.54 ซม.
ด้านขวา (Right) 2.54 ซม.
ขอบเย็บกระดาษ (Gutter) 0 ซม.
หัวกระดาษ (Header) 1.25 ซม.
ท้ายกระดาษ (Footer) 1.25 ซม.

รูปแบการพิมพ์บทความ

พิมพ์ด้วยโปรแกรม Microsoft word 2003 ขึ้นไปรูปแบบตัวอักษร (Front) ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunNew หรือ TH SarabunPSK และขนาดอักษร (Size) 16 ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด

ประเภทผลงานวิชาการ

1. บทความวิชาการ (Academic article)

ประกอบด้วย บทนำ สาระสำคัญที่จะเสนอ สรุปและเอกสารอ้างอิง

2. บทความวิจัย (Research article)

ประกอบด้วย บทนำ วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ผล อภิปรายผล สรุปผลหรือข้อเสนอ แนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

3. บทความปริทัศน์ (Review article)

ประกอบด้วย บทนำ สาระปริทัศน์ในประเด็นต่าง ๆ อภิปรายผล กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) และเอกสารอ้างอิง

4. บทวิจารณ์หนังสือ (Book article)

ประกอบด้วย ชื่อหนังสือที่ต้องการนำมาวิจารณ์ ชื่อผู้เขียนและสังกัด ชื่อผู้แต่งหนังสือ รายละเอียดการตีพิมพ์ของหนังสือ ภาพหน้าปกหนังสือ รายละเอียดการวิจารณ์หนังสือให้แสดง

ข้อดีและข้อด้อยของหนังสือ และข้อเสนอแนะ ควรมีจำนวนหน้าอยู่ระหว่าง 3-5 หน้า

รายละเอียดของหัวข้อหลักแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนหน้าปก (Title page) ประกอบด้วย

ชื่อเรื่อง (Title)

ไม่ควรใช้ชื่อเรื่องที่ยาวเกินไป ควรมีความกระชับ ชัดเจน และครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ

ผู้เขียน (Author)

ระบุชื่อ และนามสกุลของผู้เขียนทุกคน โดยไม่ต้องใส่ตำแหน่งหน้าชื่อ

ที่อยู่ (Address)

ให้ระบุสังกัดและสถานที่ติดต่อโดยละเอียด เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 เป็นต้น และอีเมล (เฉพาะผู้ติดต่อหลัก)

*ส่วนของหน้าปกต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. ส่วนของเนื้อหา (Content) ประกอบไปด้วย

บทคัดย่อ (Abstract)

บทคัดย่อต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและเขียนให้อยู่คนละหน้า และให้ใส่ชื่อเรื่องไว้บนบทคัดย่อ ขนาดตัวอักษร 18 นิ้ว ตัวหนา โดยบทคัดย่อควรระบุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์โดยย่อของงานวิจัย ขอบเขตของงานวิจัยและผลวิจัยหลัก และมีจำนวนคำระหว่าง 300-350 คำ และต้องมีคำสำคัญจำนวน 3-5 คำ ที่เกี่ยวข้องกับหัวเรื่องที่ทำการศึกษาด้วย

บทนำ (Introduction)

กล่าวถึงที่มาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เขียนเพื่อนำเสนอประเด็นปัญหาการวิจัยและการตีกรอบปัญหาการวิจัยให้ชัดเจน ประกอบด้วยความเป็นมาของปัญหาการวิจัยและความสำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

ควรกำหนดวัตถุประสงค์ให้มีความเป็นไปได้ และสามารถปฏิบัติได้จริง นอกจากนี้ยังควรมีความชัดเจน เพื่อเข้าถึงความหมายได้ตรงกัน

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยเพื่อนำไปสู่สมมติฐานในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย (Materials and methods)

เขียนบรรยายถึงวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย วิธีการทดลอง วิธีการสุ่ม เป็นต้น และควรเขียนบรรยายให้สามารถทำการทดลองได้

ผล (Result)

เขียนบรรยายผลการวิจัยให้ละเอียดและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา หากมีภาพ แผนภูมิ หรือตารางที่เกี่ยวข้องให้ใส่ลงในส่วนของผลด้วย

อภิปรายผล (Discussion)

กล่าวเน้นถึงการค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยและอาจเชื่อมโยงผลเพื่อ เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เคยมีค้นคว้าไว้ก่อน

กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (Auknowledgement)

ให้กล่าวถึงแหล่งเงินทุนที่ได้รับในการทำวิจัยเท่านั้น (หาก ไม่มีไม่ต้องใส่หัวข้อนี้ในบทความ)

เอกสารอ้างอิง (References)

ข้อกำหนดการเขียนเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

1. การอ้างอิงใช้ระบบ APA 6

2. จำนวนบทความที่นำมาอ้างต้องไม่เกิน 20 บทความ แต่ละบทความไม่ควรมีอายุเกิน 10 ปี(แต่หากเป็นบทความที่เกี่ยวข้อกับทฤษฎีซึ่งมีอายุมากกว่า 10 ปี อนุโลมให้นำมาใช้อ้างอิงได้)

3. ต้องมีการอ้างอิงจากบทความที่เกี่ยวข้องที่มีการตีพิมพ์ในวารสารบริหารธุรกิจและศิปศาสตร์ราชมงคลล้านนา อย่างน้อย 1 บทความ

วิธีการอ้างอิงในเนื้อหา

อ้างอิงโดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษเท่านั้น และใช้ระบบนามปี (นามสกุล , ปี หรือ นามสกุล (ปี)) เช่น Weasly (2015) หรือ(Weasly ,2015) หากมีผู้แต่ง 2 คน ให้ใส่ชื่อและนาสกุลทั้งสองท่าน เช่น Weasly and Potter (2015) หรือ (Weasly and Potter, 2015) หากมีผู้แต่งมากกว่า 2 คน ให้ใส่ชื่อนาสกุลของผู้แต่งแรก และตามด้วย “et al.” เช่น Weasly et al.(2012) หรือ (Weasly et al,2012) เป็นต้น

การส่งบทความต้นฉบับ 2 ช่องทาง โดย

กำหนดส่งเอกสารเพื่อประกอบการพิจารณาลงตีพิมพ์ Microsoft word 1ชุดตามช่องทางดังนี้

1. ส่งบทความผ่านอีเมล :
   balajournal@rmutl.ac.th
2. เว็บไซต์: https://www.tci-thaijo.org/index.php/balajhss/index