

อิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อความไว้วางใจ ของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

THE INFLUENCE OF CORPORATE GOVERNANCE CHARACTERISTICS ON CUSTOMER TRUST IN STATE OWNED ENTERPRISES (SOEs) OF THAILAND

ฤทธิดำรงค์ แก้วขาว¹ และจรรยญา ปานเจริญ²

Ritdumrong Kaewkhaw¹ and Charunya Parncharoen²

^{1,2}วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

^{1,2}College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามโดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) จากลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยทั่วประเทศจำนวน 836 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในระดับสูง มีค่าอิทธิพลทางตรง 0.91 ผลการประเมินความกลมกลืนของแบบจำลองพบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคสแควร์ 16.60 ณ ระดับค่าองศาเสรีเท่ากับ 20 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 0.83 และค่าความน่าจะเป็น (P-Value) เท่ากับ 0.68 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงสัมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.996 ค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยได้ร้อยละ 83 คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจ และความไว้วางใจที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ จรรยาบรรณ และความไว้วางใจด้านศักยภาพ

คำสำคัญ: การกำกับดูแลกิจการที่ดี ความไว้วางใจ รัฐวิสาหกิจ

Abstract

The objective of this research is to investigate the influence of corporate governance characteristics on State Owned Enterprises (SOEs) customer trust in Thailand. Survey research was employed by using questionnaire as a research instrument. Multi-stage sampling was used. Data were collected from 836 SOEs customers in Thailand. Structural equation modeling was used to analyze the data. The results revealed that corporate governance characteristics had a high positive influence on SOEs customer trust in Thailand, direct effect is 0.91. Assessment on goodness of fit from the model found it was consistent with the empirical data, the chi-square = 16.60, the degrees of freedom = 20, chi-square relative = 0.83, the probability (P-value) = 0.68, goodness of fit index (GFI) = 0.996, Root mean square error of approximation (RMSEA) = 0.00. Variables in the model can explain the variance of SOEs customer trust in Thailand was 83%. The highest factor weight of corporate governance characteristics variable was ethics. The highest factor weight of customer trust variable was competency trust.

Keywords: Corporate governance, Trust, State owned enterprise

บทนำ

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่างๆ สามารถช่วยลดต้นทุนให้แก่องค์กรได้ ถือเป็นกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage Strategy) ซึ่งหลายองค์กรต่างนำมาใช้เพื่อให้บริษัทสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนในโลกธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงอย่างเช่นในปัจจุบัน กลยุทธ์น่านน้ำสีขาว (White Ocean Strategy) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ถูกนำเสนอโดย Janjaochai (2012: 21-27) ว่าจะเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสังคมเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันที่จะทำให้บริษัทสามารถแข่งขันได้โดยไม่ต้องให้ความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ตลาดมากนัก อีกทั้งยังผสมผสานระบบทั้งหมดเพื่อสร้างกำไรอย่างเหมาะสมและทำให้บริษัทสามารถดำรงอยู่ได้ โดยมีความไว้วางใจเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินกิจการประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์กรธุรกิจทุกประเภท ทุกอุตสาหกรรมพึงสร้างให้เกิดขึ้นเพื่อปูทางไปสู่เป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ ความไว้วางใจจึงถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญต่อทุก

กระบวนการของการบริหารธุรกิจ ความไว้วางใจจึงถือได้ว่าเป็นต้นทุนทางธุรกิจที่มีความจำเป็นและมีความสำคัญมากกว่าต้นทุนทางการเงิน (Janjaochai, 2012: 85-91) ไม่ว่าองค์กรธุรกิจนั้นจะมีเงินลงทุนมากเพียงใดก็ตาม หากไม่ได้รับความไว้วางใจจากลูกค้า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือแม้แต่ภาคสังคม องค์กรธุรกิจดังกล่าวก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้โดยราบรื่นและง่ายดาย ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ Vasri (1999: 45-46) ที่ว่าการดำเนินธุรกิจควรจะมีคุณสมบัติชอบและความหวังดีต่อลูกค้า ควรดำเนินธุรกิจให้ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสียสามารถไว้วางใจได้ ถ้าธุรกิจมีความน่าไว้วางใจก็จะสามารถลดต้นทุน หากขาดความน่าไว้วางใจธุรกิจนั้นก็ยิ่งถือว่าเป็นธุรกิจที่ไม่เจริญ

สำหรับประเทศไทยนั้น องค์กรธุรกิจประเภทหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อประเทศเป็นอย่างยิ่งทั้งในแง่ของเศรษฐกิจและสังคมคือ องค์กรธุรกิจประเภทรัฐวิสาหกิจ โดยปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนรัฐวิสาหกิจจำนวน 52 แห่ง ณ ธันวาคม พ.ศ. 2558 มีมูลค่าสินทรัพย์ทั้งสิ้นรวม 13,178,872 ล้านบาท และนำส่งเงินกลับคืนสู่ภาครัฐ

ถึง 120,000 ล้านบาท นอกจากการที่ภาครัฐจะได้รับเงินนำส่งจากผลประกอบการของรัฐวิสาหกิจเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาประเทศแล้ว ภาครัฐยังใช้รัฐวิสาหกิจเป็นหนึ่งในช่องทางในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ โดยผ่านการลงทุนของรัฐวิสาหกิจ ซึ่ง ณ ธันวาคม พ.ศ. 2558 รัฐวิสาหกิจได้เบิกจ่ายเงินลงทุนไปแล้วทั้งสิ้น 326,786 ล้านบาท (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 1)

แม้ว่ารัฐวิสาหกิจไทยจะสามารถดำเนินกิจการและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมีนัยสำคัญ แต่รัฐวิสาหกิจก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงปัญหามีผลต่อการดำเนินธุรกิจ อาทิ ความไว้วางใจไม่ได้ แต่กลับยังต้องการได้รับความไว้วางใจทั้งจากลูกค้า ผู้ถือหุ้น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงจากภาคสังคมในการสนับสนุนธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐวิสาหกิจต้องเผชิญกับเหตุการณ์ที่ทำให้หายในเชิงธุรกิจเกี่ยวกับประเด็นความไว้วางใจอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรัฐวิสาหกิจสาขาพลังงานที่ขาดความไว้วางใจจากลูกค้า ประชาชน และผู้มีส่วนได้เสียจนทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น เช่น กรณีการคัดค้านโรงไฟฟ้าถ่านหินจังหวัดกระบี่ กรณีความไม่โปร่งใสในการบริหารจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่จังหวัดระยองของบริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือกรณีปัญหาผลประโยชน์ทับซ้อนของผู้บริหารระดับสูงของภาครัฐเป็นกรรมการบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) (Thailand Development Research Institute, 2014: 64-67) หรือกรณีธนาคารออมสินอนุมัติวงเงินกู้ให้แก่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรวงเงิน 5,000 ล้านบาท เพื่อนำไปใช้ชำระหนี้ให้แก่เกษตรกรในโครงการจำนำข้าวจนส่งผลให้เกิดความไม่ไว้วางใจขึ้น เหตุการณ์ที่ตามมาในขณะนั้นคือ ลูกค้าธนาคารออมสินแห่ถอนเงินออกจากธนาคารออมสินอย่างต่อเนื่อง จนสุดท้ายกรรมการผู้จัดการใหญ่ในขณะนั้นได้ลาออกจากตำแหน่งเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ข่าวสารที่ถูกเผยแพร่ไปข้างต้นนั้นล้วนแล้วแต่

เป็นข้อมูลเชิงลบที่สร้างความไม่ไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับรัฐวิสาหกิจแทบทั้งสิ้น เมื่อลูกค้าไม่มีความไว้วางใจต่อองค์กรธุรกิจแล้วย่อมส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ในเชิงลบอันจะทำให้ลูกค้าไม่ไว้วางใจในการซื้อสินค้าและบริการขององค์กรที่มีภาพลักษณ์ติดลบ (Khongsompong, 2011: 144-145)

แม้จะมีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจอยู่บ้างแต่ส่วนใหญ่จะดำเนินการศึกษาความไว้วางใจของบุคคลากรภายในที่มีต่อองค์กรธุรกิจที่เป็นเอกชน และยังไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงการนำปัจจัยคุณลักษณะด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อความไว้วางใจ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าของรัฐวิสาหกิจประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์กรทางธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างสูง จึงถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งที่จะมีการศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

ความไว้วางใจ (Trust) เริ่มได้รับความสนใจในแวดวงวิชาการมานับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1966 และได้รับความสนใจจากนักวิจัยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี ค.ศ. 1993 เรื่อยมาจนกระทั่งในปัจจุบัน ความไว้วางใจจึงมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จในศตวรรษที่ 21 (Hunt, Lara & Hughey, 2009: 71-77) จึงไม่อาจจะปฏิเสธได้ว่าความไว้วางใจมีความสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ และควรค่าแก่การนำมาศึกษาวิจัยเพื่อให้สามารถเข้าใจถึงตัวแปรความไว้วางใจได้อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะปัจจัยที่จะก่อให้เกิดความไว้วางใจต่อองค์กรของลูกค้า

ความไว้วางใจประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความไว้วางใจด้านศักยภาพ ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร และความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา (Reina & Reina, 1999: 15-20) Reina & Reina (1999: 15-20) อธิบายว่า ความไว้วางใจประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้ ความไว้วางใจด้านศักยภาพ (Competence Trust) คือ การที่บุคคลหรือองค์กรมีสมรรถนะ มีความสามารถในการกระทำที่เชื่อมโยงต่อการมีปฏิสัมพันธ์ พฤติกรรมที่แสดงถึงความไว้วางใจในศักยภาพ ได้แก่ พฤติกรรมที่สะท้อนความไว้วางใจว่า บุคคลหรือองค์กรมีความรู้ มีความเชี่ยวชาญ มีความสามารถ มีความเป็นธรรม มีทักษะความชำนาญในการกระทำสิ่งต่างๆ ความไว้วางใจด้านการสื่อสาร (Communication Trust) คือ การที่บุคคลหรือองค์กรมีพฤติกรรมสะท้อนความเชื่อมั่นในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างเปิดเผย มีความจริงใจต่อกัน ได้ข้อมูลที่เป็นความจริงอย่างคงที่และสม่ำเสมอ ซึ่งทำให้การมีปฏิสัมพันธ์นั้นมีความก้าวหน้า พฤติกรรมที่แสดงถึงความไว้วางใจด้านการสื่อสาร ได้แก่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน การพูดหรือการให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง แสดงออกอย่างเปิดเผย (Robbins, 2005: 220-222) มีการยอมรับความผิดพลาด มีการสื่อสารข้อมูลแบบสองทิศทาง การรักษาความลับระหว่างกัน มีการชี้แจงถึงเจตนาที่ดีอย่างตรงไปตรงมา และความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา (Contractual Trust) คือ ความไว้วางใจต่อการที่บุคคลหรือองค์กรได้กระทำในสิ่งที่ได้ให้คำมั่นสัญญาไว้ไม่ว่าจะดูคำพูด ข้อเขียน หรือพันธสัญญา ความไว้วางใจด้านนี้จะเกี่ยวข้องกับการรักษาความเห็น เจตนารมณ์ในความซื่อสัตย์ พฤติกรรมที่แสดงออกอย่างคงเส้นคงวา พฤติกรรมที่สะท้อนถึงความไว้วางใจด้านคำมั่นสัญญา ได้แก่ การที่บุคคลหรือองค์กรสามารถกระทำหรือดำเนินการได้ตามความคาดหวัง มีความใส่ใจดูแล มีการแสดงความเห็นด้วยได้อย่างตรงไปตรงมา (Reina & Reina, 1999: 19-20)

Caldwell & Clapham (2003: 349-364) ได้ระบุว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจระหว่างบุคคลในระดับ

องค์กรในมุมมองนานาชาตินั้นประกอบด้วยทั้งหมด 7 ปัจจัย ได้แก่ สมรรถนะ (Competence) การปฏิบัติตามกฎหมาย (Compliance) ความรับผิดชอบในการให้ข้อมูล (Responsibility to Inform) การประกันคุณภาพ (Quality Assurance) ขั้นตอนความยุติธรรม (Procedural Fairness) มารยาทปฏิสัมพันธ์ (Interactional Courtesy) และดุลทางการเงิน (Financial Balance) ซึ่งสอดคล้องกับ Covey & Merrill (2008: 5-6) ที่ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความไว้วางใจว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ ได้แก่ คุณลักษณะ (Character) และความสามารถ (Competence) ในแง่ของเศรษฐศาสตร์ความไว้วางใจเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นแก่นในการดำเนินธุรกิจ Covey & Merrill (2008: 5-6) ยังระบุว่าคนส่วนใหญ่มักจะพิจารณาความไว้วางใจผ่านทางคุณลักษณะ (Characteristic) ซึ่งหมายถึงคุณลักษณะด้านการวางตัวเป็นบุคคลที่ดี มีความจริงใจ มีศีลธรรมจรรยา (Ethic) หรือมีความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) ของอีกฝ่ายหนึ่งในขณะที่ Roy, Devlin & Sekhon (2015: 9-10) ได้ยืนยันว่าการรับรู้ของความยุติธรรม (Fairness) ของลูกค้าที่มีต่อบริษัทนั้นมีความสำคัญในการผลักดันความน่าไว้วางใจและความไว้วางใจของลูกค้า

Davis, Lee & Ruhe (2008: 150-165) ยังได้ดำเนินการทดสอบแบบจำลองความไว้วางใจในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยนำมาทดสอบในบริบทของประเทศในภูมิภาคเอเชีย โดยได้ดำเนินการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้าในประเทศได้หวั่นที่มีต่อบริษัทข้ามชาติ พบว่า ลูกค้าชาวไต้หวันรับรู้คุณลักษณะที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจทั้งในด้านความสามารถ (Ability) ความเมตตากรุณา (Benevolence) ความซื่อสัตย์ (Integrity)

สำหรับในประเทศไทย Boonphakrob (2008: 1-3) ได้ดำเนินการศึกษาเพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ (Trust) ของประชาชน 4 มิติ ได้แก่ มิติวัตถุประสงค์เชิงจริยธรรม มิติวัดลักษณะมุ่งอนาคต

ควบคุมตน มิติพฤติกรรมซื้อสัตย์รับผิดชอบ และมีมิติพฤติกรรมมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Sriphet (2015: 86-96) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้าของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าในธุรกิจประกันชีวิตนั้นเกิดจากบริษัทประกันจะต้องทำให้ผู้ซื้อประกันรับรู้ได้ว่า บริษัทมีความโปร่งใส ชัดเจน ปฏิบัติตามสัญญา สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และมีความซื้อสัตย์ต่อลูกค้า ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ Khomlaow & Pasunon (2015: 1-13) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางธุรกิจของบริษัทนำเข้าและส่งออกสินค้าที่มีต่อผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความไว้วางใจทางธุรกิจคือ ด้านความภักดี (Loyalty) ด้านสมรรถนะ (Competence) และด้านความมั่นคงสม่ำเสมอ (Consistency)

ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจข้างต้นแล้ว พบว่า มีหลายปัจจัยที่สอดคล้องกับคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในรัฐวิสาหกิจตาม “หลักการและแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีในรัฐวิสาหกิจ ปี 2552” ที่สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจบังคับใช้ให้รัฐวิสาหกิจทุกแห่งในประเทศไทยต้องยึดถือและปฏิบัติตาม ประกอบด้วย 7 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะที่หนึ่ง ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติหน้าที่ (Accountability) คุณลักษณะที่สอง ความสำนึกในหน้าที่ด้วยขีดความสามารถและประสิทธิภาพ (Responsibility) คุณลักษณะ

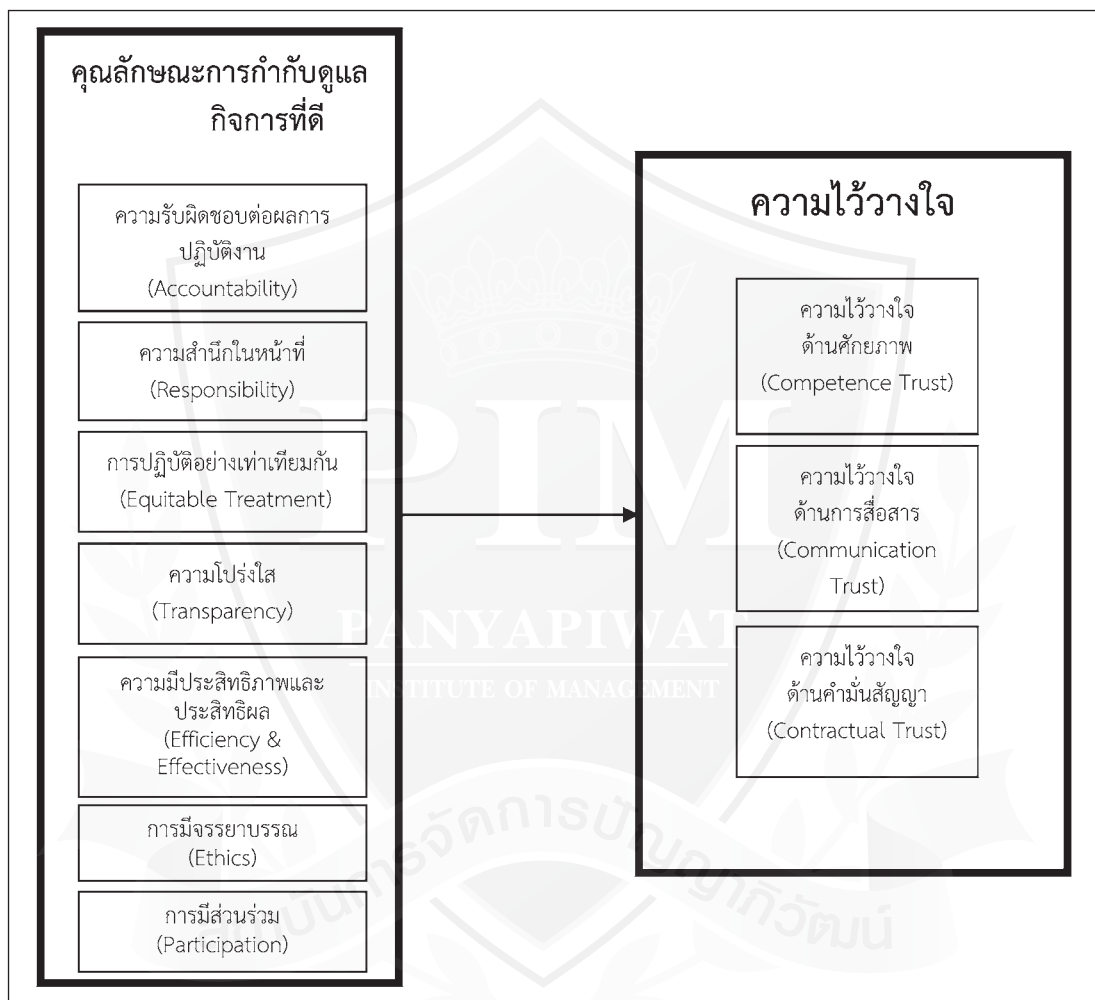
ที่สาม การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยสุจริต (Equitable Treatment) และจะต้องพิจารณาให้เกิดความเท่าเทียมกัน เช่น การจัดซื้อจัดจ้างต้องให้ทุกคนได้รับความยุติธรรม และเท่าเทียมกัน หากมีการร้องเรียนต้องมีคำอธิบายได้ เป็นต้น คุณลักษณะที่สี่ ความโปร่งใส (Transparency) กล่าวคือ ต้องมีความโปร่งใสใน 2 ลักษณะ ดังนี้ ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่สามารถตรวจสอบได้ มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency of Information Disclosure) คือ มีการแสดงผลประกอบการอย่างโปร่งใสแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย คุณลักษณะที่ห้า การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการ (Value Creation) ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวโดยการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มมูลค่าใดๆ นั้นจะต้องเป็นการเพิ่มความสามารถในทุกด้านเพื่อการแข่งขัน คุณลักษณะที่หก จรรยาบรรณ (Ethics) การส่งเสริมพัฒนาการกำกับดูแลและจรรยาบรรณที่ดีในการประกอบธุรกิจ และคุณลักษณะสุดท้าย การมีส่วนร่วม (Participation) เป็นการส่งเสริมให้เกิดการกระจายโอกาสแก่ประชาชนให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการใดๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สุขภาพอนามัย คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของชุมชนหรือท้องถิ่น (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3) โดยสามารถแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจจากการทบทวนวรรณกรรมได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสอดคล้องระหว่างปัจจัยคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ

ปัจจัยคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ
ความรับผิดชอบต่อผลการปฏิบัติงาน (Accountability) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	พฤติกรรมซื่อสัตย์รับผิดชอบ (Accountability) (Boonphakrob, 2008: 1-3)
ความสำนึกในหน้าที่ (Responsibility) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	ความมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน (Achievement) (Boonphakrob, 2008: 1-3)
การปฏิบัติอย่างเท่าเทียม (Equitable Treatment) ต่อผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต (Integrity) และความยุติธรรม (Fairness) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	ความยุติธรรม (Fairness) (Caldwell & Clapham, 2003: 349-364; Roy, Devlin & Sekhon, 2015: 9-10)
ความโปร่งใส (Transparency) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	ความเปิดเผย (Openness) (Caldwell & Clapham, 2003: 349-364; Sriphet, 2015: 86-96)
ความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (Efficiency & Effectiveness) คือ มีลักษณะการปฏิบัติงานด้วยความคุ้มค่า สามารถสร้างมูลค่าให้กับกิจการ (Value Creation) สามารถแข่งขันได้ (Competitiveness) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	ความสามารถ (Ability) ศักยภาพ (Competence) (Davis, Lee & Ruhe, 2008: 150-165; Khomlaow & Pasunon, 2015: 1-13)
การมีจรรยาบรรณ (Ethic) คุณธรรม ปฏิบัติงานตามหลักนิติธรรม (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	จริยธรรม (Covey & Merrill, 2008: 5-6; Boonphakrob, 2008: 1-3)
การมีส่วนร่วม (Participation) (State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning, 2009: 3)	การมีส่วนร่วม (Availability) (Butler, 1991: 643-663)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นเป็นที่น่าสนใจไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยอิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ตัวแปรแฝงภายนอก คือ คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดี

2) ตัวแปรแฝงภายใน คือ ความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจโดยมีสมมติฐานการวิจัยว่าคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ซึ่งพัฒนามาเป็นกรอบความคิดการวิจัยสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross sectional data) โดยใช้วิธีการสำรวจจากประชากรคือ ลูกค้า ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับรัฐวิสาหกิจทั่วประเทศ การสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้สำหรับ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยทั่วประเทศ ด้วยเหตุที่ประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบแล้วพบว่า มีนักวิชาการได้เสนอแนวทางในการกำหนดขนาดตัวอย่างไว้หลายท่านโดยใช้หลักเกณฑ์ที่แตกต่างกันไป

Vanichbuncha (2013: 74) ได้เสนอว่า หากประชากรมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่ชัดเจนให้คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 384 ตัวอย่าง สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) Hair et al. (2010) ได้เสนอเกณฑ์การกำหนดตัวอย่างในการวิเคราะห์แบบสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) ว่า อัตราส่วนระหว่างขนาดตัวอย่างกับจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรควรจะเป็น 20 ต่อ 1 จากแนวคิดและหลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ขนาดตัวอย่างที่ต้องใช้สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ต้องมีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 220-384 ตัวอย่าง ซึ่งสำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้จำนวน 900 ตัวอย่าง ซึ่งจะทำให้มีความแม่นยำของตัวอย่าง (Accuracy) มากขึ้น อีกทั้งยังเพียงพอต่อการชดเชยในการวิเคราะห์ข้อมูลกรณีที่สูญตัวอย่างไม่ครบจำนวนหรือกรณีที่ไม่สามารถเก็บแบบสอบถามได้ครบตามที่กำหนดไว้ (Pitaktapsombud, 2005: 78)

ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามปลายปิดเพื่อจำกัดประเด็นคำตอบให้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาโดยใช้ระดับคะแนน (Rating Scale) 1-5 และดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ประเมินค่าความสอดคล้อง (IOC) และทำการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างโดยใช้วิธี Try Out จากตัวอย่างที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 30 คน และตรวจสอบความน่าเชื่อถือหรือความเที่ยง (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ถือว่ายอมรับได้ควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Siljaru, 2014: 562) ผลการทดสอบเบื้องต้นพบว่า มีค่าระหว่าง 0.83-0.98 ซึ่งมากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร สำหรับวิธีการ

วิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์รายละเอียดปัจจัยต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) โดยใช้โปรแกรม AMOS ทั้งนี้เนื่องจากสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรได้ทั้งที่เป็นแบบสมการเส้นตรง (Linear Model) และที่ไม่ได้เป็นเส้นตรง (Nonlinear Model) สำหรับสมการโครงสร้างเพียงสมการเดียว (Ullman & Bentler, 2004: 431)

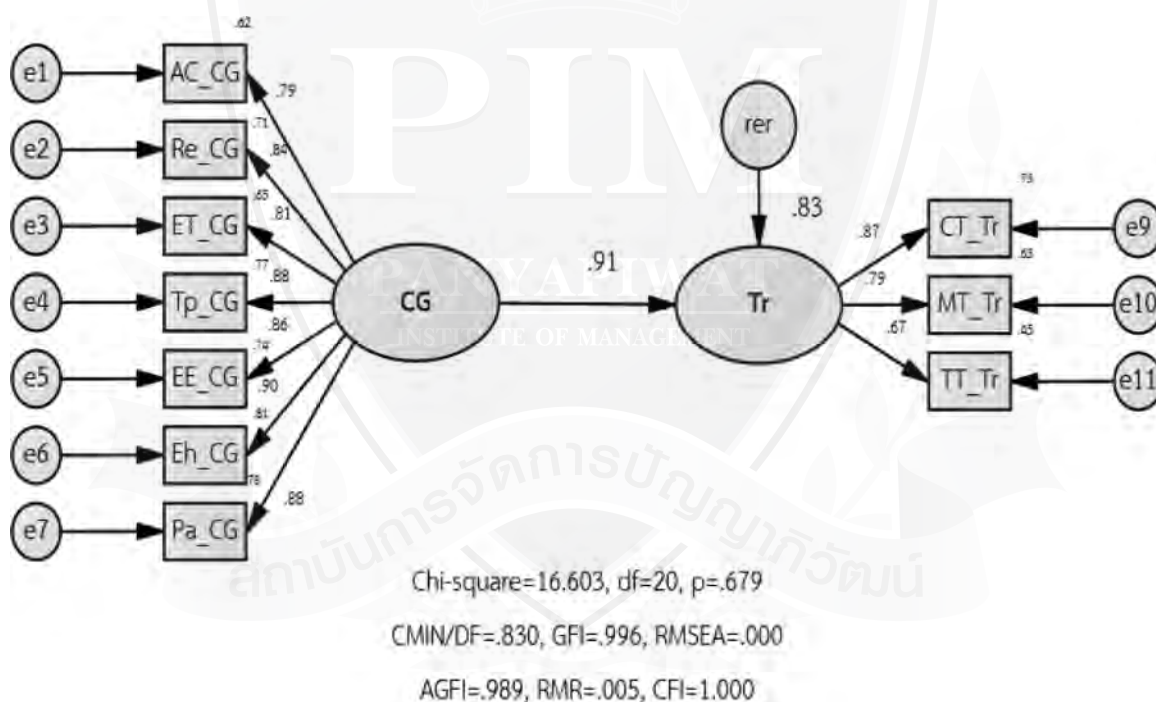
ผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจำนวน 836 ชุด คิดเป็นร้อยละ 92.89 จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐบาลที่มีต่อความไว้วางใจของลูกค้ายรัฐบาลในในประเทศไทยพบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไคสแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 16.60 ณ ระดับค่าองศาเสรี (df) เท่ากับ 20 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.83 และค่าความน่าจะเป็น (P-Value) เท่ากับ 0.68 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงสมบูรณ์ (GFI) เท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงสมบูรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.989 ค่ารากของส่วนเหลือกำลังสองเฉลี่ย (RMR) เท่ากับ 0.005 ค่ารากกำลังสองของค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ดังนั้นจากค่าสถิติข้างต้นจะสามารถเห็นได้ว่า ค่า GFI และค่า AGFI มีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า RMR และค่า RMSEA มีค่าเข้าใกล้ศูนย์ รวมถึงค่าไคสแควร์สัมพัทธ์มีค่าน้อยกว่า 2 แสดงว่าตัวแบบที่ศึกษามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาอัตราความสามารถในการใช้ตัวแปรแฝงอธิบายการผันแปรของตัวแปรสังเกตหรือองค์ประกอบหรือค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) ของสมการโครงสร้างของตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดความไว้วางใจของลูกค้ายรัฐบาลใน

ประเทศไทยมีค่าเท่ากับ 0.83 หรือตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยได้ร้อยละ 83.0 เมื่อพิจารณาผลการประมาณค่าอิทธิพลของตัวแปรแฝงในแบบการวิจัยพบว่า ความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.91 และเพื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าเป็นบวกและทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบมากที่สุดของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจคือ จรรยาบรรณ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุดคือ ความรับผิดชอบต่อการผลการปฏิบัติงาน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 สำหรับตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดของความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจคือ ความไว้วางใจด้านศักยภาพ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยที่สุด รายละเอียดตามภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ตัวแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจ

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ยอมรับว่า คุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีอิทธิพลระดับสูงและในทางบวกต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะ

การกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจสามารถทำนายผลความไว้วางใจได้ อีกทั้งยังสอดคล้องกับทฤษฎี แนวคิด และผลงานการวิจัยของนักวิชาการ เช่น Butler (1991: 643-663), Caldwell & Clapham (2003: 349-364), Davis, Lee & Ruhe (2008: 150-165), Boonphakrob

(2008: 1-3), Khomlaow & Pasunon (2015: 1-13), Sriphet (2015: 86-96), Roy, Devlin & Sekhon (2015: 9-10), Sakolkittinapakul & Taweek (2017: 8-10) เป็นต้น ซึ่งได้ระบุว่า องค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบนี้มีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจ เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์ประกอบคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีและความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยในตัวแบบคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจและความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยที่มีค่าน้ำหนักมากคือ จรรยาบรรณ (Ethic: Eh) และความโปร่งใส (Transparency: Tp) รวมถึงความไว้วางใจด้านศักยภาพ (Competency Trust: CT) ทั้งนี้จะเนื่องมาจากกลุ่มลูกค้ารัฐวิสาหกิจถือเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งอยู่นอกของการดำเนินธุรกิจหรือมิใช่กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่ในองค์กรหรือใกล้ชิดกับการดำเนินธุรกิจของรัฐวิสาหกิจโดยตรง ทำให้การเข้าถึงและการรับรู้ข้อมูลที่สำคัญต่างๆ ของรัฐวิสาหกิจซึ่งลูกค้ารัฐวิสาหกิจต้องการที่จะรับรู้ นั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ดังนั้นกลุ่มลูกค้ารัฐวิสาหกิจจึงให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีของรัฐวิสาหกิจในด้านความโปร่งใสมากที่สุดเพื่อที่จะเป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงการที่องค์กรรัฐวิสาหกิจจะมีคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีได้อย่างชัดเจน เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าไปดำเนินการตรวจสอบข้อมูล การดำเนินการต่างๆ ของรัฐวิสาหกิจได้อย่างชัดเจน รวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning (2009: 3) รวมถึงสอดคล้องกับ Khomchu (2002: 27) ที่ระบุว่าองค์กรจะต้องมีการบริหารงานอย่างโปร่งใส กล่าวคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มจะต้องสามารถเข้าทำการตรวจสอบได้ และในทุกขั้นตอนจะต้องมีผู้รับผิดชอบ ทั้งนี้ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าลูกค้ายังให้ความสำคัญคุณลักษณะ

การกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านจรรยาบรรณ อาจจะเนื่องมาจากการที่ลูกค้ามีโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรได้มีขีดจำกัด ประกอบกับการเข้าไปตรวจสอบให้เกิดความโปร่งใสอาจจะทำได้ยาก จรรยาบรรณจึงเปรียบเสมือนพระไตรปิฎกหรือคำกริยาเบ็ดเตล็ดที่จะเป็นสิ่งที่ควบคุมกำกับดูแลให้รัฐวิสาหกิจดำเนินธุรกิจไปได้อย่างถูกต้อง เป็นธรรม ไม่ประพฤติปฏิบัติในทางที่เสื่อมเสียไม่ดี และดำเนินธุรกิจด้วยความมีมาตรฐานอย่างมีอาชีพ ตามเช่นที่จรรยาบรรณได้ระบุไว้ นอกจากนี้ความคุ้นเคยจากการที่ใช้บริการมาอย่างยาวนานและมาตรฐานต่างๆ ที่รัฐวิสาหกิจจะต้องปฏิบัติและดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดของ Bourdeau (2005: 125) ที่ระบุว่าลูกค้าจะมีความไว้วางใจในระดับสูงหากประเมินองค์ประกอบเกี่ยวกับศักยภาพขององค์กรธุรกิจที่จะสามารถสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าความสามารถในการให้บริการ การให้บริการอย่างตรงไปตรงมาและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าว่าอยู่ในระดับสูงด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

ในการที่รัฐวิสาหกิจจะดำเนินการด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อให้กลายเป็นองค์กรที่มีคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีเพื่อที่จะส่งเสริมให้เกิดความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจเพิ่มขึ้นนั้น ผู้บริหารรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยควรที่จะให้ความสำคัญหรือมุ่งเน้นในการผลักดันนโยบาย การปฏิบัติตามแนวทางการกำกับดูแลกิจการที่ดีและส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในด้านจรรยาบรรณและด้านความโปร่งใสของรัฐวิสาหกิจเป็นสำคัญ ทั้งนี้ในอนาคตผู้ที่สนใจสามารถนำตัวแบบคุณลักษณะการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่มีอิทธิพลต่อความไว้วางใจของลูกค้ารัฐวิสาหกิจในประเทศไทยไปศึกษาเพื่อทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของสาขาวิสาหกิจเพื่อเป็นการยืนยันองค์ความรู้อีกครั้ง

References

- Boonphakrob, P. (2008). *The Development of a Tool to Measure Key Factors Affecting the Trust of Citizens on Government Officials*. Bangkok: OCSC. [in Thai]
- Bourdeau, L. B. (2005). *A new examination of service loyalty: Identification of the antecedents and outcomes of additional loyalty framework*. Doctoral Thesis, Florida University, Gainesville, Florida.
- Butler, J. K. (1991). Toward understanding and measuring conditions of trust: Evolution of a conditions of trust inventory. *Journal of Management*, 17, 643-663.
- Caldwell, C. & Clapham, S. E. (2003). Organizational trustworthiness: An international perspective. *Journal of Business Ethics*, 47(4), 349-364.
- Covey, S. M. R. & Merrill, R. R. (2008). *The speed of trust*. New York: The Free Press.
- Davis, J. H., Lee, M. & Ruhe, J. (2008). Trust: an intercultural comparison of consumer perceptions. *International Journal of Commerce and Management*, 18(2), 150-165.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hunt, M. L., Lara, T. M. & Hughey, A. W. (2009). Establishing and Maintaining Organizational Trust in the 21st Century. *Industry & Higher Education*, 23(2), 71-77.
- Janjaochai, D. (2012). *White Ocean Strategy* (15th ed.). Bangkok: DMG. [in Thai]
- Khomchu, C. (2002). *Good governance, transparent governance with ethics* (2nd ed.). Bangkok: Numfon. [in Thai]
- Khomlaow, S. & Pasunon, P. (2015). *Business Trust and Effective Factor of Business Trust between the Import and Export Customers with Logistics provider at Suvannabhum Airport*. Philosophy thesis doctoral in Management, Silpakorn University. [in Thai]
- Khongsompong, K. (2011). Build Trust & Reliability Strategies that tie the customer forever. *Marketeer*, 12(132), 144-145. [in Thai]
- Pitaktapsombud, P. (2005). *Sampling Survey: Theory and Practice* (3rd ed.). Bangkok: Sematum. [in Thai]
- Reina, D. S. & Reina, M. L. (1999). *Trust & Betrayal in the Workplace*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Robbins, S. P. (2005). *Essentials of Organizational Behavior* (8th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Roy, S. K., Devlin, J. F. & Sekhon, H. (2015). The Impact of Fairness on Trustworthiness and Trust in Banking. *Journal of Marketing Management*, 31(9-10).
- Sakolkittinapakul, R. & Taweasuk, P. (2017). Analyzing Factors of Content Marketing that Influencing Trust of Apparel Customers in Electronic Commerce. *Panyapiwat Journal*, 9(1), 8-10. [in Thai]

- Siljaru, T. (2014). *Research and analysis of statistical data by SPSS and AMOS* (15th ed.). Bangkok: SR Printing Mass Product. [in Thai]
- Sriphet, N. (2015). Customer's Trust Creation Approach on Insurance Businesses in Thailand. *Academic Journal Bangkokthonburi University*, 3(2), 86-96. [in Thai]
- State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning. (2009). *Principles and guidelines for good governance in state enterprises 2009*. Bangkok: SEPO. [in Thai]
- State Enterprise Policy office, Bureau of Policy and Planning. (2009). *Important information of Thai state enterprises Vol.1 (1/2009)*. Bangkok: SEPO. [in Thai]
- Thailand Development Research Institute. (2014). *Corruption and Exploitation*. Bangkok: Aksonsumphan 1987. [in Thai]
- Ullman, J. B. & Bentler, P. M. (2004). In M. Hardy & A. Bryman (Eds.). *Handbook of data analysis*. London: SAGE Publications.
- Vanichbuncha, K. (2013). *Structural equation modeling analysis (SEM) AMOS*. Bangkok: Samlada. [in Thai]
- Vasri, P. (1999). *Sufficiency Economy and Civil Society to Revive the Economy* (6th ed.). Bangkok: Mor Chao Ban. [in Thai]



Name and Surname: Ritdumrong Kaewkhaw

Highest Education: DBA (Doctor of Business Administration),
Dhurakij Pundit University

University or Agency: Ministry of Energy, Thailand

Field of Expertise: Plan and Policy Business, Energy Business,
Corporate Governance

Address: 555/2 Energy Complex Building B, Vibhavadi Rangsit Rd.,
Chatuchak, Bangkok 10900



Name and Surname: Charunya Parncharoen

Highest Education: Ph.D. (Commerce), Murdoch University, Australia

University or Agency: Dhurakij Pundit University

Field of Expertise: Operations Management, TQM

Address: 110/1-4 Prachachuen Rd., Laksi, Bangkok 10210