



การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ
ในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance

Analysis: IPA

โดย

นางสาวเปรมบุญย์ วรรณพรการ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ
ในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance
Analysis: IPA

โดย

นางสาวเปรมบุญย์ วรสรพรการ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Measuring Service Supply Chain Performance in Thailand by
Importance-Performance Analysis

BY

Miss Prembun Vorasapakarn

The logo of Thammasat University is a large, faint watermark in the background. It is a circular emblem with a central figure holding a book, surrounded by Thai script and the words 'THAMMASAT UNIVERSITY'.

A INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2015
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวเปรมบุญย์ วรสรพร

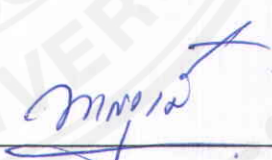
เรื่อง

การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย
ด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis:IPA

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 24 เม.ย. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(อาจารย์ ดร. พานวงศ์ คัมภีรารักษ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. ศากุน บุญอิต)

คณบดี


(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis: IPA
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเปรมบุญย์ วรสรรพการ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. ศากุน บุญอิต
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

ธุรกิจบริการมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อไปในอนาคต ทำให้มีความจำเป็นที่ธุรกิจต้องหาทางพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) กลายเป็นหัวใจสำคัญของการยกระดับการดำเนินงานของธุรกิจ และได้มีการนำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการ เพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการ อย่างไรก็ตาม เมื่อทบทวนงานวิจัยในอดีตพบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ (Service Supply Chain Management) และการวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการ (Service Performance Measurement) อย่างแพร่หลาย ซึ่งจะมุ่งวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หรือคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) แต่กลับมีงานวิจัยที่พัฒนาตัวชี้วัดสำหรับวัดผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการค่อนข้างจำกัด ยิ่งไปกว่านั้นที่ผ่านมายังไม่เคยมีงานวิจัยที่นำตัวชี้วัดเหล่านั้นมาใช้วัดหรือประเมินผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ (Service Supply Chain Processes) นอกจากนี้ ยังไม่เคยมีงานวิจัยที่ใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ในการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ ซึ่งเครื่องมือ IPA จะช่วยให้เห็นภาพการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย และแสดงผลโดยใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA โดยแบ่งกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการออกเป็น 7 องค์ประกอบหลักตามแนวคิด IUE-SSC Model ของ Baltacioglu et al. (2007) ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) และใช้แบบสอบถามตัวชี้วัดแต่ละองค์ประกอบที่อ้างอิงจากงานวิจัยของชนิดา พงษ์พานรัตน์ (2554) จำนวน 43 ตัวชี้วัด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในประเทศไทย

ผลการวิจัยได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 155 ชุด พบว่ามีตัวชี้วัดจำนวน 30 ตัวที่สามารถใช้เป็นตัวชี้วัดของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ จากนั้นจึงนำมาหาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตัวชี้วัดของตัวแปรตาม (Performance) เพื่อนำมากำหนดจุดแกนตั้ง ในเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA และใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients Regression) ของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ (Importance) มาใช้ในการกำหนดจุดแกนนอน ในเครื่องมือ IPA

งานวิจัยนี้ได้นำตัวชี้วัดกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการมาใช้ในการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยทั้ง 7 กระบวนการ และนำเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA มาใช้ในการแสดงผลเพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ ซึ่งธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการประเมินความสามารถ วางแผนพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไปในระยะยาว นอกจากนี้ นักวิชาการอาจใช้เป็นฐานข้อมูลอ้างอิงให้กับผู้ที่สนใจศึกษาและต่อยอดงานวิจัยในด้านนี้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: กระบวนการห่วงโซ่อุปทาน, ธุรกิจบริการ, Importance-Performance Analysis

Independent Study Title	MEASURING SERVICE SUPPLY CHAIN PERFORMANCE IN THAILAND BY IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS
Author	Miss Prembun Vorasapakarn
Degree	Master of Business Administration
Major Field/Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Sakun Boon-Itt, Ph.D.
Academic Years	2015

ABSTRACT

To study service supply chain (SSC) performance in Thailand, importance-performance analysis (IPA) was used. SSC involves management of demand, capacity and resources, customer relationships, supplier relationships, order process, service performance, information flow, and technology. Samples were people employed in the service sector in Thailand from all over Thailand. The data was collected from February to April 2016. 155 samples filled out a questionnaire about the service sector in-person. Results were that 30 indicators affect the SSC. Importance-performance analysis (IPA) used the mean of the dependent variable (performance) to plot the vertical axis while the value of regression coefficients of independent variables (importance) to plot the horizontal axis. This study is useful not only for people working in the service sector to apply Importance-performance analysis (IPA) for developing business strategies based on SSC performance, but also for future researchers who would like to expand the knowledge on SSC performance measurement.

Keywords: Service supply chain, Service sector, Importance-performance analysis

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าวิจัยอิสระในหัวข้อ “การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis: IPA” สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือของ รศ.ดร. ศากุน บุญอิต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้คอยให้คำแนะนำ ข้อคิด และข้อมูลที่เป็นประโยชน์และถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย ขอบพระคุณ อ.ดร.พาดุงศ์ คัมภีรารักษ์ กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ให้คำแนะนำและตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์ไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้วิชาแก่ผู้วิจัย และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตการทำงาน อีกทั้งยังเพิ่มพูนประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ในอนาคต ขอขอบพระคุณบริษัทต่างๆ ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในการวิจัย ตลอดจนขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่และบุคลากรโครงการปริญญาโททางบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และครอบครัวที่ให้โอกาสในการศึกษาเล่าเรียน และคอยสนับสนุนทั้งร่างกาย แรงใจ และทุนทรัพย์ในการศึกษา ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนๆ นักศึกษาโครงการ ปริญญาโททางบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

นางสาวเปรมบุญย์ วรสรพรการ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 โครงสร้างของแต่ละบท	4
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.2.1 แนวคิดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน	7
2.2.1.1 นิยามของห่วงโซ่อุปทาน	7
2.2.2 การบริการและห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ	8
2.2.2.1 นิยามของการบริการ	8
2.2.2.2 ลักษณะการบริการ	9

2.2.2.3	ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ	9
2.2.2.4	แบบจำลองปฏิบัติการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ	10
2.2.3	การวัดคุณภาพบริการและเครื่องมือที่ใช้	12
2.2.3.1	การวัดคุณภาพบริการ	12
2.2.3.2	เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL Model	13
2.2.3.3	เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน	13
2.3	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.3.1	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการปฏิบัติงานห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ	16
2.3.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA)	19
2.4	กรอบแนวคิดงานวิจัย	24
บทที่ 3 วิธีการวิจัย		25
3.1	การออกแบบงานวิจัย	25
3.2	ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	26
3.2.1	ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น	26
3.2.1.1	การจัดการความต้องการ	26
3.2.1.2	การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร	26
3.2.1.3	การบริหารลูกค้าสัมพันธ์	26
3.2.1.4	การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers	26
3.2.1.5	การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ	26
3.2.1.6	การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ	27
3.2.1.7	การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ	27
3.2.2	ตัวแปรตาม	27
3.2.2.1	คุณภาพการให้บริการ	27
3.3	การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	27
3.3.1	ประชากรเป้าหมาย	27
3.3.2	การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	28
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	28
3.5	วิธีการเก็บข้อมูล	30
3.6	การประเมินความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือ	30

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน	30
3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	30
3.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน	31
3.7.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ	31
3.7.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	31
3.7.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน	31
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	32
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	32
4.2 การวิเคราะห์ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ	35
4.2.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ	35
4.2.1.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ	35
4.2.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย	35
4.2.2.1 การกำหนดกลุ่มปัจจัยตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ	35
4.2.3 คะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	41
4.2.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	45
4.2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน	48
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	55
5.1 สรุปผลการวิจัย	55
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
5.1.2 การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	56
5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้	58
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	59
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	59
รายการอ้างอิง	60

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

65

ภาคผนวก ข ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ

75

ประวัติผู้เขียน

81



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	6
3.1	29
3.2	29
4.1	32
4.2	36
4.3	39
4.4	41
4.5	45
4.6	46
4.7	46
4.8	47

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA Grid) ของ Martilla and James (1978)	14
2.2 แสดงการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงานด้วยเครื่องมือ IPA ของ Nam Trang, Zander, Visser, and Kolbe (2015)	16
2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย	24
4.1 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการด้วยเครื่องมือ IPA	48
4.2 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการจัดการความต้องการด้วยเครื่องมือ IPA	49
4.3 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากรด้วยเครื่องมือ IPA	50
4.4 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือ IPA	51
4.5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers ด้วยเครื่องมือ IPA	52
4.6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อด้วยเครื่องมือ IPA	52
4.7 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการด้วยเครื่องมือ IPA	53
4.8 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการด้านการจัดการข้อมูลสารสนเทศด้วยเครื่องมือ IPA	54

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมบริการมีบทบาทหลักในเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) และเศรษฐกิจไทยกำลังเข้าสู่ในยุคเปลี่ยนผ่านจากเศรษฐกิจที่เน้นภาคการเกษตร มาสู่ภาคการผลิตและบริการมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในทุกเศรษฐกิจทั่วโลก ทำให้การบริการใหม่ๆ ถือกำเนิดขึ้นมาเพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้าและการลงทุนอย่างต่อเนื่อง (Pracha, 2013) การเติบโตของอุตสาหกรรมบริการ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ โดยสาขาบริการของไทยที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยว การขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าปลีก-ค้าส่ง เป็นต้น แนวโน้มการเติบโตที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ทำให้ผู้ประกอบการในภาคบริการ จำเป็นต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งการยกระดับผลการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลสูงสุด ย่อมช่วยให้สามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนาแนวทางการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการ จำเป็นต้องพิจารณาในส่วนที่เป็นกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจ หรือจำเป็นต้องคำนึงถึงห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งการศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานในอดีตส่วนใหญ่ จะเน้นเพียงการศึกษาในอุตสาหกรรมการผลิต การศึกษาห่วงโซ่อุปทานเพื่อวัดผลการปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมบริการยังมีอยู่อย่างจำกัดและมีความท้าทาย เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการมีลักษณะที่แตกต่างกับอุตสาหกรรมผลิตอย่างสิ้นเชิง

Ellram et al. (2002 และ 2004) ได้ให้คำนิยามของการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการว่าเป็น “การจัดการข้อมูล กำลังการผลิต ประสิทธิภาพการบริการ และการเงินจากผู้ส่งมอบขั้นแรกไปยังลูกค้าขั้นสุดท้าย” และต่อมา Baltacioglu et al. (2007) ได้พัฒนาต่อยอดแบบจำลองการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการขึ้นมา โดยแบ่งกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการได้ 7 กระบวนการ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหาร

กระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management)

อย่างไรก็ตาม การวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการทำได้ยาก เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ ทำให้มีความซับซ้อนในการวางแผนการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า (Lovelock, 1983; Parasuraman et al., 1985) ในขณะเดียวกัน ก็วัดผลความสำเร็จให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้ค่อนข้างยาก และการบริการนั้น ไม่อาจทำให้เป็นมาตรฐานได้ เพราะการวัดคุณภาพของการบริการล้วนขึ้นอยู่กับความคาดหวังของลูกค้าก่อนที่จะได้รับการบริการ รวมทั้งประสบการณ์ที่ได้รับหลังจากที่ได้รับบริการ (Johnson and Mathews, 1997)

Martilla and James (1977) ได้นำเสนอเครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-performance Analysis: IPA) ซึ่งเครื่องมือนี้ได้รับการยอมรับและนำไปใช้เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานในด้านบริการเป็นที่แพร่หลาย โดย Deng (2006) ได้ชี้ให้เห็นว่าเครื่องมือ IPA ถือเป็นเครื่องมือในการประเมินผลการปฏิบัติงานที่วัดระดับปัจจัยบริการระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจในกระบวนการบริการรูปแบบใหม่ ในขณะที่ Sampson and Showalter (1999) ระบุว่า เครื่องมือ IPA ใช้วัดความสำคัญที่มีต่อลูกค้าและความพึงพอใจจากผลการปฏิบัติงาน และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าโดยเฉพาะ บนพื้นฐานการจัดลำดับความสำคัญในด้านเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม Gemmel (2007) แย้งว่าเครื่องมือ IPA สามารถนำไปใช้ในโครงการปรับปรุงคุณภาพบริการซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุความเป็นเลิศในเรื่องคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในระดับสูง

การวิจัยครั้งนี้ จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ IPA ในการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ และใช้วิธีเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ให้บริการธุรกิจบริการในประเทศไทย และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบและนำเสนอด้วยเครื่องมือ IPA ซึ่งจะช่วยเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ

1.3 ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) ซึ่งวัดผลจากกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ (Service Supply Chain Processes) อุตสาหกรรมบริการทั้ง 7 กระบวนการ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) และมีกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาคือ ธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงานตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เมษายน 2559

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เมื่อทบทวนงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ (Service Supply Chain Management) ซึ่งมีความแตกต่างจากกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ที่เน้นอุตสาหกรรมการผลิต เนื่องจากคุณลักษณะสำคัญของธุรกิจบริการนั้น ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ ดังนั้น การวัดประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการจึงทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม แม้จะวัดได้ยาก แต่ก็มีงานวิจัยมากมายที่ศึกษาเรื่องการวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการ (Service Performance Measurement) ซึ่งจะมุ่งวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หรือคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของการวัดผลของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานบริการ กลับมีงานวิจัยที่พัฒนาตัวชี้วัดสำหรับวัดผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการที่ค่อนข้างจำกัด ยิ่งไปกว่านั้น ที่ผ่านมายังไม่เคยมีงานวิจัยที่นำตัวชี้วัดเหล่านั้นมาใช้วัดหรือประเมินผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ (Service Supply Chain Processes) จึงยังคงขาดงานวิจัยที่ศึกษาในด้านนี้ นอกจากนี้ ยังไม่เคยมีงานวิจัยใดที่ประยุกต์ใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ในการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ ซึ่งเครื่องมือ IPA จะช่วยให้

เห็นภาพการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

การวิจัยครั้งนี้ จะได้ผลการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) จากการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัดกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการที่อ้างอิงจากงานวิจัยของชนิดาพงษ์พานารัตน์ (2554) จำนวน 43 ตัวชี้วัด และนำมาแสดงผลด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA เพื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของแต่ละกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ ซึ่งธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการประเมินความสามารถวางแผนพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไปในระยะยาว ทั้งนี้ นักวิชาการอาจใช้เป็นฐานข้อมูลอ้างอิงให้กับผู้ที่สนใจศึกษาและต่อยอดงานวิจัยในด้านนี้ต่อไปในอนาคต

1.5 สรุปโครงสร้างของแต่ละบท

สำหรับเนื้อหาในบทอื่นๆ นั้น ประกอบด้วย บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทที่ 3 วิธีการวิจัย บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล และบทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บททบทวนวรรณกรรมเป็นการศึกษางานวิจัย บทความ ตำราทางวิชาการ ทฤษฎี และ ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางและกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับการวัดผลปฏิบัติงานของธุรกิจ บริการในประเทศไทย

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

2.2.1.1 นิยามของห่วงโซ่อุปทาน

2.2.2 การบริการและห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

2.2.2.1 นิยามของการบริการ

2.2.2.2 ประเภทของการบริการ

2.2.2.3 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

2.2.2.4 แบบจำลองการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

2.2.3 การวัดคุณภาพบริการและเครื่องมือที่ใช้

2.2.3.1 การวัดคุณภาพบริการ

2.2.3.2 เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL Model

2.2.3.3 เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการปฏิบัติงานห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA)

2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย

เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการมีความหลากหลาย ครอบคลุมตั้งแต่การบริการระดับต้น เช่น ร้านค้าแผงลอยตามท้องถนน จนถึงบริการขั้นสูงในภาคการเงินและอาชีพ โดยสำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้กำหนดค่านิยมของอุตสาหกรรมบริการว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่อยู่นอกเหนือจากภาคการเกษตร ภาคการผลิต และการทำเหมืองแร่ ทำให้ภาคบริการมีความหมายที่ค่อนข้างกว้าง ในปี ค.ศ. 1991 ข้อตกลงทางการค้าในภาคบริการ (The General Agreement on Trade in Services: GATs) ได้กำหนดนิยามอุตสาหกรรมบริการขึ้นมา พร้อมทั้งระบุประเภทธุรกิจบริการที่อยู่ในภาคบริการไว้ด้วย ซึ่งนิยามของ GATs ได้รับการใช้อย่างแพร่หลายและเป็นมาตรฐานในทางวิชาการ โดยประเภทของธุรกิจบริการตามค่านิยมของทั้งสองหน่วยงาน สามารถแสดงได้ดังตารางข้างล่าง

ตารางที่ 2.1

แสดงการเปรียบเทียบประเภทธุรกิจบริการ

แนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	แนวคิดของ GATs
1. การไฟฟ้า ก๊าซและน้ำ	1. ธุรกิจบริการ
2. การก่อสร้าง	2. ธุรกิจการสื่อสาร
3. การค้าส่งและค้าปลีก การซ่อมบำรุง เครื่องยนต์ งานซ่อมแซมบ้าน	3. ธุรกิจก่อสร้างและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ วิศวกรรม
4. โรงแรมและภัตตาคาร	4. ธุรกิจจัดจำหน่าย
5. ขนส่ง คลังสินค้าและการสื่อสาร	5. ธุรกิจการศึกษา
6. ตัวกลางทางการเงิน	6. ธุรกิจสิ่งแวดล้อม
7. อสังหาริมทรัพย์ บ้านเช่า	7. ธุรกิจการเงิน
8. งานสาธารณสุขและการป้องกัน	8. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและด้านสังคม
9. การศึกษา	9. ธุรกิจท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้อง
10. สุขภาพและงานเพื่อสังคม	10. ธุรกิจสันตนาการวัฒนธรรมและกีฬา
11. กิจกรรมชุมชน สังคม และส่วนบุคคล	11. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง
12. งานบ้าน	12. ธุรกิจบริการอื่นๆ ที่ไม่ได้ระบุ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน

2.2.1.1 **นิยามของห่วงโซ่อุปทาน** ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ที่จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจรอบข้าง เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยจำเป็นต้องสร้างความร่วมมือระหว่างธุรกิจในแนวดิ่งและแนวราบ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันในระยะยาว โดยมีผู้ให้คำจำกัดความการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ไว้เป็นจำนวนมาก ดังนี้

Handfield et al. (1999) ให้นิยามของการบริหารห่วงโซ่อุปทานว่าเป็น การบูรณาการและจัดการของห่วงโซ่หรือกิจกรรมต่างๆ ผ่านการสร้างความร่วมมือกันระหว่างองค์กร ที่มีกระบวนการทางธุรกิจที่ใช้ร่วมกัน มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน เพื่อสร้างระบบปฏิบัติการที่มีคุณค่าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

David, Phillip, and Edith (2000) กล่าวว่า การบริหารห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการร่วมกันระหว่าง Suppliers ผู้ผลิต การจัดการคลังสินค้า และการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การผลิตและการจัดจำหน่ายเป็นไปอย่างถูกต้องทั้งในเชิงปริมาณ สถานที่ และเวลา เพื่อมุ่งลดต้นทุนให้อยู่ในระดับต่ำที่สุด ในขณะที่รักษาคุณภาพในการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

Mentzer et al. (2001) ให้นิยามว่า เป็นความสัมพันธ์เชิงระบบ โดยเกิดจากการวางยุทธศาสตร์ร่วมกันระหว่างธุรกิจที่ทำหน้าที่ต่างๆ และพยายามวางกลยุทธ์ที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อปรับปรุงและยกระดับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

Lambert et al. (2005) การบริหารห่วงโซ่อุปทาน เป็นการบูรณาการกระบวนการของธุรกิจ ตั้งแต่ Suppliers จนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End User) เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Institute for Supply Management เห็นว่าการบริหารห่วงโซ่อุปทาน เป็นการออกแบบและการบริหารกระบวนการเพิ่มมูลค่าตลอดทั้งองค์กรโดยไร้รอยต่อ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคขั้นสุดท้าย

Supply Chain Council ให้นิยามว่า เป็นการบริหารอุปสงค์และอุปทาน ตั้งแต่การจัดการแหล่งวัตถุดิบ การผลิต การประกอบชิ้นส่วน คลังสินค้าและการบริหารคลังสินค้า การสั่งซื้อ การบริหารใบสั่งซื้อ การจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าทุกช่องทาง และการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า

กล่าวโดยสรุป การบริหารห่วงโซ่อุปทาน จากคำนิยามข้างต้น หมายถึง กระบวนการโดยรวมของการไหลของวัสดุ สินค้า ตลอดจนข้อมูล และธุรกรรมต่าง ๆ ผ่านองค์กรที่ เป็นผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ไปจนถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคโดยที่องค์กรต่าง ๆ เหล่านี้มีความสัมพันธ์ทางธุรกิจต่อกัน

2.2.2 การบริการและห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

2.2.2.1 นิยามของการบริการ

Lovelock et al. (1983) ได้แบ่งการบริการออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) เป็นสิ่งที่สร้างประโยชน์ให้กับลูกค้า และ 2) เป็นรูปแบบหรือแนวทางในการส่งมอบบริการนั้น ให้กับลูกค้า

Kotler. (1984) ให้คำจำกัดความของการบริการ คือ กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรมที่ฝ่ายหนึ่งเสนอขายให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยผู้รับบริการไม่ได้ครอบครองการบริการนั้นอย่างเป็นทางการ และกระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือไม่ก็ได้

Heskett et al. (1990) ให้นิยามการบริการว่าเป็นการกระทำที่องค์กรต้องการนำเสนอให้กับลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น และผู้ลงทุนได้รับรู้ เปรียบเสมือนชุดของผลประโยชน์ที่ผู้ให้บริการนำเสนอ

Edvardsson and Olsson. (1996) ให้นิยามว่าเป็นการให้รายละเอียดในเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งที่นำเสนอให้กับลูกค้า เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการและปรารถนาที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง รวมทั้งรูปแบบที่ส่งมอบบริการนั้นๆ เพื่อให้บรรลุในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ (2545) สรุปคำจำกัดความของการบริการไว้ว่า เป็นการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยอาจมีผลผูกพันกับตัวสินค้า แต่การกระทำนั้น ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ และไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของได้ ซึ่งการกระทำนั้นได้สร้างประโยชน์หรือนำเสนอคุณค่าให้แก่อีกฝ่ายหนึ่งในห้วงเวลาและสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง

โดยสรุปแล้ว การบริการ เป็นกิจกรรมที่องค์กรหนึ่งนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่า และสร้างประโยชน์ให้กับผู้รับบริการ โดยเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ ผู้รับบริการไม่ได้ครอบครอง อย่างไรก็ตาม การให้นิยามของการบริการ เป็นสิ่งที่ทำได้ยากเพราะมีความหลากหลายตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ทำให้การบริการมีความแตกต่างออกไป จึงไม่สามารถสรุหาคำนิยามที่สามารถครอบคลุมลักษณะทุกประเภท

2.2.2.2 ลักษณะการบริการ

Dotchin and Ockland. (1994) กล่าวว่า ธุรกิจบริการแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน หากจะนำมาเปรียบเทียบกัน จึงทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม ยังมีลักษณะร่วมกันบางประการ โดยสามารถแบ่งลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ ได้แก่ 1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การบริการไม่สามารถสัมผัส หรือมองเห็นเหมือนสินค้าอื่น จำเป็นต้องใช้ประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ จากคุณลักษณะนี้ ทำให้การบริการแตกต่างออกจากสินค้า ซึ่งไม่มีลักษณะทางกายภาพ ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องแสวงหาสิ่งอื่นๆ มาใช้ประกอบในการตัดสินใจ เช่น สัญลักษณ์ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า ชื่อเสียงขององค์กร บุคลากร ราคา หรือการสื่อสาร หรือสิ่งอื่นที่สามารถเป็นตัวแทนในการสะท้อนคุณภาพการให้บริการหรือเป็นหลักประกันที่แสดงถึงคุณภาพและประโยชน์จากการบริการ โดย Hoffman and Bateson. (1997) กล่าวว่า การบริการนั้นสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย เพราะการกระทำขึ้นกับพนักงานให้บริการ ไม่สามารถจดสิทธิบัตรคุ้มครองการเลียนแบบการกระทำดังกล่าวได้ 2) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นลักษณะที่กระบวนการผลิตและการบริโภคไม่สามารถแยกกันได้ โดยผู้บริโภคจำเป็นต้องอยู่ ณ ช่วงเวลาก่อนที่จะเกิดการบริการนั้นขึ้น แล้วผู้ให้บริการจึงจะผลิตและส่งมอบบริการ และผู้รับบริการจะบริโภคไปพร้อมกัน ช่วงเวลาเดียวกัน ไม่สามารถแยกจากกันได้ ทั้งสองฝ่ายต่างต้องมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยทั้งสองคนต่างมีความสำคัญต่อผลลัพธ์ของการบริการ การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคจึงเป็นปัจจัยสำคัญของคุณลักษณะนี้ โดยผู้บริโภคจะรับรู้คุณภาพการบริการจากประสบการณ์ที่ได้รับตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดช่วงเวลาของการบริการ 3) ไม่แน่นอน ไม่คงที่ (Variability) คุณภาพการบริการจะขึ้นกับผู้ให้บริการและผู้รับบริการในแต่ละครั้ง แตกต่างกันไปตามสถานที่ เวลา และสภาพแวดล้อมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นขณะบริการ ความไม่แน่นอนของการบริการเกิดจากปัจจัยภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้เมื่อนำเสนอการบริการ ผู้บริโภคจะรับรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจของผู้บริโภคแตกต่างกัน โดยพนักงานคนเดียวกัน แต่ให้บริการแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลา ย่อมส่งมอบบริการที่แตกต่างกัน ทำให้การควบคุมมาตรฐานของบริการจึงทำได้ยาก 4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish Ability) การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ และไม่มีสินค้าคงคลัง เพราะผู้ให้บริการต้องผลิตและส่งมอบบริการทันที ไม่สามารถผลิตและเก็บไว้ล่วงหน้าหรือขายภายหลัง ในขณะที่เดียวกัน ผู้บริโภคก็ไม่สามารถครอบครองกรรมสิทธิ์ได้ ได้รับเฉพาะประสบการณ์จากการใช้บริการ

2.2.2.3 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

Ellram et al. (2004) ให้คำนิยามห่วงโซ่อุปทานบริการ (Service Supply Chain) ว่าเป็น “การจัดการข้อมูล กำลังการผลิต ประสิทธิภาพการบริการ และการเงินจาก

ผู้ส่งมอบชิ้นแรกไปยังลูกค้าชิ้นสุดท้าย”

Baltacioglu et al. (2007) ได้ให้คำนิยามห่วงโซ่อุปทานบริการ (Service Supply Chain) ว่าเป็นเครือข่ายระหว่าง Suppliers ผู้ให้บริการ ผู้บริโภค และหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ที่มีบทบาทและมีปฏิสัมพันธ์กับการใช้ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการให้บริการ ตลอดจนแปลงทรัพยากรมาเป็นการบริการต่างๆ ทั้งบริการหลัก (Core Service) และบริการสนับสนุน (Supporting Service) และส่งมอบบริการดังกล่าวให้แก่ลูกค้า บริการหลัก (Core Service) ที่ให้ประโยชน์แก่ลูกค้า ถือเป็นสินค้าสุดท้ายที่ต้องส่งมอบให้กับลูกค้า ในขณะที่ บริการสนับสนุน (Supporting Service) เป็นกิจกรรมรองที่ Suppliers หรือผู้ให้บริการส่งมอบให้แก่ลูกค้าเอง ดังนั้น ในบริบทของห่วงโซ่อุปทานบริการ (Service Supply Chain) การบริการทั้งสองประเภทรวมกัน ถือว่าเป็นการบริการที่สมบูรณ์ โดยเป้าหมายสูงสุดของการบริการ คือ การให้ลูกค้ารับรู้ถึงการบริการ และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริการดังกล่าว และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

2.2.2.4 แบบจำลองปฏิบัติการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ

Ellram et al. (2004) ได้พัฒนารอบแนวคิดการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ (Service Supply Chain Management) ขึ้นมาบนพื้นฐานของแนวคิดเดิม ได้แก่ GSCF Model, SCOR Model และ Hewlett-Packard Model โดยเห็นว่าอุตสาหกรรมบริการสามารถใช้ประโยชน์จากการนำแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศของอุตสาหกรรมการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ได้ อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างที่สำคัญ คือ การบริการเป็นนามธรรม ทำให้ยากที่จะวัดภาพและวัดผลการปฏิบัติงานของการบริการได้อีกทั้งการบริการยังมีความหลากหลาย ครอบคลุมกิจกรรมหลายชนิด ดังนั้นการพัฒนารอบแนวคิดที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันจึงเป็นไปได้ค่อนข้างยากลำบาก ดังนั้น จึงได้สร้างแบบจำลองปฏิบัติการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ (The Service Supply Chain Management Model: The SSCM Model) ขึ้นมา ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ 1) การไหลของข้อมูล (Information Flow) คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อการตัดสินใจต่างๆ ภายในองค์กร ยังมีความรวดเร็ว ยังมีประสิทธิภาพสูง เพราะจะช่วยยกระดับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การแบ่งปันข้อมูลระหว่างหน่วยธุรกิจ การรับรู้และสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนข้อมูลย้อนกลับหลังจากให้บริการ ซึ่งช่วยในการควบคุมและติดตามผลการปฏิบัติงานของธุรกิจ 2) การบริหารกำลังการผลิตและทักษะ (Capacity and Skill Management) คือ การเลือกระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมาใช้เพื่อส่งมอบบริการให้กับลูกค้าแต่ละประเภท บนพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร และทักษะของพนักงานที่มีอยู่อย่างจำกัด 3) การจัดการความต้องการ (Demand Management) คือ การบริหารจัดการความแปรปรวนของความต้องการของลูกค้าให้มี

ความพร้อมและมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการที่คาดเดาได้ยาก 4) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) คือ การสร้างความสัมพันธ์ โดยการพยายามทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อสามารถนำเสนอบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด เพิ่มความจงรักภักดีของลูกค้า ซึ่งมีส่วนช่วยให้ลดความแปรปรวนของความต้องการของลูกค้าได้ 5) การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) เป็นการเลือก Suppliers ที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับผู้ให้บริการอย่างชัดเจน โดยมีการเจรจาต่อรอง และตกลงเงื่อนไขสัญญาระหว่างกัน เพื่อลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นได้ 6) การบริหารการส่งมอบบริการ (Service Delivery Management) คือ การจัดระบบในการส่งมอบบริการให้มีความชัดเจนและแน่นอน ระหว่างผู้รับบริการทั้งภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการทำสัญญาและกำหนดข้อตกลงร่วมกัน 7) กระแสเงินสด (Cash flow) เป็นการเชื่อมโยงการไหลของเงินระหว่างหน่วยย่อยในห่วงโซ่อุปทาน โดยพิจารณาระยะเวลาและจำนวนในการชำระเงินเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการสูงสุด

Baltacioglu et al. (2007) ได้พัฒนาต่อยอดแบบจำลอง SSCM เพื่อใช้ในการวัดผลการปฏิบัติงานของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ (Service Supply Chain) โดยมองว่าการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ เป็นการจัดการกับข้อมูล กระบวนการ ความสามารถในการบริการ และประสิทธิภาพการบริการ ตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบคนแรกไปยังลูกค้าขั้นสุดท้าย รวมทั้งสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างผู้ให้บริการ ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ที่มีการโอนทรัพยากรไปยังการบริการและส่งมอบให้กับลูกค้า ซึ่งเรียกว่า แบบจำลองการบริหารห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการ (IUE-SSCM) โดยแบ่งกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมบริการออกเป็น 7 กระบวนการ ได้แก่ 1) การจัดการความต้องการ (Demand Management) เป็นการประเมินความต้องการของลูกค้าโดยใช้ข้อมูลในการตัดสินใจ ซึ่งความต้องการของลูกค้ามักไม่แน่นอน 2) การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) คือ ความสามารถในการรักษาสสมดุลระหว่างความต้องการของลูกค้าและความสามารถในการส่งมอบบริการขององค์กร โดยกำลังการบริการของบริษัทขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีและกำลังคนด้วย 3) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) คือ การพยายามทำความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ พร้อมทั้งมุ่งตอบสนองความต้องการเหล่านั้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาว 4) การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) เป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรกับหน่วยงานภายนอกที่มีเป้าหมายที่จะดำเนินธุรกิจต่อไปอย่างยั่งยืน โดยทำงานร่วมกันและมีการแลกเปลี่ยนความเสี่ยงและผลประโยชน์ร่วมกัน โดยจำเป็นต้องติดตามและทบทวนความร่วมมืออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 5) การบริหารกระบวนการ

คำสั่งซื้อ (Order Process Management) คือ กระบวนการที่เชื่อมโยงทั้งองค์กร ครอบคลุมกระบวนการย่อยๆ ตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อ ตรวจสอบสถานการณ์สั่งซื้อ ติดต่อประสานกับลูกค้า จนถึงส่งมอบบริการที่กำหนด โดยเน้นความรวดเร็วและถูกต้อง 6) การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) คือ การบูรณาการแนวทางการปรับปรุงระบบประสิทธิภาพขององค์กรให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายขององค์กรได้ 7) การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) เป็นการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลในทุกกระบวนการตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีการแบ่งปันข้อมูลตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อให้ทุกส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้รับข้อมูลที่สอดคล้องกัน และใช้ในการตัดสินใจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะช่วยลดความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นได้

2.2.3 การวัดคุณภาพบริการและเครื่องมือที่ใช้

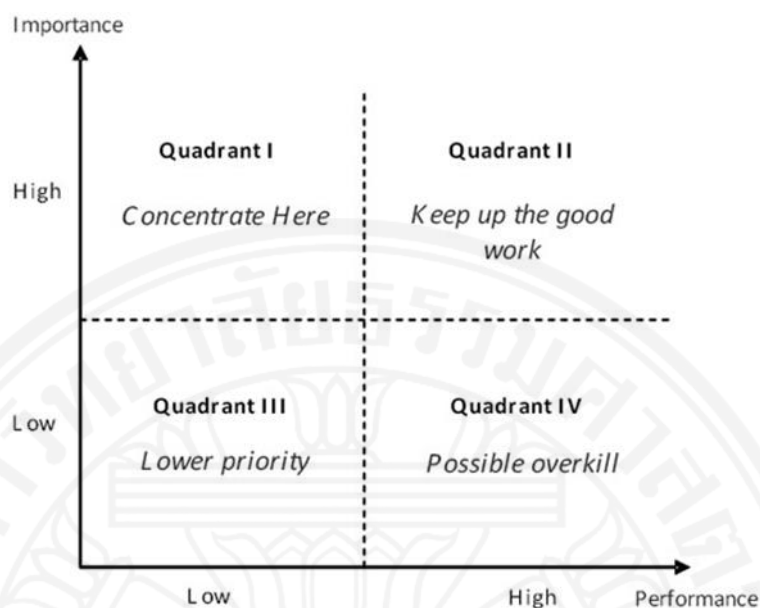
2.2.3.1 การวัดคุณภาพบริการ โดยทั่วไปเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมิน จะใช้การวัดคุณภาพการบริการ โดยพิจารณาจากคุณลักษณะที่ผู้รับบริการคาดหวัง โดย Parasuraman et al. (1990) ระบุว่า องค์กรควรคำนึงถึงคุณลักษณะ 10 ประการ เพื่อสร้างความประทับใจและจงใจให้กับผู้รับบริการ ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ สรรูปภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้อำนวยความสะดวก เครื่องแบบพนักงาน การตกแต่งภายใน เพราะการวัดความเป็นรูปธรรมทำได้ยาก จึงจำเป็นต้องสร้างให้เกิดรูปธรรมผ่านสิ่งต่างๆ 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นความสามารถในการนำเสนอบริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ 3) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) คือ การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าได้ทันทีรวดเร็วทันใจ 4) ความเชี่ยวชาญ (Competence) ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ มีความเชี่ยวชาญในการบริการที่ถูกต้องและเหมาะสม 5) ความมีอัธยาศัยยนอบน้อม (Courtesy) ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง รู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริใจมีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานที่จะต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรงและซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ 7) ความปลอดภัย (Security) เป็นสรูปภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยงภัยและปัญหาต่างๆ 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและรับฟังผู้ใช้บริการ 10) ความเข้าใจลูกค้า (Understanding customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหาและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว ด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

2.2.3.2 เครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL Model

Parasuraman et al. (1990) เห็นการแบ่งคุณลักษณะของการบริการ ทั้ง 10 ประการ ยังมีความทับซ้อนกัน จึงพัฒนาและต่อยอด ลดทอนและรวบรวมให้เหลือเพียง 5 ประการ และเรียกว่า SERVQUAL Model ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) สิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้เป็นรูปธรรมจากการบริการ 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการที่ผู้ให้บริการสัญญาไว้กับลูกค้าอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ 3) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) ความพร้อมและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ตามที่ลูกค้าคาดหวัง 4) ความไว้วางใจได้ (Assurance) ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ผ่านปัจจัยต่างๆ เช่น ชื่อเสียง ภาพลักษณ์ ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจในการบริการ 5) ความเข้าใจและความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) คือ การดูแลเอาใจใส่ และให้ความสนใจลูกค้าของผู้ให้บริการ

2.2.3.3 เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) ได้รับการพัฒนาโดย Martilla and James (1977) เพื่อใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับ และความพึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการของผู้บริโภค โดยจะให้ข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้บริหารในด้านการวัดความพึงพอใจ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยคะแนนในส่วนความสำคัญ (Importance) และ ผลการปฏิบัติงาน (Performance) จะเก็บจากแบบสอบถามและใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scales) และนำคะแนนที่ได้มาทำกราฟ 2 แกน โดยแกนตั้ง แทนระดับความสำคัญ และแกนนอน แทนระดับผลการปฏิบัติงาน โดยกำหนดค่าที่มีความสำคัญสูง และมีผลการปฏิบัติงานดีมากไว้ที่ 4.0 โดยคำถามในส่วนความสำคัญ เช่น การบริการที่สำคัญที่สุดในขณะที่ได้รับบริการ โปรดเรียงลำดับความสำคัญในส่วนผลการปฏิบัติงาน เช่น คิดว่าคุณลักษณะของการบริการแต่ละอันที่ได้รับ อยู่ในระดับใด ซึ่งใช้ตารางในการแสดงผล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังรูปภาพด้านล่าง



ภาพที่ 2.1 เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA Grid) ของ Martilla and James (1978)

ส่วนที่ 1 (Quadrant I): เฟ่งความสนใจ (Concentrate Here) เป็นพื้นที่ด้านซ้ายบนของตาราง แสดงคุณลักษณะที่ได้คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญสูง แต่มีผลการปฏิบัติงานเฉลี่ยต่ำ หมายความว่า ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้น แต่ต้องปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพของคุณลักษณะดังกล่าวให้ดีขึ้น เพราะเป็นคุณลักษณะที่มีความสำคัญมาก จำเป็นต้องได้รับความสนใจและเร่งแก้ไขปรับปรุง เพราะถือเป็นจุดอ่อนสำคัญขององค์กร

ส่วนที่ 2 (Quadrant II): ทำดีแล้วรักษาเอาไว้ (Keep up with good work) เป็นพื้นที่ด้านขวาบนของตาราง แสดงคุณลักษณะที่ได้คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการปฏิบัติงานที่สูงทั้งคู่ หมายความว่าผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะนั้น และสะท้อนให้เห็นว่าผลการปฏิบัติงานนั้นก็มีประสิทธิภาพ มีการจัดการที่ดี และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังนั้น จึงควรรักษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนั้นไว้

ส่วนที่ 3 (Quadrant III): ลำดับความสำคัญต่ำ (Low Priority) เป็นพื้นที่ด้านซ้ายล่างของตาราง แสดงคุณลักษณะที่ได้คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญและผลการปฏิบัติงานต่ำทั้งคู่ สะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะนั้นไม่มีความสำคัญในสายตาของลูกค้า ในขณะที่เดียวกัน ผลการปฏิบัติงานก็ไม่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการสามารถลดความสำคัญของคุณลักษณะนั้นให้น้อยลงได้ เพราะองค์กรทุ่มเทมากเกินไปกับคุณลักษณะที่อยู่ในส่วนนี้

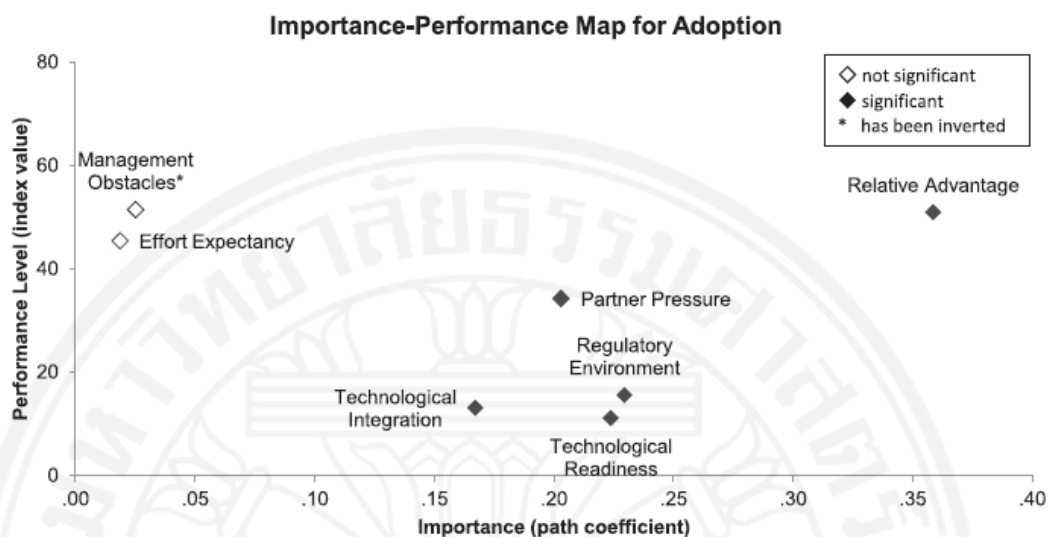
ส่วนที่ 4 (Quadrant IV): มีโอกาสล้มเลิก (Possible Overkill) เป็นพื้นที่ด้านขวาล่างของตาราง แสดงคุณลักษณะที่ได้คะแนนเฉลี่ยความสำคัญต่ำ แต่มีค่าคะแนนเฉลี่ยผลการ

ปฏิบัติงานสูง สะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะนั้นไม่ได้สำคัญในสายตาของลูกค้า แต่รู้สึกว่าได้รับบริการบริการที่ดี ผู้ให้บริการสามารถจัดสรรหรือโยกย้ายทรัพยากรในส่วนนี้ไปใช้ประโยชน์ในส่วนอื่นๆ แทนได้

สำหรับจุดตัดของตารางหรือกราฟ IPA นั้น Martilla and James (1978) เสนอให้ใช้ค่ามัธยฐาน (Median) แทนค่าเฉลี่ยสำหรับแกนความสำคัญ เมื่อมีระดับความแปรปรวนไม่เพียงพอ (Insufficient amount of Variance) หรือเมื่อระดับความสำคัญแสดงรูปแบบการกระจายไม่ปกติ แต่ในกรณีทั่วไปให้ใช้ค่าเฉลี่ยตามปกติ ในขณะที่ Oh (2001) เสนอให้ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ของระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานในการแบ่งตารางออกเป็น 4 ส่วน ในขณะที่ Wade and Eagles (2003) กำหนดจุดตัดของตารางไว้ที่ 4.0 เพื่อสะท้อนมาตรฐานการบริการที่ดี ดังนั้นการกำหนดจุดตัดของตารางขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ที่จะนำไปใช้

ต่อมา Bacon (2003) ได้นำเสนอว่าการใช้วิธีแบบดั้งเดิมจะทำให้เกิดความเข้าใจผิด เนื่องจากผลที่ได้จากการประเมินตามมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) มักจะมีแนวโน้มสูงกว่าความเป็นจริง เพราะการระบุปัจจัยที่สำคัญในการวัดผล จำเป็นต้องมีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม ตลอดจนทบทวนงานวิจัยในอดีต อีกทั้งยังมีจุดอ่อนจากตัวผู้ตอบแบบสอบถามที่อาจไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือไม่มีความรู้ที่จะประเมินผลการปฏิบัติงานของบริการนั้นๆ จึงได้เสนอให้มีการปรับปรุงเครื่องมือ IPA โดยใช้วิธีทางอ้อมแทน เนื่องจากมีเพียงมาตรวัดสำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานเท่านั้น แต่ไม่มีมาตรวัดความสำคัญของปัจจัย ดังนั้น จึงเสนอให้ใช้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ซึ่งใช้ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยผลการปฏิบัติงานของบริการในการวิเคราะห์ วิธีดังกล่าว ถือเป็นมาตรวัดความสำคัญเชิงเปรียบเทียบภายใน ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จะขึ้นอยู่กับข้อมูลของปัจจัยทั้งหมด โดยค่าสัมประสิทธิ์ หรือ Coefficients (β) นั้น จะแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งในเชิงขนาดของความสัมพันธ์ และทิศทางของความสัมพันธ์

Trang, Zander, Visser and Kolbe (2015) นำวิธี Partial Least Squares (PLS) มาใช้ในการวิเคราะห์ โดยให้ค่า Path Coefficients ที่ได้มาใช้แทนค่าความสำคัญ ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยแฝงที่ได้จากมาตรวัดผลการปฏิบัติงาน ดำเนินการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ E-Business ในอุตสาหกรรมป่าไม้ โดยสร้างแบบจำลองเส้นทางที่มีค่าดัชนีตามการประเมินผล และพิจารณาตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด เทียบกับค่าดัชนีการพยากรณ์ที่อาจเกิดขึ้น และแสดงผลด้วยเครื่องมือ IPA ซึ่งกำหนดให้แกนตั้งแทนผลการปฏิบัติงาน และแกนนอนแทนระดับความสำคัญ ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แสดงการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงานด้วยเครื่องมือ IPA ของ Nam Trang, Zander, Visser, and Kolbe (2015)

นอกจากนี้ ยังได้มีการนำเสนอแนวคิดการปรับปรุงเครื่องมือ IPA อื่นๆ เพื่อใช้ในการหาค่าความสำคัญ ทั้งการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความชอบ/ความเอนเอียง (Conjoint Analysis) การใช้วิธีสหสัมพันธ์แยกส่วน (Partial Correlation or Logistic Regression) ซึ่งทุกวิธีต่างมีข้อบกพร่อง และยังไม่ชัดเจนว่าวิธีใดเป็นวิธีที่ดีที่สุด ดังนั้น การนำไปใช้จึงขึ้นอยู่กับผู้ใช้งานเป็นหลักว่าจะเลือกใช้วิธีใดที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดผลการปฏิบัติงานห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ

K. Matzler et al. (2003) ศึกษาเรื่องการทบทวนบทบาทปัจจัยเชิงโครงสร้างของความพึงพอใจของลูกค้าด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis โดยใช้แบบสำรวจในการวัดความพึงพอใจของลูกค้าของบริการธนาคาร ซึ่งใช้แนวคิด SERVQUAL Model แบบดั้งเดิมในการออกแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 10 มิติ (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Communication, Credibility, Security, Competence, Courtesy, Understanding and Access) และมี 12 ตัวชี้วัดสำหรับวัดความพึงพอใจลูกค้า และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ และใช้ 3 วิธีในการวิเคราะห์ ได้แก่ 1) ให้คะแนน 12 ตัวชี้วัด (1 = ไม่สำคัญ และ 5 = สำคัญมาก)

หรือ Rating Scales 2) ให้เรียงลำดับตัวชี้วัดที่มีความสำคัญมากที่สุด 5 อันดับแรก (อันดับ 1 = สำคัญที่สุด) หรือ Partial Rating และ 3) การสกัดปัจจัย โดยใช้ Partial Correlation Analysis ผลการศึกษาพบว่า เมื่อใช้วิธี Partial Rating คุณลักษณะที่สำคัญที่สุดคือ ความถูกต้อง (Accuracy) รองลงมาคือ ความสะดวก (convenience) และ ความเข้มแข็งทางการเงิน ความปลอดภัย และการเข้าถึงบริการ ATM ชื่อเสียงเรื่องความซื่อสัตย์ ตามลำดับ โดยคุณลักษณะที่สำคัญน้อยที่สุด ได้แก่ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ในขณะที่เมื่อใช้วิธี Rating Scale พบว่า ความถูกต้อง (Accuracy) เป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่สุด ตามมาด้วย ชื่อเสียงเรื่องความซื่อสัตย์ ความสะดวกของสถานที่ เวลาทำการ ความเข้มแข็งทางการเงิน และความปลอดภัย โดยความรวดเร็วในการบริการมีความสำคัญเป็นลำดับที่ 5 และอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสำคัญน้อยที่สุด และเมื่อทำการสกัดปัจจัยพบว่าคุณลักษณะในแต่ละด้าน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวม หลังจากนั้น จึงนำข้อมูลที่ได้มาวาดกราฟ IPA และสรุปได้ว่า ชื่อเสียงเรื่องความซื่อสัตย์ และความเข้มแข็งและความปลอดภัยทางการเงินถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผู้บริหารควรรักษามาตรฐานนี้ไว้ (Keep up the good work) ในขณะที่ความสุภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยที่ลูกค้าไม่คิดว่าสำคัญมากนัก แต่องค์กรสามารถทำได้ดี (Overkill) ดังนั้น ผู้บริหารอาจโยกย้ายทรัพยากรไปทุ่มให้กับปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับสูง ในขณะที่ความถูกต้องและความสะดวก เป็นปัจจัยที่ควรได้รับการปรับปรุง (Concentrate Here) ในขณะที่การเสนอทางเลือกและคุณภาพ ถือว่ามีความสำคัญในระดับต่ำในมุมมองของลูกค้า (Low Priority)

ชนิดา พงษ์พานารัตน์ (2554) ศึกษาเรื่องการพัฒนาและทดสอบความตรงของตัวชี้วัดกระบวนการบริหารซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมบริการ โดยแบ่งกระบวนการออกได้ 7 กระบวนการ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การจัดการกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resources Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ซัพพลายเออร์ (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การจัดการประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลและระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) ซึ่งพัฒนามาจากแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญใช้วิธีการจัดเรียงแบบคิว (Q-Sort) เพื่อประเมินความถูกต้องเบื้องต้นของตัวชี้วัด และใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความเป็นเอกมิติ (Unidimensionality) และความตรง (Validity) ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดการความต้องการ (Demand Management)

มีตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัว กระบวนการการจัดการกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resources Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัว กระบวนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัว กระบวนการบริหารความสัมพันธ์ซัพพลายเออร์ (Suppliers Relationship Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 5 ตัว กระบวนการบริหารคำสั่งซื้อ (Order Process Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 3 ตัว กระบวนการจัดการประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 5 ตัว และกระบวนการจัดการข้อมูลและระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) มีตัวชี้วัดจำนวน 4 ตัว

Tzeng and Chang. (2011) ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ในฐานะเครื่องมือการวัดคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมบริการด้านอาหาร โดยใช้แบบจำลอง SERVQUAL และ IPA และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 154 ชุดจากผู้เคยใช้บริการร้านอาหาร 10 อันดับสูงสุดในไต้หวัน ซึ่งแบบสอบถามถูกออกแบบภายใต้แบบจำลอง SERVQUAL ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ tangibles, responsiveness, reliability, assurance และ empathy เพื่อใช้วัดคุณภาพการบริการ และนำเครื่องมือ IPA มาประเมินปัจจัยของแต่ละด้าน เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการบริการ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้บริการที่ตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและถูกต้องถือเป็นปัจจัยสำคัญอันดับหนึ่งที่ต้องคำนึงในเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Blesic et al. (2014) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ IPA วิเคราะห์คุณภาพบริการในธุรกิจโรงแรมสปา โดยการใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามธุรกิจโรงแรมสปา 3 ดาวในประเทศเซอร์เบียจำนวน 295 ชุด ซึ่งนำแนวคิดพื้นฐานการวัดคุณภาพด้วย SERVQUAL Model มาใช้ในการออกแบบสอบถาม โดยมีการปรับปรุงมาตรวัดเพื่อใช้วัดคุณลักษณะที่จำต้องได้และจับต้องไม่ได้ที่มีจำนวนมาก (Tangibles and Intangibles) และใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) และใช้วิธี Factor Analysis เพื่อหาคุณลักษณะที่ใช้ในการวัดคุณภาพบริการ โดยผลการศึกษาพบว่ามี 7 คุณลักษณะ ได้แก่ ความเชื่อมั่น อาหารและสิ่งอำนวยความสะดวก การเอาใจใส่ สิ่งบันเทิง อุปกรณ์สนทนา การกระตือรือร้น และความน่าเชื่อถือ ซึ่งคุณลักษณะที่เป็นจุดอ่อนและควรแก้ไขปรับปรุง (Concentrate Here) ได้แก่ อาหารและสิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์สนทนา ในขณะที่มีจุดแข็ง (Keep up the good work) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การกระตือรือร้น และความเชื่อมั่น ในส่วนคุณลักษณะที่มีความสำคัญไม่มากในสายตาของลูกค้า ซึ่งอาจตัดทอนไปได้ (Low Priority)

ได้แก่ สิ่งบันเทิง และสิ่งที่มีโอกาสล้มเลิก (Possible Overkill) คือ ความเอาใจ แต่ลูกค้ายังมีความพึงพอใจในคุณลักษณะนี้

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (IPA)

Ford et al. (1999) ศึกษาเรื่อง การใช้ Importance Performance Analysis (IPA) ในฐานะเครื่องมือเชิงกลยุทธ์สำหรับนักการตลาดภาคบริการ กรณีศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของนักศึกษาในหลักสูตรเชิงธุรกิจในประเทศนิวซีแลนด์และสหรัฐอเมริกา โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักศึกษามหาวิทยาลัยที่ศึกษาอยู่ในหลักสูตรเชิงธุรกิจ แบ่งเป็นนักศึกษาในประเทศนิวซีแลนด์จำนวน 616 คน และนักศึกษาชาวอเมริกันในภูมิภาค Mid-Atlantic จำนวน 206 คน โดยได้มีการปรับแบบสอบถามให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของนักศึกษาในแต่ละประเทศ แต่ยังคงมีสาระสำคัญที่ครอบคลุมครบทุกประเด็นเหมือนกัน โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนด้วยวิธี 5 ระดับ และนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัย ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มนักศึกษาในประเทศนิวซีแลนด์ ชื่อเสียงสถาบัน โอกาสทางอาชีพ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และหลักสูตรที่เปิดสอน ถือเป็นจุดแข็งที่ผู้บริหารควรจะรักษาไว้ (Keep up the good work) ในขณะที่ ปัจจัยด้านสถานที่ เป็นสิ่งที่นักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร แต่ถือว่าตั้งอยู่ในทำเลที่ดี (Possible Overkill) และปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายและเวลา เป็นสิ่งที่นักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญ (Low Priority) โดยไม่มีปัจจัยที่เป็นจุดอ่อนให้ต้องปรับปรุง (Concentrate Here) สำหรับนักศึกษาในสหรัฐอเมริกา สิ่งที่ต้องปรับปรุงเร่งด่วน คือ ค่าใช้จ่ายและเวลา (Concentrate Here) ในขณะที่ มีจุดแข็งในเรื่องหลักสูตรที่เปิดสอนและชื่อเสียงของสถาบัน (Keep up the good work) และสิ่งที่นักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญ (Low Priority) คือ อิทธิพลของทางเลือก โดยปัจจัยเรื่องทำเลที่ตั้ง เป็นสิ่งที่นักศึกษาไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าไรนัก (Possible Overkill)

R.K.S. Chu and T. Choi (2000) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการเลือกโรงแรมในธุรกิจโรงแรมในฮ่องกง เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนด้วยวิธีของลิเคิร์ต 7 ระดับ (Seven-Point Likert-Scale) โดยวัดปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) คุณภาพการบริการ 2) สิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจ 3) ความคุ้มค่า 4) ห้องพักและจุดต้อนรับ 5) อาหารและสิ่งอำนวยความสะดวก และ 6) ความปลอดภัย แบบสอบถามสามารถแบ่งเป็นปัจจัยย่อยทั้งหมด 33 ปัจจัย และมีกลุ่มเป้าหมายตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ และนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จำนวน 540 คน จากทั้งหมด 63 ประเทศ และจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ปัจจัยแบบ Varimax พร้อมทำ Paired sample t-test เพื่อหาความแตกต่างที่มีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทต่อระดับความสำคัญและผลการ

ปฏิบัติงานของธุรกิจโรงแรม และ Independence sample t-test เพื่อหาความแตกต่างที่มีนัยสำคัญต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทต่อระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม และหาค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยเพื่อใช้ทำกราฟ IPA ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทมีการรับรู้ต่อปัจจัยการเลือกโรงแรมที่พ้องเหมือนกัน โดยมองว่าปัจจัยเรื่องความคุ้มค่าถือเป็นปัจจัยที่องค์กรควรให้ความสำคัญ แต่ยังไม่ดีเท่าที่ควร (Concentrate Here) ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 5 ปัจจัย ได้แก่ ความคุ้มค่าต่อเงินที่ใช้จ่าย ความคุ้มค่าของอาหารและเครื่องดื่ม ทำเลสะดวก สภาพแวดล้อมที่สบาย และชื่อเสียงของโรงแรม ในส่วนของสิ่งที่ทำได้ดีอยู่แล้วและควรรักษามาตรฐานต่อไป (Keep up the good work) ได้แก่ คุณภาพการบริการ ห้องพักและจุดต้อนรับ และความปลอดภัย ในส่วนที่ลำดับความสำคัญต่ำ (Low Priority) ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจ และอาหารและสันทนาการ โดยไม่พบปัจจัยที่อยู่ในส่วนที่สามารถตัดทิ้งออกไปได้ เพราะไม่มีความสำคัญในมุมมองของลูกค้า (Possible Overkill)

D.J. Wade and P.E.J. Eagles (2003) ศึกษาเรื่องการใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) และการส่วนแบ่งทางการตลาดสำหรับการจัดการเชิงท่องเที่ยวในสวนสาธารณะและเขตคุ้มครองในสวนสาธารณะแห่งชาติแทนซาเนีย โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 192 ชุด ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสวนสาธารณะ และใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ IPA 3 รูปแบบ แบ่งเป็น 1) วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีการแบ่งกลุ่มทางการตลาด 2) วิเคราะห์ข้อมูลตามกลุ่มทางการตลาดที่ได้แบ่งแยกเอาไว้ แต่จะพิจารณาแค่ผลการปฏิบัติงานเท่านั้น 3) วิเคราะห์ข้อมูลตามกลุ่มทางการตลาดและนำระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานมาพิจารณาควบคู่กัน ผลการศึกษาพบว่า สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป ความเป็นกันเองของไกด์และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มเป็นจุดแข็งในการสร้างประสบการณ์แก่ลูกค้า ในขณะที่สิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไข คือ เรื่องขยะ ความแออัด การป้องกันขโมย ความรู้ของไกด์ คุณภาพของที่พักรักษา ความสะอาดห้องน้ำ และพนักงานที่เป็นมิตร โดยในภาพรวมพบว่าผู้บริการมีการระบุปัญหาไว้หลายเรื่อง แต่ยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้ไม่ดีเท่าที่ควร และเมื่อมีการแบ่งกลุ่มทางการตลาด พบว่า กลุ่มลูกค้านักปีนเขา Marangu ให้ความสำคัญกับความรู้ของไกด์ การป้องกันขโมย ความเป็นกันเองของไกด์ และความไม่แออัด ดังนั้น การแบ่งกลุ่มทางการตลาด จะช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจสถานการณ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และยังช่วยป้องกันการตัดสินใจที่ผิดพลาดที่อาจเกิดจากได้รับข้อมูลในภาพรวม โดยละเลยกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนน้อย

Abalo et al. (2006) ได้ศึกษาเรื่องการกำหนดค่าความสำคัญในเครื่องมือ Importance-Performance Analysis สูตรคำนวณเพื่อเฉลี่ยค่าที่ได้จากการจัดลำดับความสำคัญตามความพอใจ (Preference rankings) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอว่าการใช้เครื่องมือ IPA ที่ใช้ค่า

ความสำคัญที่ได้จากมาตรวัดเรียงลำดับ มีความเหมาะสมกว่าการใช้ค่าพารามิเตอร์ และนำเสนอแนวทางการคำนวณเพื่อนำไปใช้งานในเครื่องมือ IPA โดยนำจำนวนคุณลักษณะทั้งหมด อันดับในการจัดลำดับ และลำดับที่ได้จากมาตรวัดความพอใจมาใช้ในการคำนวณ

Deng. (2006) ดำเนินงานวิจัยกรณีศึกษาการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในไต้หวัน โดยใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) โดยนำแนวคิดทฤษฎีเรื่อง 3 ปัจจัย (Three-Factor Theory) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐาน (Basic Factor) ปัจจัยด้านผลการปฏิบัติงาน (Performance Factor) และปัจจัยด้านสิ่งเร้า (Excitement Factor) มาปรับใช้ และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 386 ชุดซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยนำแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการด้วย SERVPERF Model ที่วัดคุณภาพใน 5 มิติ ได้แก่ Empathy, Assurance, Responsibility, Tangibility และ Reliability มาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธี Partial Correlation และ Natural Logarithmic Transformation โดยทำการสกัดปัจจัยเฉพาะปัจจัยด้านความสำคัญเพื่อหาค่าเฉลี่ย และนำค่าเฉลี่ยของทั้งระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานนำไปแสดงในตาราง IPA ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยในเรื่องการได้รับความใส่ใจและความช่วยเหลือจากพนักงาน จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงโดยเร่งด่วนเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การให้ความสนใจลูกค้าด้วยใจจริง และเข้าใจความต้องการของลูกค้า มาเป็นอันดับสาม โดยทั้งสามปัจจัยเป็นสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญแต่ผลการปฏิบัติงานยังไม่ดีเท่าที่ควร (Concentrate Here) และยังเป็นคุณลักษณะที่จัดอยู่ในมิติ Empathy และ Assurance ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนในไต้หวัน

Pezeshki et al. (2009) ศึกษาเรื่อง การใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะบริการและผลกระทบต่อความคิดเห็นในอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเคลื่อนที่ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 ชุด ซึ่งเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย และใช้เกณฑ์การให้คะแนนด้วยวิธีของลิเคิร์ต 7 ระดับ (Seven-Point Likert-Scale) และใช้ค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ผลด้วยวิธี Multiple Regression ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของอุตสาหกรรมโทรคมนาคมเคลื่อนที่ ประกอบด้วย ความหลากหลายของโทรศัพท์ ความแม่นยำในเรื่องการชำระเงิน แผนการบริการ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (Concentrate Here) ในขณะที่ คุณภาพการบริการลูกค้า ความคุ้มค่ากับเงินที่ใช้ และผลการปฏิบัติงานเครือข่าย เป็นจุดแข็ง (Keep up the good work)

Hock et al. (2010) ศึกษาเรื่องการบริหารสนามกีฬาเอนกประสงค์ โดยกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการความพึงพอใจของผู้ชมตามพื้นฐานกระบวนการส่งมอบบริการ เพื่อบริหารจัดการสนามกีฬาเอนกประสงค์ที่ทันสมัยสำหรับการกีฬา งานแสดง คอนเสิร์ต หรืองานต่างๆ

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่เคยชมการแข่งขันในสนามกีฬาในประเทศเยอรมัน จำนวน 2,500 ชุด และหาความสัมพันธ์ของสมมติฐานด้วยค่าเฉลี่ยโดยวิธี Partial Least Squares (PLS) และ นำผลการวิเคราะห์มาประเมินเพื่อหาข้อเสนอแนะด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ผลจากการศึกษา พบว่าการออกแบบภายในสนามกีฬาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชม

C.H. Wu et al. (2012) ศึกษาเรื่อง การใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis (IPA) ในการประเมินผลการบริการของธุรกิจธนาคาร โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 150 ชุดจากผู้ที่เคยใช้บริการธนาคารในไต้หวัน ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคุณลักษณะที่ใช้วัดผลจำนวน 24 คุณลักษณะ และใช้ T-test วิเคราะห์เพื่อประเมินว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ระหว่างความคาดหวังต่อการรับรู้ของลูกค้าและการรับรู้ของลูกค้าที่ได้รับบริการ และใช้เครื่องมือ IPA ในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของคุณลักษณะบริการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ผลการศึกษาพบว่า มีคุณลักษณะทั้งหมด 12 ปัจจัยที่ธุรกิจธนาคารทำได้ดีและลูกค้าเห็นว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญ ดังนั้น ธุรกิจจึงควรรักษามาตรฐานเอาไว้ต่อไปในอนาคต (Keep up the good work) ในขณะที่ มี 3 คุณลักษณะที่ควรปรับปรุงโดยทันที (Concentrate Here) ในส่วนที่มีความสำคัญในระดับต่ำ (Low Priority) มี 8 คุณลักษณะที่ธุรกิจควรลดทอนและโยกย้ายทรัพยากรไปปรับปรุงในส่วนอื่น และมี 1 คุณลักษณะที่ควรรักษามาตรฐานการดำเนินงาน โดยพยายามใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก แต่ธุรกิจทำออกมาได้ดี (Possible Overkill)

Deacon and Rand. (2013) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน กรณีศึกษาองค์ประกอบธุรกิจจัดเตรียมอาหารของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยใช้กรณีศึกษามหาวิทยาลัย Pretoria ในประเทศแอฟริกาใต้ ใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 357 ชุด จากผู้ที่เคยเข้าร่วมหลักสูตรการศึกษาต่อเนื่องในมหาวิทยาลัย ในช่วงเดือนตุลาคม และพฤศจิกายน 2011 และมีการทำสนทนากลุ่มจำนวน 2 กลุ่ม (Focus Group) ที่เคยรับบริการเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก ข้อมูลจากแบบสอบถามจะประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 25 ปัจจัยจะใช้เกณฑ์การให้คะแนน 4 ระดับ และใช้ค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยนำกำหนดกราฟ IPA ผลการสำรวจพบว่า ในส่วนที่องค์กรสามารถลดทอนออกไปได้ แต่ผู้รับบริการมีความพอใจในการบริการที่ได้รับ (Possible Overkill) ประกอบด้วย ความหลากหลายในสีส้น การควบคุมปริมาณ การวางผังและสถานที่ห้องอาหาร ในส่วนที่มีลำดับความสำคัญต่ำ (Low Priority) ประกอบด้วย เพลงที่ใช้เปิดคอก เมนูไดเอท ความหลากหลายของเครื่องดื่ม การเพิ่มปริมาณ การแยกบริการเมนูไดเอท เมนูอาหารทั้ง 3 มื้อ และเมนูอาหารหลายวัฒนธรรม ในส่วนสิ่งที่ทำได้ดีและควรรักษามาตรฐานต่อไป (Keep up the

good work) ประกอบด้วย รสชาติอาหารดี อุณหภูมิอาหารเหมาะสม รสชาติหลากหลาย ส่วนผสมสดใหม่ ภาชนะสะอาด ความสะอาด เมนูอาหารสุขภาพ พนักงานเป็นมิตร บริการมีอาชีพ พนักงานได้รับการฝึก และบริการทันใจ ในส่วนควรปรับปรุงและเร่งแก้ไข (Concentrate Here) ประกอบด้วย ความหลากหลายของบุฟเฟ่ เท่านั้น

Thanh-Nam Trang et al. (2015) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้ E-Business ในอุตสาหกรรมป่าไม้โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ Importance-Performance Analysis: IPA ซึ่งใช้แนวคิดเรื่องเทคโนโลยี องค์กร และสภาพแวดล้อมเป็นกรอบในการวิเคราะห์ และแยก ระดับการใช้ E-Business ของธุรกิจเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ช่วงเริ่มต้นใช้งาน และช่วงที่ใช้งานเป็นประจำ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 204 ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมป่าไม้ของเยอรมัน และใช้วิธี Partial Least Squares (PLS) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ E-Business พบว่า องค์กรความรู้ที่เป็นสาเหตุให้มีการประยุกต์ใช้ E-Business จำนวนน้อยในอุตสาหกรรมป่าไม้ ขึ้นกับความแตกต่างในด้านเทคโนโลยี องค์กรภายใน และสภาพแวดล้อม อันส่งผลต่อระดับการใช้ E-Business ที่แตกต่างกัน โดยองค์กรอยู่ในช่วงเริ่มต้นการใช้งานเท่านั้น และเสนอให้ธุรกิจกำหนดแผนปฏิบัติงานเพื่อสนับสนุนการใช้ E-Business ต่อไป

2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด The IUE-SSC Model เป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทยและจัดทำแบบสอบถาม โดยวัดจากกระบวนการบริหารห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งประกอบด้วย 7 กระบวนการหลัก ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) ในขณะเดียวกัน ก็จะใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis: IPA) มาใช้ในการนำเสนอผลการวิจัย แม้ว่า Bacon (2003) ได้แย้งว่ามีนักวิจัยหลายท่านได้นำเสนอเครื่องมือ IPA ที่ได้รับการปรับปรุงในบางส่วน แต่กรอบ

แนวคิดพื้นฐานยังคงเหมือนเดิม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิด IPA ตั้งเดิมในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสามารถเขียนกรอบงานวิจัยได้ดังนี้ คือ



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในบทนี้จะเป็นส่วนของวิธีการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่องการวัดผลการปฏิบัติงาน กระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ในการสรุปผลการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 การออกแบบงานวิจัย
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การประเมินความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือ
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การออกแบบงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวัดผลการปฏิบัติงาน กระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA และได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรม และกำหนดให้มืองค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษา โดยอ้างอิงจากงานวิจัยของ ชนิตา พงษ์พานารักษ์ (2554) ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) โดยการศึกษาครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิจัย เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบกราฟ IPA และการบรรยายประกอบ

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น ได้แก่

3.2.1.1 การจัดการความต้องการ มีตัวชี้วัดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่จะนำไปใช้สำหรับการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า 2) ความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและ กำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ 3) ความสามารถที่จะจำลองสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันได้ 4) ความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ความต้องการของลูกค้าไม่แน่นอน 5) ความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการได้

3.2.1.2 การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร มีตัวชี้วัด 6 ข้อ ได้แก่ 1) สามารถระบุกำลังการผลิตที่มีอยู่ได้ 2) มีระบบติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ 3) สามารถปรับกำลังการทำงานในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ 4) สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5) สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 6) ความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสภาวะที่ความต้องการผันผวนได้

3.2.1.3 การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ มีตัวชี้วัด 7 ข้อ ได้แก่ 1) ความสามารถในการพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า 2) ความสามารถในการจำแนกและจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า 3) เน้นการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร 4) ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลด้านบวกขององค์กรให้กับลูกค้า 5) ความสามารถในการสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ 6) ความสามารถในการมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้า และการบริการลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ 7) ความสามารถในการเพิ่มความจงรักภักดีในตราสินค้า

3.2.1.4 การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers มีตัวชี้วัด 5 ข้อ ได้แก่ 1) ความสามารถในการพัฒนาความร่วมมือกับ Suppliers เพื่อประโยชน์ในการบริการในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด 2) ความสามารถในการให้ความสำคัญกับ Suppliers เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ 3) ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด 4) ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว 5) ความสามารถในการประเมินผลการปฏิบัติงานและผลการบริการของ Suppliers

3.2.1.5 การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ มีตัวชี้วัด 6 ข้อ ได้แก่

1) ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง 2) สามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อให้เหลือเฉพาะที่จำเป็น 3) มุ่งตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าระหว่างกระบวนการบริการ 4) มีขั้นตอนกระบวนการสั่งบริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วในการส่งมอบบริการ 5) ความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการกับลูกค้า 6) ความสามารถในการทำงานร่วมกับลูกค้าที่สำคัญเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ

3.2.1.6 การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ มีตัวชี้วัด 7 ข้อ ได้แก่

1) ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการจัดการผลการปฏิบัติงานด้านบริการ 2) ความสามารถในการจัดการตารางเวลาการทำงานของพนักงาน และกระตุ้นความตั้งใจในการบริการ 3) มีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือตามขั้นตอนการบริการ 4) ความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าที่ถูกต้องตามสถานที่และเวลาที่เหมาะสม 5) ความสามารถในการนำเสนอบริการที่มีมาตรฐานภายในข้อจำกัด 6) ความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้า 7) มีระบบติดตามความสามารถในการให้บริการภายใน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

3.2.1.7 การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ มีตัวชี้วัด 7 ข้อ ได้แก่

1) สามารถสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลร่วมกันระหว่างภายในองค์กร Suppliers และลูกค้า 2) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า 3) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ Suppliers 4) สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ทุกเวลาผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ 5) ความสามารถในการติดตามข้อมูลที่ต้องการภายในห่วงโซ่อุปทานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ 6) ใช้ข้อมูลทันสมัยในการตัดสินใจผ่านการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยี 7) ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้กับลูกค้า

3.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

3.2.2.1 คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย

1) ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการแก้ไขความผิดพลาดด้านการบริการที่เกิดขึ้น 2) ท่านสามารถให้บริการในระยะเวลาที่ท่านได้สัญญากับลูกค้าไว้ 3) ท่านสามารถให้บริการกับลูกค้าของท่านด้วยความรวดเร็ว 4) ท่านสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่มีต่อการบริการให้กับลูกค้าได้ 5) ท่านเข้าใจความต้องการลูกค้าในด้านการบริการได้อย่างครบถ้วน

3.3 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากรเป้าหมาย ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ

งานในธุรกิจบริการ อาจเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ

3.3.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้จะกำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) คือ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงาน ในธุรกิจบริการ อาจเป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ โดยจะนำแบบสอบถาม ดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2559

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษา การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ โดยผู้วิจัยแบ่งส่วนแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ส่วน ซึ่งอ้างอิงจากงานวิจัยของ ชนิตา พงษ์พานารักษ์ (2554) ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาในการทำงาน จำนวนพนักงานในองค์กร โดยลักษณะแบบสอบถามเป็น แบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญขององค์ประกอบแต่ละตัวและการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) ซึ่งคำถามในส่วนนี้มีลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน เป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) ดังแสดงในตารางที่ 2 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3.1

แสดงเกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

ระดับความสำคัญ	ผลการปฏิบัติงาน	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
สำคัญอย่างยิ่ง	ดีเลิศ	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
สำคัญมาก	ดี	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
สำคัญน้อย	พอใช้	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่สำคัญ	ควรปรับปรุง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

โดยเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความเห็นระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการหาความกว้างอันตรภาคชั้นเป็นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทย สามารถแสดงได้ดังตารางด้านล่าง

ตารางที่ 3.2

แสดงเกณฑ์การพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

คะแนนเฉลี่ย	การแปลค่า	
	ระดับความสำคัญ	ผลการปฏิบัติงาน
1.00 – 1.80	ไม่สำคัญ	ควรปรับปรุง
1.81 – 2.60	สำคัญน้อย	พอใช้
2.61 – 3.40	ปานกลาง	ปานกลาง
3.41 – 4.20	สำคัญมาก	ดี
4.21 – 5.00	สำคัญอย่างยิ่ง	ดีเลิศ

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

การศึกษางานวิจัยเรื่อง การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ Importance Performance Analysis: IPA ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานในธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยนำแบบสอบถามไปดำเนินการสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึงมีนาคม 2559 โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยในเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2559

3.6 การประเมินความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือ

งานวิจัยนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้งานจริง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากนั้นได้มีการทดลองใช้แบบสอบถาม (Pilot Survey) กับนักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ เพื่อทดสอบความเข้าใจและนำข้อเสนอแนะต่างๆ มาปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้ทำแบบสอบถาม มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาการจัดเรียงคำถาม ลักษณะของคำถาม รวมถึงภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม พร้อมทั้งได้มีการปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมคำถามในแบบสอบถามให้สามารถวัดในประเด็นที่ต้องการและให้มีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ก่อนจัดส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายข้างต้นทดสอบเพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยชิ้นนี้ สามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา สำหรับอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทธุรกิจ ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ระยะเวลาในการทำงาน จำนวนพนักงานในองค์กร โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน เป็นการศึกษาข้อมูลที่เก็บได้จากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

3.7.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เป็้องค์ประกอบเดียวกันสำหรับตัวแปรอิสระ (Importance) และหาค่าเฉลี่ย (Mean) ของตัวแปรอิสระทั้งหมด

3.7.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบแต่ละอันกับตัวแปรตาม หรือ คุณภาพการให้บริการ โดยนำค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ และค่าเฉลี่ยของตัวแปรตามมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ หรือ ค่า Coefficients Regression (β) ซึ่งค่า β จะแทนระดับความสำคัญหรือ ตัวแปรอิสระในเครื่องมือ IPA

3.7.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance-performance analysis: IPA) ได้ใช้แนวคิดพื้นฐานจากวิธี PLS โดยคำนวณผ่านวิธีทางอ้อมโดยใช้ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยอ้างอิงแนวทางการประยุกต์ใช้เครื่องมือ IPA ของ Trang, et al. (2015). สำหรับเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย ซึ่งกำหนดจุดตัดแกนตั้งและแกนนอน ณ จุด (0,0) โดยใช้ค่าเฉลี่ยของตัวแปรตาม หรือ คุณภาพการให้บริการ ในการกำหนดจุดบนแกนตั้ง และปรับฐานค่าเฉลี่ยให้เป็นฐาน 100 และแบ่งกราฟออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สูง (มากกว่า 68 คะแนน) ปานกลาง (ตั้งแต่ 52-68 คะแนน) และ ต่ำ (น้อยกว่า 52 คะแนน) ในขณะที่จะใช้วิธีการหาค่าระดับความสำคัญ หรือ ค่า Coefficients Regression ตามแนวคิดของ Bacon (2003) ในการกำหนดจุดแกนนอนบนเครื่องมือ IPA และแบ่งกราฟออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ มาก (ตั้งแต่ 0.33 ขึ้นไป) ปานกลาง (ระหว่าง 0.17 – 0.33) และน้อย (น้อยกว่า 0.17 ลงมา) และจะได้การวิเคราะห์เปรียบเทียบกันภายในกราฟเครื่องมือ IPA

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ในการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน โดยในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลมาทำการประมวล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 การวิเคราะห์ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทย
 - 4.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ
 - 4.2.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย
 - 4.2.3 คะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของตัวชี้วัดที่มีผลต่อการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย
 - 4.2.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ
 - 4.2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจบริการของไทย ซึ่งกำหนดตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถามไว้ในระดับผู้จัดการขึ้นไป และมีระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 4 สัปดาห์ (ตั้งแต่วันที่ 17 กุมภาพันธ์ – 18 มีนาคม 2559) ทั้งนี้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมด 155 ชุด โดยสามารถแสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
ตำแหน่งภายในบริษัท	ประธานผู้บริหาร/ประธานบริษัท	13 8.4%
	กรรมการบริษัท	16 10.3%

ตารางที่ 4.1

แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง		จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
ตำแหน่งภายในบริษัท	ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน	16	10.3%
	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	26	16.8%
	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	37	23.9%
	ผู้จัดการฝ่ายบุคคล	6	3.9%
	ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ	10	6.5%
	ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม	5	3.2%
	ผู้จัดการแผนกอื่นๆ	26	16.8%
	รวม	155	100.0%
ประเภทธุรกิจ	ค้าส่ง/ค้าปลีก	32	20.6%
	โรงแรม, รีสอร์ทและร้านอาหาร	15	9.7%
	ประกันภัย	12	7.7%
	การศึกษา	11	7.1%
	ขนส่งและจัดเก็บ	19	12.3%
	สุขภาพ/โรงพยาบาล	15	9.7%
	ธนาคาร	32	20.6%
	ธุรกิจอื่นๆ	19	12.3%
	รวม	155	100.0%
ระยะเวลาที่ทำงานในบริษัท	น้อยกว่า 2 ปี	34	21.9%
	2 - 5 ปี	39	25.2%
	6 - 10 ปี	30	19.4%
	มากกว่า 10 ปี	52	33.5%
	รวม	155	100.0%
จำนวนพนักงานในบริษัท	น้อยกว่า 250 คน	70	45.2%
	251 - 500 คน	19	12.3%
	501 - 1,000 คน	16	10.3%
	มากกว่า 1,000 คน	50	32.3%
	รวม	155	100.0%

จากตารางแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ โดยมีทั้งประธานผู้บริหาร, ประธานบริษัท, กรรมการบริษัท, ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน, ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ, ผู้จัดการฝ่ายการตลาด, ผู้จัดการฝ่ายบุคคล, ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ, ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม และผู้จัดการแผนกอื่นๆ ในอุตสาหกรรมบริการในประเทศไทย ซึ่งมีทั้งหมด 155 คน โดยสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาดมากที่สุด ได้แก่ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมา คือ ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการและผู้จัดการแผนกอื่นๆ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ลำดับถัดมา ได้แก่ กรรมการบริษัทและผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ต่อมาคือ ประธานผู้บริหาร/ประธานบริษัท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ผู้จัดการฝ่ายบุคคล จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และลำดับสุดท้าย คือ ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

สำหรับประเภทธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ธุรกิจค้าส่ง/ค้าปลีก และธนาคารมีจำนวนมากที่สุด คือ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจขนส่งและจัดเก็บ และธุรกิจอื่นๆ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ต่อมา คือ ธุรกิจโรงแรม, รีสอร์ทและร้านอาหาร และธุรกิจสุขภาพ/โรงพยาบาล จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และธุรกิจประกันภัย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 และลำดับสุดท้าย คือ ธุรกิจการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ระยะเวลาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในบริษัทสามารถจัดลำดับได้ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาทำงานมากกว่า 10 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 52 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา คือมีระยะเวลาทำงาน 2 – 5 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และมีระยะเวลาทำงานน้อยกว่า 2 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 และลำดับสุดท้ายมีระยะเวลาทำงาน 6 – 10 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4

จำนวนพนักงานในบริษัทของกลุ่มตัวอย่าง สามารถเรียงลำดับได้ คือ บริษัทที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 250 คน มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา คือ บริษัทที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 1,000 คน มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 – 500 คน มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ลำดับสุดท้ายคือ บริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 501 – 1,000 คน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

4.2 การวิเคราะห์ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการในประเทศไทย

4.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ

ในการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด 43 ตัว และตัวแปรตามทั้งหมด 9 ตัว ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่ามีตัวชี้วัดหลายตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าว จะมีผลต่อการนำไปวิเคราะห์โดยใช้สมการถดถอยพหุคูณ ทำให้มีความจำเป็นที่ผู้วิจัยจะนำตัวชี้วัดทั้งหมดไปสกัดความเหมือนกันของตัวแปรอิสระออกมา และจัดกลุ่มปัจจัยกลุ่มใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิเคราะห์ที่มีความเหมาะสมและถูกต้องมากขึ้น

4.2.1.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ (Importance)

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระที่จะนำไปสกัดปัจจัย โดยการทดสอบ KMO ทำให้ทราบว่าตัวแปรต่างๆ นั้นมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์หรือไม่ หากค่า KMO สูงกว่า 0.5 แสดงว่าข้อมูลนั้นมีความเหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ปัจจัย (ค่าที่ยอมรับคือ 0.5 – 1) ในทางกลับกัน หากค่า KMO ต่ำกว่า 0.5 หมายความว่าข้อมูลที่รวบรวมมาได้นั้น ไม่เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัย ในขณะที่การทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรต่างๆ โดยตั้งสมมติฐานได้ ดังนี้

H_0 = ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

H_1 = ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยกำหนดให้ กำหนด $\alpha = 0.05$

จากการวิเคราะห์พบว่าค่า KMO เท่ากับ 0.856 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมได้มีความเหมาะสมที่จะไปใช้ในการวิเคราะห์หัดชันในระดับดี และเมื่อทำการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าค่า Chi-Square ที่ได้มีค่าเท่ากับ 923.142 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบ จึงทำให้ปฏิเสธ H_0 และสามารถอธิบายได้ว่าตัวชี้วัดทั้ง 43 ข้อ มีความเหมาะสมกับกระบวนการวัดผลการปฏิบัติการของธุรกิจบริการและสามารถนำไปจัดกลุ่มตัวชี้วัดต่อไป (รายละเอียดเพิ่มเติมปรากฏในภาคผนวก ข)

4.2.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย

4.2.2.1 การกำหนดกลุ่มปัจจัยตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ

จากการทดสอบการวิเคราะห์ค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทั้งหมด 43 ตัว มีความเหมาะสมที่จะใช้การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรอิสระทั้งหมดมาทดสอบต่อโดยการสกัด

ปัจจัย (Extraction) แบบ Principle Component Analysis เพื่อให้ได้น้ำหนักขององค์ประกอบของ ปัจจัยที่สกัดได้มีความชัดเจนมากขึ้น และใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax และพิจารณา จำนวนปัจจัยที่เหมาะสมโดยใช้ค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัวชี้วัด ต้องไม่น้อยกว่า 0.6 และต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย โดย ผู้วิจัยเลือกใช้ค่า Factor Loading 0.6 นั้น อ้างอิงจาก Guadagnoli and Velicer (1988) ที่นำเสนอ แนวคิดเรื่องความเหมาะสมของขนาดตัวอย่างกับการจัดองค์ประกอบ โดยระบุว่าการจัดกลุ่ม องค์ประกอบตั้งแต่ 4 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้ค่า Factor Loadings 0.6 นั้น สามารถใช้ได้กับกลุ่มตัวอย่าง ทุกขนาด แม้กระทั่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่มีน้อยกว่า 100 ชุด ในขณะที่ หากใช้ค่า Factor Loadings 0.33 ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีมากกว่า 300 ชุดขึ้นไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่า Factor Loadings 0.6 เนื่องจากขนาดกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 155 ชุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยการพัฒนาและทดสอบ ความตรงของตัวชี้วัดกระบวนการบริหารซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมบริการ (ชนิดา พงษ์พานรัตน์, 2554) ที่บรรยายการที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.5 ออกไป ดังนั้น จากการวิเคราะห์ปัจจัย องค์ประกอบพบว่า สามารถลดจำนวนตัวชี้วัดจาก 43 ข้อเหลือ 30 ข้อ

ตารางที่ 4.2

แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ

Item	Mean (S.D)	Factor loading	Eigen- value	Variance explained
Information Technology (INF)				
Inf2	3.32 (0.94)	.817	13.863	32.23
Inf3	3.19 (0.94)	.799		
Inf4	3.48 (0.90)	.739		
Inf5	3.35 (0.90)	.692		
Inf6	3.38 (0.96)	.771		
Inf7	3.50 (0.96)	.743		
Total	$\bar{x} = 3.37$			

ตารางที่ 4.2

แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (ต่อ)

Item	Mean (S.D)	Factor loading	Eigen- value	Variance explained
Customer Relationship Management (CRM)				
Crm3	4.14 (0.78)	.623	3.264	7.59
Crm4	3.88 (0.81)	.768		
Crm5	3.90 (0.76)	.748		
Crm6	4.00 (0.76)	.781		
Crm7	3.95 (0.78)	.794		
Total	$\bar{X} = 3.97$			
Suppliers Relationship Management (SRM)				
Srm1	3.74 (0.71)	.806	2.747	6.38
Srm2	3.70 (0.67)	.804		
Srm3	3.74 (0.73)	.625		
Srm4	3.73 (0.75)	.810		
Srm5	3.61 (0.81)	.811		
Total	$\bar{X} = 3.70$			
Order Management (ORD)				
Ord1	3.79 (0.63)	.745	2.179	5.068
Ord2	3.41 (0.76)	.688		
Ord4	3.67 (0.69)	.737		
Ord5	3.73 (0.67)	.630		
Total	$\bar{X} = 3.65$			
Performance Management (PF)				
Pf3	3.89 (0.66)	.648	1.820	4.23
Pf4	3.88 (0.72)	.688		
Pf5	3.85 (0.63)	.741		
Total	$\bar{X} = 3.87$			

ตารางที่ 4.2

แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (ต่อ)

Item	Mean (S.D)	Factor loading	Eigen- value	Variance explained
Demand Management (D)				
D2	3.45 (0.66)	.633	1.730	4.02
D3	3.35 (0.75)	.771		
D4	3.23 (0.81)	.769		
D5	3.37 (0.88)	.716		
Total	$\bar{X} = 3.35$			
Capacity and Resource Management (CAP)				
Cap4	3.65 (0.66)	.737	1.598	3.71
Cap5	3.47 (0.70)	.761		
Cap6	3.46 (0.68)	.722		
Total	$\bar{X} = 3.53$			

เมื่อพิจารณาค่า Initial Eigenvalue พบว่าสามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 7 กลุ่ม และสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเดิมได้ร้อยละ 70.891 เมื่อรวมการพิจารณาค่าน้ำหนักขององค์ประกอบหลังหมุนแกนของปัจจัยหมุนแดน สามารถจัดกลุ่มเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) (รายละเอียดเพิ่มเติมปรากฏในภาคผนวก ข)

จากการจัดกลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาตั้งกลุ่มปัจจัยใหม่จากผลการวิเคราะห์ โดยสามารถแสดงได้ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 4.3

แสดงปัจจัยและตัวแปรภายหลังการจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ

ตัวชี้วัด	ตัวแปรอิสระ
1. ด้านการจัดการความต้องการ (Demand Management)	1.1 ความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและกำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้า ได้อย่างแม่นยำ
	1.2 ความสามารถที่จะจำลองสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันได้
	1.3 ความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ความต้องการของลูกค้าไม่แน่นอน
	1.4 ความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการได้
2. ด้านการบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management)	2.1 สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
	2.2 สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
	2.3 ความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสถานะที่ความต้องการผันผวนได้
3. ด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)	3.1 เน้นการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร
	3.2 ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลด้านบวกขององค์กรให้กับลูกค้า
	3.3 ความสามารถในการสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ
	3.4 ความสามารถในการมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้า และการบริการลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ
	3.5 ความสามารถในการเพิ่มความจงรักภักดีในตราสินค้า

ตารางที่ 4.3

แสดงปัจจัยและตัวแปรภายหลังการจัดกลุ่มโดยการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ตัวแปรอิสระ
4. ด้านการบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management)	4.1 ความสามารถในการพัฒนาความร่วมมือกับ Suppliers เพื่อประโยชน์ในการบริการในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด
	4.2 ความสามารถในการให้ความสำคัญกับ Suppliers เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ
	4.3 ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด
	4.4 ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว
	4.5 ความสามารถในการประเมินผลการปฏิบัติงานและผลการบริการของ Suppliers
5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management)	5.1 ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง
	5.2 สามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อให้เหลือเฉพาะที่จำเป็น
	5.3 มีขั้นตอนกระบวนการส่งบริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วในการส่งมอบบริการ
	5.4 ความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการกับลูกค้า
6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management)	6.1 มีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือตามขั้นตอนการบริการ
	6.2 ความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าที่ถูกต้องตามสถานที่และเวลาที่เหมาะสม
	6.3 ความสามารถในการนำเสนอบริการที่มีมาตรฐานภายในข้อจำกัด
7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management)	7.1 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า
	7.2 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ Suppliers
	7.3 สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ทุกเวลาผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
	7.4 ความสามารถในการติดตามข้อมูลที่ต้องการภายในห่วงโซ่อุปทานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
	7.5 ใช้ข้อมูลทันสมัยในการตัดสินใจผ่านการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยี
	7.6 ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้กับลูกค้า

4.2.3 คะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของตัวชี้วัดที่มีผลต่อการวัดผลการปฏิบัติงาน กระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย

ข้อมูลทั้งหมด 155 ชุดของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจบริการของประเทศไทย สามารถสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของตัวชี้วัดตัวแปรอิสระในการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยทั้งหมด 7 กระบวนการ ประกอบด้วย 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) ได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
1. การจัดการความต้องการ Demand Management			
1.1 ความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผน และ กำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้า ได้อย่างแม่นยำความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการ (D2)	3.45	0.666	ให้ความสำคัญมาก
1.2 ความสามารถที่จะจำลองสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันได้ (D3)	3.35	0.754	ให้ความสำคัญปานกลาง
1.3 ความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ความต้องการของลูกค้าไม่แน่นอน (D4)	3.23	0.810	ให้ความสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
1.4 ความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการได้ (D5)	3.37	0.884	ให้ความสำคัญปานกลาง
2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management)			
2.1 สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Cap4)	3.65	0.661	ให้ความสำคัญมาก
2.2 สามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Cap5)	3.47	0.705	ให้ความสำคัญมาก
2.3 ความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสถานะที่ความต้องการผันผวนได้ (Cap6)	3.46	0.686	ให้ความสำคัญมาก
3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management)			
3.1 เน้นการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร (Crm3)	4.14	0.782	ให้ความสำคัญมาก
3.2 ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลด้านบวกขององค์กรให้กับลูกค้า (Crm4)	3.88	0.817	ให้ความสำคัญมาก
3.3 ความสามารถในการสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ (Crm5)	3.90	0.766	ให้ความสำคัญมาก
3.4 ความสามารถในการมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าและการบริการลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ (Crm6)	4.00	0.764	ให้ความสำคัญมาก
3.5 ความสามารถในการเพิ่มความจงรักภักดีในตราสินค้า (Crm7)	3.95	0.780	ให้ความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
4. การบริหารความสัมพันธ์ Suppliers (Suppliers Relationship Management)			
4.1 ความสามารถในการพัฒนาความร่วมมือกับ Suppliers เพื่อประโยชน์ในการบริการในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด (Srm1)	3.74	0.710	ให้ความสำคัญมาก
4.2 ความสามารถในการให้ความสำคัญกับ Suppliers เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ (Srm2)	3.70	0.678	ให้ความสำคัญมาก
4.3 ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด (Srm3)	3.74	0.730	ให้ความสำคัญมาก
4.4 ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว (Srm4)	3.73	0.750	ให้ความสำคัญมาก
4.5 ความสามารถในการประเมินผลการปฏิบัติงานและผลการบริการของ Suppliers (Srm5)	3.61	0.810	ให้ความสำคัญมาก
5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management)			
5.1 ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง (Ord1)	3.79	0.631	ให้ความสำคัญมาก
5.2 สามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อให้เหลือเฉพาะที่จำเป็น (Ord2)	3.41	0.763	ให้ความสำคัญมาก
5.3 มีขั้นตอนกระบวนการส่งบริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วในการส่งมอบบริการ (Ord4)	3.67	0.694	ให้ความสำคัญมาก
5.4 ความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการกับลูกค้า (Ord5)	3.73	0.677	ให้ความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.4

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management)			
6.1 มีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือตามขั้นตอนการบริการ (Pf3)	3.89	0.660	ให้ความสำคัญมาก
6.2 ความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าที่ถูกต้องตามสถานที่และเวลาที่เหมาะสม (Pf4)	3.88	0.720	ให้ความสำคัญมาก
6.3 ความสามารถในการนำเสนอบริการที่มีมาตรฐานภายในข้อจำกัด (Pf5)	3.85	0.632	ให้ความสำคัญมาก
7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management)			
7.1 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า (Inf2)	3.32	0.945	ให้ความสำคัญปานกลาง
7.2 มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ Suppliers (Inf3)	3.19	0.945	ให้ความสำคัญปานกลาง
7.3 สามารถเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็ว ทุกเวลาผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Inf4)	3.48	0.900	ให้ความสำคัญมาก
7.4 ความสามารถในการติดตามข้อมูลที่ต้องการภายในห่วงโซ่อุปทานด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Inf5)	3.35	0.902	ให้ความสำคัญปานกลาง
7.5 ใช้ข้อมูลทันสมัยในการตัดสินใจผ่านการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยี (Inf6)	3.38	0.962	ให้ความสำคัญปานกลาง
7.6 ใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้กับลูกค้า (Inf7)	3.50	0.963	ให้ความสำคัญมาก

ตารางที่ 4.5

แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละตัวชี้วัดของตัวแปรตาม

ตัวชี้วัด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
1. คุณภาพการบริการ (Service Quality)			
1.1 ภาพลักษณ์ขององค์ประกอบการบริการ (เช่น การแต่งตัวของพนักงาน สถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ) มีความเหมาะสมและเรียบร้อย	3.85	0.866	ผลการปฏิบัติงานดี
1.2 ท่านสามารถให้บริการในระยะเวลาที่ท่านได้สัญญากับลูกค้าไว้	4.03	0.751	ผลการปฏิบัติงานดี
1.3 ท่านสามารถให้บริการกับลูกค้าของท่านด้วยความรวดเร็ว	3.94	0.714	ผลการปฏิบัติงานดี
1.4 ท่านสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่มีต่อการบริการให้กับลูกค้าได้	4.09	0.687	ผลการปฏิบัติงานดี
1.5 ท่านเข้าใจความต้องการลูกค้าในส่วนการบริการได้อย่างครบถ้วน	4.05	0.612	ผลการปฏิบัติงานดี

4.2.4 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาค่า Coefficients Regression ของตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของธุรกิจบริการของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะใช้ตัวชี้วัดที่ได้จากการจัดกลุ่มจากการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบจำนวน 7 กลุ่ม ตัวชี้วัดทั้งหมด 30 ตัว และคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 นำตัวแปรเข้าสมการด้วยวิธี Enter เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยโดยวัดจากค่า Sig. เปรียบเทียบกับค่า α 0.05 สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6

แสดงตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.692 ^a	.479	.455	.43904	.479	19.343	7	147	.000

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R Square) สูงสุดคือ 0.479 หมายความว่า กระบวนการทั้ง 7 องค์ประกอบสามารถอธิบายการวัดผลการปฏิบัติงาน กระบวนการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการในประเทศไทย ได้ร้อยละ 47.9 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 52.1 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.7

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.099	7	3.728	19.343	.000 ^b
	Residual	28.335	147	.193		
	Total	54.434	154			

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.7 มีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย

H_1 : ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย

จากการทดสอบที่กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) 0.05 นั้น ผลจากการทดสอบตามตารางที่ 10 ได้ ค่า Sig. เป็น 0.000 ซึ่งน้อยกว่า α ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับ H_1 นั่นคือตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย

ตารางที่ 4.8

แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.649	.339		1.914	.058
	Av_D	.023	.066	.024	.347	.729
	Av_Cap	.020	.069	.019	.295	.768
	Av_CRM	.180	.069	.196	2.624	.010
	Av_SRM	-.012	.070	-.012	-.165	.870
	Av_ORD	.360	.081	.334	4.446	.000
	Av_PF	.251	.080	.243	3.139	.002
	Av_IT	.070	.060	.092	1.172	.243

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาค่า Sig. สามารถสรุปได้ว่า ตัวชี้วัดตัวแปรอิสระที่มีผลต่อการวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test ของตัวชี้วัดที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) มีจำนวน 3 กระบวนการ และจากผลการวิเคราะห์แต่ละตัวแปรจะได้ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficients) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า Beta Coefficients สูง แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นส่งผลต่อตัวแปรตามมาก ผลจากการวิเคราะห์สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management: ORD) การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance

Management: PF) และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)

4.2.5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน

เมื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ 7 กระบวนการแล้ว จะนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาใช้กำหนดจุดกราฟแกนตั้ง หรือ Performance ในขณะที่แกนนอน หรือ Importance จะใช้ค่า Coefficients Regression (β) ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) มากำหนดจุดกราฟ เพื่อวิเคราะห์การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA ได้ดังนี้



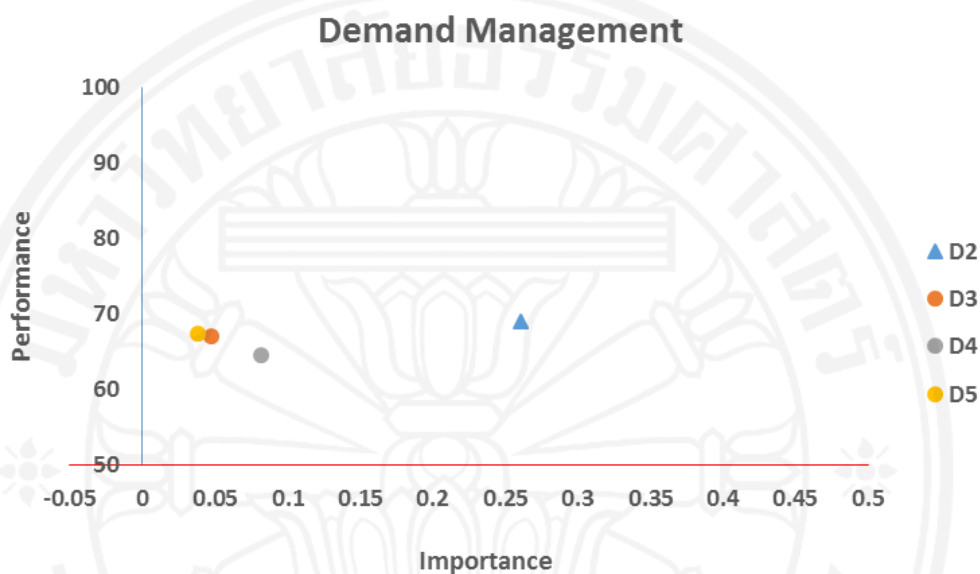
ภาพที่ 4.1 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.1 พบว่ามี 3 กระบวนการ (จุดสามเหลี่ยม) ได้แก่ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (ORD) และการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (PF) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และการบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (ORD) มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (PF) มีความสำคัญสูงต่อคุณภาพการให้บริการ โดยทั้ง 3 กระบวนการมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง

ในขณะที่ อีก 4 กระบวนการ (จุดวงกลม) ได้แก่ การจัดการความต้องการ (D) การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (CAP) การบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers (SRM) และการจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (IT) ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน

ของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง

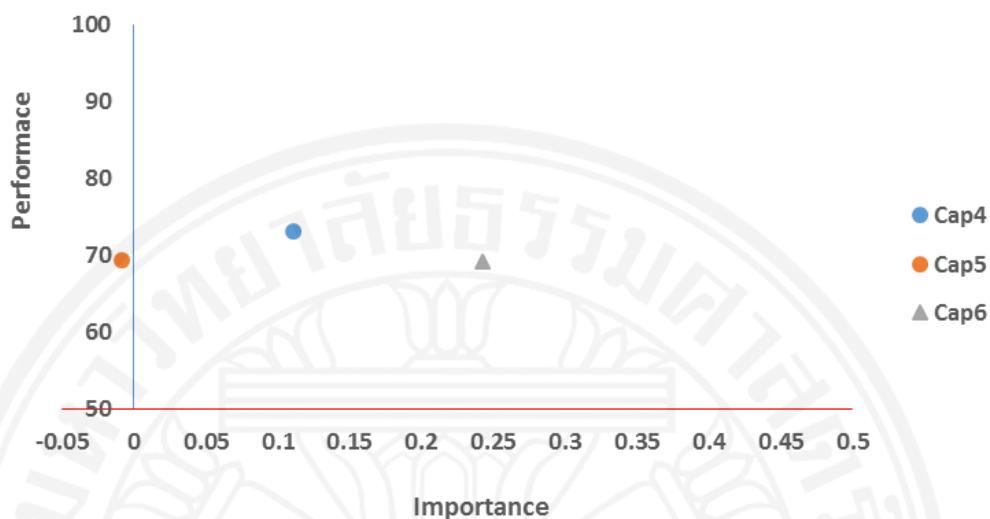
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละกระบวนการทั้ง 7 กระบวนการ สามารถแสดงได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการจัดการความต้องการด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.2 พบว่ามีเพียง 1 ตัวชี้วัด (จุดสามเหลี่ยม) คือ ความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและ กำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ (D2) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่าตัวชี้วัดนี้มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ ตัวชี้วัดอื่นๆ ได้แก่ ความสามารถที่จะจำลองสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันได้ (D3) ความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ความต้องการของลูกค้าไม่แน่นอน (D4) และความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการได้ (D5) มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง-สูง

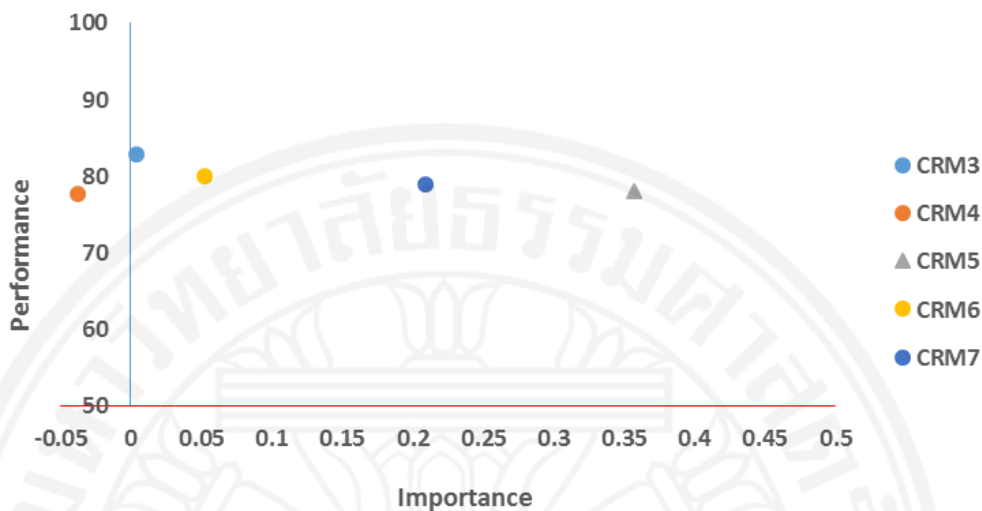
Capacity Management



ภาพที่ 4.3 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากรด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.3 พบว่ามีเพียง 1 ตัวชี้วัด (จุดสามเหลี่ยม) คือ ความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสถานะที่ความต้องการผันผวนได้ (Cap6) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่าตัวชี้วัดนี้มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ ตัวชี้วัดอื่นๆ ได้แก่ ความสามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Cap4) และความสามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Cap5) มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง

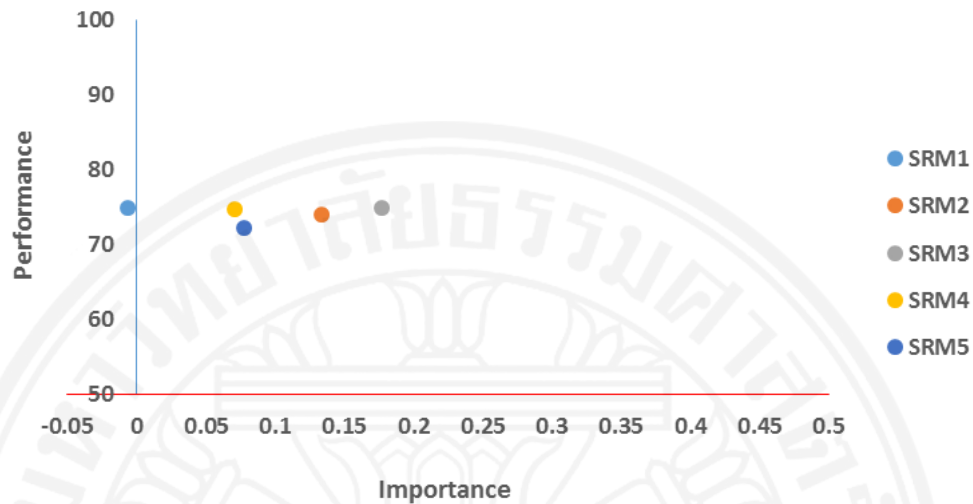
Customer Relationship Management



ภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.4 พบว่ามีเพียง 1 ตัวชี้วัด (จุดสามเหลี่ยม) คือ ความสามารถในการสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ (Crm5) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่าตัวชี้วัดนี้มีความสำคัญมากต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ ตัวชี้วัดอื่นๆ ได้แก่ การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อเป็นศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร (Crm3) ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลด้านบวกขององค์กรให้กับลูกค้า (Crm4) ความสามารถในการมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าและการบริการลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ (Crm6) และความสามารถในการเพิ่มความจงรักภักดีในตราสินค้า (Crm7) มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย น้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการก็ให้ความสำคัญในระดับน้อย-ปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง

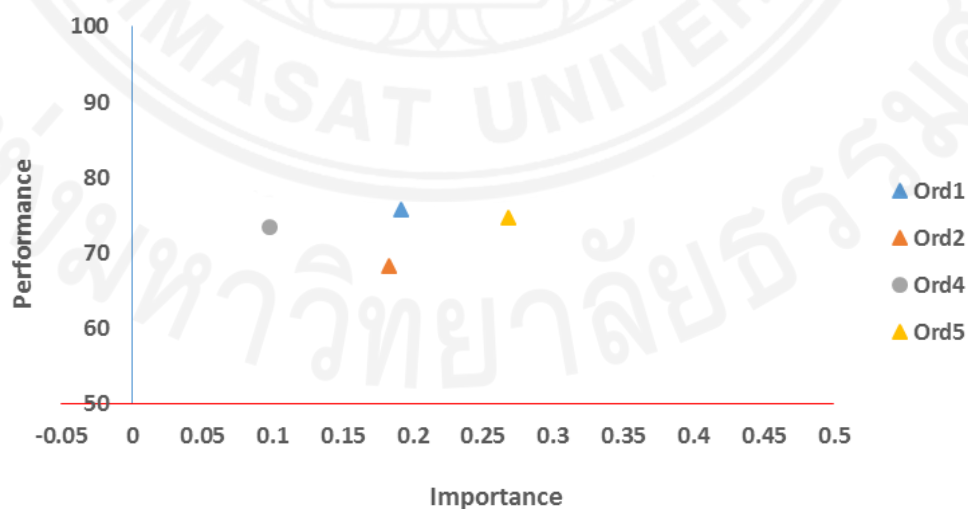
Supplier Relationship Management



ภาพที่ 4.5 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers ด้วยเครื่องมือ IPA

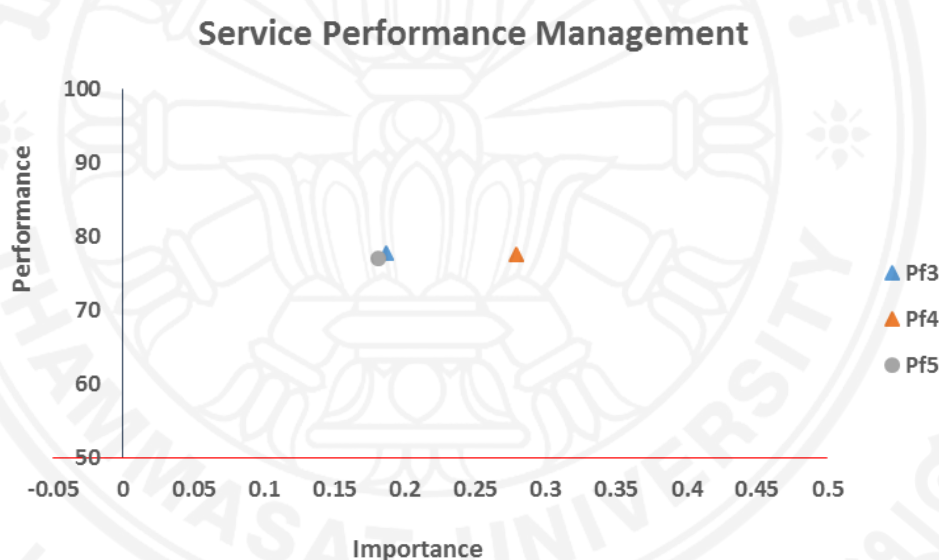
จากภาพที่ 4.5 พบว่าทุกตัวชี้วัดในด้านการบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการก็ให้ความสำคัญในระดับน้อย-ปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง

Order Process Management



ภาพที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อด้วยเครื่องมือ IPA

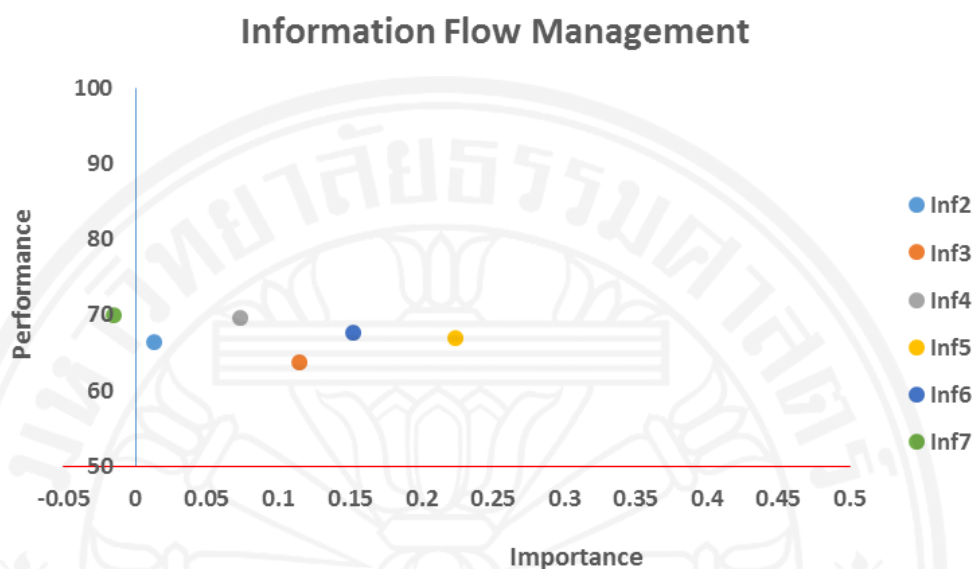
จากภาพที่ 4.6 พบว่ามี 3 ตัวชี้วัด (จุดสามเหลี่ยม) ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง (Ord1) ความสามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อให้เหลือเฉพาะที่จำเป็น (Ord2) และความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการกับลูกค้า (Ord5) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่าตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ การมีขั้นตอนกระบวนการสั่งบริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วในการส่งมอบบริการ (Ord4) มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการก็ให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง



ภาพที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.7 พบว่ามี 2 ตัวชี้วัด (จุดสามเหลี่ยม) คือ การมีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือตามขั้นตอนการบริการ (Pf3) และความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าที่ถูกต้องตามสถานที่และเวลาที่เหมาะสม (Pf4) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย (ค่า Sig < 0.05) โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้น มองว่าตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสำคัญปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ในขณะที่ ความสามารถในการนำเสนอบริการที่มีมาตรฐานภายในข้อจำกัด (Pf5) มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการใน

ประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการก็ให้ความสำคัญปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง



ภาพที่ 4.8 แสดงการเปรียบเทียบระดับความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการในด้านการจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศด้วยเครื่องมือ IPA

จากภาพที่ 4.8 พบว่าทุกตัวชี้วัดในด้านการจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการก็ให้ความสำคัญในระดับน้อย-ปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ โดยมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง-สูง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวัดผลการปฏิบัติการของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis (IPA) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ โดยมีขั้นตอนการวิจัยเริ่มต้นตั้งแต่ การสร้างตัวชี้วัด การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์และประเมินผล และการนำเสนอผลการวิจัย ซึ่งใช้วิธีเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่ออกแบบมาจากงานวิจัยของชนิดา พงษ์พานารัตน์ (2554) และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 155 ชุด โดยแบ่งตัวชี้วัดองค์ประกอบของกระบวนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการทั้งหมด 7 องค์ประกอบตามแนวคิด IUE-SSC Model ของ Baltacioglu et al. (2007) ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Supplier (Supplier Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบเพื่อหาความเหมาะสม การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ และการเปรียบเทียบระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis (IPA) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการจำนวน 155 คน พบว่าส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายการตลาด คิดเป็นร้อยละ 23.9 และอยู่ในประเภทธุรกิจค้าส่ง/ค้าปลีก และธนาคารมากที่สุด คิดเป็นธุรกิจร้อยละ 20.6 และส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานในบริษัทปัจจุบันมากกว่า 10 ปี หรือคิดเป็นร้อยละ 33.5 สำหรับขนาดของบริษัทที่กลุ่มตัวอย่างทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีจำนวนพนักงานระหว่าง 100 – 250 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2

5.1.2 การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ IPA

จากทฤษฎีแบบจำลองการบริหารจัดการซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมบริการ The IUE-SSC Model ของ Baltacioglu et al. (2007) ที่ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Supplier (Supplier Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) และการวัดผลการปฏิบัติงาน โดยอ้างอิงตัวชี้วัดของ 7 องค์ประกอบจากงานวิจัยของชนิดา พงษ์พานารัตน์ (2554) จำนวน 43 ตัวชี้วัด และนำมาวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มตัวชี้วัดใหม่ ผลจากการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบได้ทั้งหมด 7 กลุ่มตาม The IUE-SSC Model และนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตัวชี้วัดของตัวแปรตาม (Performance) เพื่อนำมากำหนดจุดแกนนั่ง ในเครื่องมือ IPA และใช้การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients Regression) ของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นตัวชี้วัดของตัวแปรอิสระ (Importance) มาใช้ในการกำหนดจุดแกนนอน ในเครื่องมือ IPA สรุปผลได้ดังนี้

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (ORD) และการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (PF) เป็นกระบวนการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยในมุมมองของผู้ให้บริการนั้นมองว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (PF) มีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ ในขณะที่ การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (ORD) มีความสำคัญสูงต่อคุณภาพการให้บริการ โดยทั้ง 3 กระบวนการต่างมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรรักษาคุณภาพการให้บริการให้อยู่ในระดับเดิมต่อไป แต่อาจพิจารณาโยกย้ายทรัพยากรบางส่วนในการรักษาคุณภาพการให้บริการในด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) และการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (PF) ไปใช้ในด้านอื่นแทน เพื่อให้ระดับผลการปฏิบัติงานสอดคล้องกับระดับความสำคัญ

ในขณะที่ อีก 4 กระบวนการ ได้แก่ การจัดการความต้องการ (D) การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (CAP) การบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers (SRM) และการจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (IT) ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ

บริการในประเทศไทยน้อยมาก (ค่า Sig > 0.05) และผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยต่อคุณภาพการให้บริการ แม้จะมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง-สูง

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแต่ละกระบวนการ พบว่าในด้านการจัดการความต้องการ มี 1 ตัวชี้วัด คือ ความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและกำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ (D2) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยมีความสำคัญปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงอาจพิจารณาตัดทอนการใช้ทรัพยากรในด้านการจัดการความต้องการลง โดยรักษาระดับผลการปฏิบัติงานในส่วนของความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้า วางแผนและ กำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำให้สอดคล้องกับระดับความสำคัญ

ในด้านการบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร แม้ในภาพรวมกระบวนการนี้จะส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการน้อยมาก แต่ก็ยังมี 1 ตัวชี้วัด คือ ความสามารถในการจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสถานะที่ความต้องการผันผวนได้ (Cap6) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย และมีความสำคัญในระดับปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงอาจพิจารณาปรับลดและโยกย้ายทรัพยากรเพื่อการพัฒนาในด้านอื่นแทน เพียงแค่รักษาระดับผลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับระดับความสำคัญ

ในด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ พบว่ามีเพียง 1 ตัวชี้วัด คือ ความสามารถในการสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ (Crm5) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย ซึ่งมีความสำคัญมากต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการควรรักษาสถานะนี้ไว้ตลอดจนพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้อยู่ในระดับสูงเสมอ

ในด้านการบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ มี 3 ตัวชี้วัด ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง (Ord1) ความสามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อให้เหลือเฉพาะที่จำเป็น (Ord2) และความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการบริการกับลูกค้า (Ord5) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย โดยตัวชี้วัดเหล่านี้มีความสำคัญในระดับน้อย-ปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ และมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการอาจต้องพิจารณาปรับลดการใช้ทรัพยากรในด้านนี้ลงในระดับหนึ่ง และคงระดับคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับระดับความสำคัญ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุด

ด้านการบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ พบว่า มี 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ การมีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือตามขั้นตอนการบริการ (Pf3) และความสามารถในการให้บริการกับลูกค้าที่ถูกต้องตามสถานที่และเวลาที่เหมาะสม (Pf4) ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย และล้วนมีความสำคัญปานกลางต่อคุณภาพการให้บริการ โดยมีคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับสูง ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงควรจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม และไม่มากเกินไปเพื่อใช้รักษาระดับคุณภาพบริการให้เหมาะสมกับระดับความสำคัญ

ในส่วนของกระบวนการบริหารความสัมพันธ์กับ Suppliers และการจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ ผู้ให้บริการอาจพิจารณาตัดทอนทรัพยากรที่มุ่งลงไปในกระบวนการเหล่านี้ เพราะมีระดับความสำคัญน้อย หรือแทบไม่มีความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทย แต่คุณภาพการให้บริการกลับอยู่ในระดับสูง ซึ่งถือเป็นการใช้ทรัพยากรที่ไม่คุ้มค่าเท่าที่ควร

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ และนำเสนอข้อมูลด้วยเครื่องมือ Importance-Performance Analysis: IPA โดยมีการทดสอบความเหมาะสมของตัวชี้วัดกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการที่อ้างอิงจากงานวิจัยของชนิดา พงษ์พานารัตน์ (2554) และจัดองค์ประกอบตามแนวคิดตามแนวคิด IUE-SSC Model ของ Baltacioglu et al. (2007) ทั้ง 7 กระบวนการ ได้แก่ 1. การจัดการความต้องการ (Demand Management) 2. การบริหารกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) 3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) 4. การบริหารความสัมพันธ์ Supplier (Supplier Relationship Management) 5. การบริหารกระบวนการคำสั่งซื้อ (Order Process Management) 6. การบริหารประสิทธิภาพอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) และ 7. การจัดการข้อมูลระบบสารสนเทศ (Information Flow and Technology Management) ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่า ตัวชี้วัดกระบวนการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจบริการ มีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบได้ และตัวชี้วัดทั้งหมดมีความสัมพันธ์กัน และนำไปสกัดปัจจัยได้

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม เนื่องจากผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ได้แก่ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานในธุรกิจบริการ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้แยกประเภทหรือชนิดของธุรกิจบริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ เนื่องจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีความหลากหลาย มีคุณลักษณะเฉพาะตัว และมีขนาดที่แตกต่างกัน ดังนั้น การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ จึงทำได้ลำบาก และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม อาจไม่ใช่ตัวแทนที่ดีสำหรับธุรกิจบริการทุกประเภท นอกจากนี้ เนื่องจากธุรกิจบริการครอบคลุมหลากหลายธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถระบุจำนวนประชากรได้อย่างชัดเจน จึงส่งผลต่อการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยที่เหมาะสม ดังนั้น ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ อาจไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้อธิบายในธุรกิจบริการได้ทุกประเภท

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

เนื่องจากธุรกิจบริการมีความหลากหลาย และสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท ดังนั้น อาจมีการทำการศึกษาโดยแยกประเภทธุรกิจบริการออกไปโดยเฉพาะ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความเฉพาะตัว และสามารถนำไปใช้ประโยชน์แยกรายประเภทธุรกิจ นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ กำหนดผลการปฏิบัติงานไว้เพียงตัวแปรเดียว ได้แก่ คุณภาพการบริการ (Service Quality) ดังนั้น อาจมีการทำ การวิจัยต่อยอดโดยเพิ่มผลการปฏิบัติงานในด้านอื่นๆ เช่น ด้านความเร็ว (Speed) ด้านต้นทุน (Cost) และด้านความยืดหยุ่น (Flexible) เพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานในด้านอื่นๆ ด้วย

รายการอ้างอิง

บทความวารสาร

- ศากุน บุญอิต. (2554). การวัดผลการปฏิบัติงานขององค์กร. วารสารบริหารธุรกิจ, 34(131), 80-81.
- ศุภกร ลี้มคุณธรรมโม. (2555). การวิเคราะห์ระดับความสำคัญและผลการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของกรุงเทพฯ ฮ่องกงและสิงคโปร์. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 34(131), 51-88.

วิทยานิพนธ์

- ชนิดา พงษ์พานารัตน์. (2554). การพัฒนาและทดสอบความตรงของตัวชี้วัดกระบวนการบริหารซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมบริการ.(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- ปิยะนุช พรประสิทธิ์, สุธินี ฤกษ์ขำ. (2558). เครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงานเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีประสิทธิภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ม.ค. 2559, จาก http://journal.fms.psu.ac.th/files/Article_JOFMS/No.32-v1-58/2558-1%20Journal_FMS-6.pdf

Articles

- Abalo., V, & Manzano. (2007) Importance values for Importance–Performance Analysis: A formula for spreading out values derived from preference rankings. *Journal of Business Research*, 60, 115-121.
- Baltacioglu T., Ada E., Kaplan M. D., Yurt O. & Kaplan Y. C. (2007). A New Framework for Service Supply Chains. *The Service Industries Journal*, 27(2), 105-124

- Cathy J., Brian P. M., (1997). .The influence of experience on service expectations. *International Journal of Service Industry Management*, 8(4), 290 – 305.
- Cho D. W., Lee Y. H., Ahn S. H. & Hwang M. K. (2011). A Framework for Measuring the Performance of Service Supply Chain Management. *Computers & Industrial Engineering*, 62. 801-818.
- Chu, R. K., & Choi, T. (2000). An Importance-Performance Analysis of Hotel Selection Factors in the Hong Kong Hotel Industry: A Comparison of Business and Leisure Travelers. *Tourism Management*, 21(4), 363-377.
- David S. L., Phillip K. & Edith S. L. (2000). *Designing and Managing the Supply Chain*. New York: McGraw-Hill Press.
- Deacon A. and Du Rand G.E. (2013). An Importance-Performance Analysis of the Catering Component of a Higher Education Institution. The Second Advances in Hospitality and Tourism Marketing Conference.
- Deng W. J. (2007). Using a Revised Importance-Performance Analysis Approach: The Case of Taiwanese Hot Springs Tourism. *Tourism Management*, 22, 1274-1284.
- Deng W. J. (2008). Fuzzy Importance-Performance Analysis for Determining Critical Service Attributes. *International Journal of Service Industry Management*, 19(2), 252-270.
- Edvardsson B., Olsson J. (1996). Key Concepts for New Service Development. *The Service Industries Journal*, 16, 140-164.
- Ellram L. M., George A. Zsidisin, Sue P. Siferd, and Michael Stanly (2002). The Impact of Purchasing and Supply Management Activities on Corporate Success. *The Journal of Supply Chain Management*, 38 (1), 4-15.
- Ellram L. M., Tate W. L., Billington C. (2004). Understanding and Managing the Services Supply Chain. *Journal of Supply Chain Management*, 40(4), 17-32.
- Francisco J. M., Antonio C., Luis R. M. & Juan V. (2010). An Importance-Performance Analysis of Primary Health Care Services: Managers vs. Patients Perceptions. *Journal Service Science & Management*, 3, 227-234.

- Gemmel P. (2007). Delivering Excellent Service Quality in Aviation: A Practical Guide for Internal and External Service Providers. *International Journal of Service Industry Management*, 18, 443-444.
- Guadagnoli. E., & Velicer W.F. (1988). Relation to sample size to the stability of component patterns. *Psychological Bulletin*, 103(2), 265-275.
- Haas d. H. & Hansen A. P. (2010). *Facilities Management in a Service Supply Chain Perspective*. Logistics and Supply Chain Management in a Globalised Economy, Proceedings of the 22nd Annual NOFOMA Conference, June 10-11, Department of Entrepreneurship and Relationship Management, University of Southern Denmark, Kolding, 631-645.
- Handfield R. B., Nichols E. L. (1999). *Introduction to Supply Chain Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Heskett J., Sasser W., & Hart C. (1990). *Service Breakthroughs: Changing the Rules of the Game*. New York: The Free Press, A Division of MacMillan, Inc.
- Hock C., Ringle C. M. & Sarstedt M. (2010). Management of Multi-Purpose Stadiums: Importance and Performance Measurement of Service Interfaces. *International Journal Services Technology and Management*, 14(2/3), 188-207.
- Ivana B., Jovanka P. R., Lenko U., Uglješa S., Lukrecija Đ., Milana P. & Tanja A. (2014). An Importance-Performance Analysis of Service Quality in Spa Hotels. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 27(1), 483-495.
- John A. D., John S. Oakland. (1994). Total Quality Management in Services: Part 3: Distinguishing Perceptions of Service Quality. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 11(4), 6 – 28.
- John B. F., Mathew J., & Beatriz J. (1999). Importance-Performance Analysis as a Strategic Tool for Service Marketers: The Case of Service Quality Perceptions of Business Students in New Zealand and the USA. *Journal of Services Marketing*, 13(2), 171-186.
- Kotler P. & Bloom P. N. (1984). *Marketing Professional Services*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

- Lambert D. M. Garcia-Dastugue S. J., & Croxton K.L. (2005). An Evaluation of Process-Oriented Supply Chain Management Frameworks. *Journal of Business Logistics*, 26(1), 25-51.
- Lovelock C. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*, 47, 9-20.
- Martilla J. A., & James J. C. (1977). Importance-Performance Analysis. *The Journal of Marketing*, 77-79.
- Matzler K., Bailom F., Hinterhuber H. H., Renzl, B., & Pichler, J. (2004). The Asymmetric Relationship between Attribute-level Performance and Overall Customer Satisfaction: A Reconsideration of the Importance-Performance Analysis. *Industrial Marketing Management*, 33, 271-277.
- Matzler K., Sauerwein E., & Heischmidt K. A. (2003). Importance-Performance Analysis Revisited: The Role of the Factor Structure of Customer Satisfaction. *The Service Industries Journal*, 23(2), 112-129.
- Mentzer J., DeWitt W., Keebler J., Min S., Nix N., Smith C., et al. (2001). Defining Supply Chain Management. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 1-25.
- Oh, H. (2001). Revisiting Importance-Performance Analysis. *Tourism Management*, 22(6), 617-627.
- Parasuraman A., Berry L. L. & Zeithaml V. A., (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.
- Parasuraman A., Zeithaml V. A. & Berry L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Supply Chain Performance. *Journal of Supply Chain Management*, 41(2), 14-25.
- Pracha Koonathamdee. (2013). *A Turning Point for the Service Sector in Thailand. ADB Economics Working Paper Series*. Manila, Philippines: Asian Development Bank.
- Sampson S. E., & Showalter M. J. (1999). The Performance-Importance Response Function: Observations and Implications. *The Service Industries Journal*, 19(3), 1-25.

- Trang S. T. N., Zander S., Visser d.B., Kolbe L.M. (2015). Towards an Importance-Performance Analysis of Factors Affecting e-Business Diffusion in the Wood Industry. *Journal of Cleaner Production*, 1-11.
- Tzeng G. H. & Chang H. F. (2011). Applying Importance-Performance Analysis as a Service Quality Measure in Food Service Industry. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(3), 106-115.
- Vahid P., Alireza M., Susan G. (2009). Importance-performance analysis of service attributes and its impact on decision making in the mobile telecommunication industry. *Measuring Business Excellence*, 13(1), 82 – 92.
- Wade D. J., & Eagles P. F. (2003). The Use of Importance-Performance Analysis and Market Segmentation for Tourism Management in Parks and Protected Areas: An Application to Tanzania's National Parks. *Journal of Ecotourism*, 2(3), 196-212.
- Wu C. H., Lee Y. C., Cheng Y. C., & Tasi, S. B. (2012). *The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Bank Services*. Graduate Institute of Technology Management Chung Hua University, Taiwan.
- Wu H. H., and Shieh J. I. (2009). The Development of a Confidence Interval-based Importance-Performance Analysis by Considering Variability in Analyzing Service Quality. *Expert System with Application*, 36, 7040-7044.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ
Importance Performance Analysis: IPA

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาค้นคว้าอิสระ (Independent Study) หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษาวิจัย "การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ Importance Performance Analysis: IPA" เพื่อศึกษาถึงผลการปฏิบัติงานของกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการ

โปรดเน้นย้ำว่าคำตอบทุกข้อในแบบสอบถามนี้จะเก็บเป็นความลับและไม่มีการเปิดเผยใดใดทั้งสิ้น ข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์ในเชิงสถิติในลักษณะของภาพรวมโดยจะไม่มีการวิเคราะห์เป็นรายบริษัทหรือเปิดเผยข้อมูลใดใด และในแบบสอบถามนี้จะไม่มีการระบุชื่อหรือข้อมูลของบริษัทท่าน เมื่อท่านตอบแบบสอบถามกรุณาตอบตามความเข้าใจที่ท่านมี ถ้าในข้อใดที่ท่านตอบไม่ได้กรุณาใช้การประเมินจากข้อมูลที่ท่านมีอยู่มากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือของท่าน !!

ถ้าท่านมีข้อสงสัยกรุณาติดต่อ

นางสาวเปรมบุญย์ วรสรพรการ

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2 ถ. พระจันทร์ พระนคร กรุงเทพฯ 10200

e-mail: Prembun_v@yahoo.vom โทร. 098-6895677

การวัดผลการปฏิบัติงานกระบวนการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจบริการในประเทศไทยด้วยเครื่องมือ
Importance Performance Analysis: IPA

ข้อแนะนำทั่วไปในการตอบแบบสอบถาม

คำถามส่วนใหญ่ในแบบสอบถามนี้ต้องการให้ท่านตอบคำถามโดยเลือกตัวเลขที่อธิบายถึงการให้ความสำคัญของท่านต่อดัชนีชี้วัดแต่ละตัวของบริษัทที่ท่านดำเนินงานอยู่ กรุณาเลือกตัวเลขที่ท่านคิดว่าสอดคล้องกับคำถามมากที่สุด ถ้าท่านเลือกผิดหรือต้องการเปลี่ยนตัวเลขใหม่ ท่านสามารถขีดฆ่าหรือลบตัวเลขเดิมแล้วเลือกตัวเลขใหม่ได้ทันที นอกจากนี้ระบุในคำอธิบาย ตัวเลขในคำตอบจะอยู่ระหว่าง 1-5 โดยที่เลข 1 จะหมายถึงท่านให้ความสำคัญน้อยที่สุดในข้อความนั้น และ เลข 5 จะหมายถึงท่านให้ความสำคัญมากที่สุดในข้อความนั้น ระดับของความเห็นด้วยกับข้อความจะเพิ่มขึ้นจากเลข 1-5 ตามลำดับ โปรดเน้นย้ำว่า

- บุคคลที่ตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานบริการ ซึ่งอาจเป็นเจ้าของกิจการ, ประธานบริหาร, ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ หรือผู้จัดการแผนกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการปฏิบัติการหรือการบริหารซัพพลายเชน
- ขอความกรุณาท่านตอบคำถามตามข้อแนะนำหรือข้อกำหนดที่ระบุไว้ในแต่ละหัวข้อ
- กรุณาตอบคำถามทุกข้อโดยยึดตามความเข้าใจหรือความเห็นที่ท่านมีต่อข้อความในแต่ละข้อ
- คำตอบที่ท่านตอบทั้งหมดจะเก็บไว้เป็น ความลับ ไม่มีการเปิดเผยไม่ว่าในกรณีใดใดทั้งสิ้น การรายงานผลการวิจัยจะรายงานในลักษณะรวมทั้งอุตสาหกรรมโดยมิได้ระบุตามรายโรงงานหรือบุคคล

แบบสอบถามนี้ใช้เวลาตอบทั้งหมด 8 นาที

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ที่ท่านต้องการเลือก

1. ตำแหน่งภายในบริษัท

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ประธานผู้บริหาร/ประธานบริษัท | <input type="checkbox"/> 2. กรรมการบริษัท |
| <input type="checkbox"/> 3. ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและการเงิน | <input type="checkbox"/> 4. ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ |
| <input type="checkbox"/> 5. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด | <input type="checkbox"/> 6. ผู้จัดการฝ่ายบุคคล |
| <input type="checkbox"/> 7. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ | <input type="checkbox"/> 8. ผู้จัดการฝ่ายวิศวกรรม |
| <input type="checkbox"/> 9. ผู้จัดการแผนกอื่นๆ โปรดระบุ | |

2. ประเภทธุรกิจ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1.ค้าส่ง /ค้าปลีก | <input type="checkbox"/> 2. โรงแรม, รีสอร์ทและร้านอาหาร |
| <input type="checkbox"/> 3.ประกันภัย | <input type="checkbox"/> 4. การศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 5.ขนส่งและจัดเก็บ | <input type="checkbox"/> 6. สุขภาพ/ โรงพยาบาล |
| <input type="checkbox"/> 7.ธนาคาร | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

3. ช่วงเวลาที่ท่านทำงานในบริษัท (ปี)

- | | |
|----------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. < 2 | <input type="checkbox"/> 2. 2-5 |
| <input type="checkbox"/> 3. 6-10 | <input type="checkbox"/> 4. > 10 |

4. จำนวนพนักงานในบริษัทของท่าน (คน)

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. < 250 | <input type="checkbox"/> 2. 251-500 |
| <input type="checkbox"/> 3. 501-1,000 | <input type="checkbox"/> 4. > 1,000 |

5. กรุณาระบุว่าท่านต้องการสรุปผลรายงานงานวิจัยฉบับนี้

- | | |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต้องการ | <input type="checkbox"/> 2. ไม่ต้องการ |
|-------------------------------------|--|

ส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญในแต่ละตัวของดัชนีชี้วัด

กรุณาระบุคำตอบโดยการทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านต้องการเลือกว่าท่านเห็นด้วยกับแต่ละตัวชี้วัดอย่างไร

I) การจัดการความต้องการ (Demand Management) หมายถึง

การบริหารจัดการความต้องการของลูกค้าให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการโดยมุ่งเน้นจัดการข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจในการดำเนินงาน

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.บริษัทท่านมุ่งเน้นที่ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่จะนำไปใช้สำหรับการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า					
2. บริษัทท่านมีความสามารถในการคาดคะเนล่วงหน้าวางแผนและ กำหนดเป้าหมายของความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ					
3.บริษัทท่านมี ความสามารถที่จะจำลองสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันได้					
4.บริษัทของท่านมีความสามารถในการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ความต้องการของลูกค้าไม่แน่นอน					
5.บริษัทท่านมีความสามารถในการเพิ่มหรือลดความต้องการของลูกค้าเพื่อให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการได้					

II) การจัดการกำลังการผลิตและทรัพยากร (Capacity and Resource Management) หมายถึง

การจัดการกำลังการผลิตและทรัพยากรที่มีอยู่ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการให้บริการและสามารถรองรับความต้องการของลูกค้า โดยสามารถควบคุมต้นทุนได้เหมาะสม

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัทของท่านสามารถระบุกำลังการผลิตที่มีอยู่ได้					
2. บริษัทของท่านมีระบบในการติดตามผลเพื่อแสดงกำลังการผลิตที่ไม่สอดคล้องความต้องการลูกค้าได้					
3. บริษัทท่านสามารถปรับกำลังการทำงานในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้					
4. บริษัทของท่านสามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องได้ (เช่น เงินทุน, สถานที่, วัตถุดิบ) ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้					
5. บริษัทของท่านสามารถบริหารทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ (เช่น เวลา, ทรัพยากรบุคคล) ให้เกิดประโยชน์สูงสุด					
6. บริษัทของท่านสามารถจัดการกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในสถานะที่ความต้องการผันผวนได้					

III) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) หมายถึง

เป็นความสัมพันธ์กับลูกค้าระยะยาว มุ่งเน้นการพัฒนาข้อมูลลูกค้าอย่างต่อเนื่องโดยการรับข้อมูลจากลูกค้า และพยายามทำความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. บริษัทของท่านมีความสามารถในการพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า					
2. บริษัทของท่านมีความสามารถในการจำแนกและจัดลำดับความสำคัญของลูกค้าแต่ละราย					
3. บริษัทของท่านมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเพื่อให้เป็นศูนย์กลางกิจกรรมต่างๆขององค์กร					

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4.บริษัทของท่านมีความสามารถในการสื่อสารข้อมูลด้านบวกขององค์กรให้กับลูกค้าได้รับทราบ					
5.บริษัทของท่านมีความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจก่อนและหลังการบริการ					
6.บริษัทของท่านมีความสามารถในการมุ่งเน้นไปที่ความต้องการของลูกค้าและการบริการลูกค้าเพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ					
7.บริษัทของท่านมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อเพิ่มความจงรักภักดีในตราสินค้า					

IV) การบริหารซัพพลายเออร์ (Suppliers Relationship Management) หมายถึง

กระบวนการที่ลูกค้าและผู้ส่งมอบที่มีศักยภาพร่วมกัน พัฒนาความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในระยะยาวร่วมกันแบบพันธมิตร เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ร่วมกัน

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1 บริษัทของท่านมีความสามารถในการพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับซัพพลายเออร์					
2.บริษัทของท่านมีความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับซัพพลายเออร์					
3.บริษัทของท่านมีความสามารถในการประเมินผลการปฏิบัติงาน และผลการให้บริการของซัพพลายเออร์					
4.บริษัทของท่านมีความสามารถในการให้ความสำคัญกับซัพพลายเออร์ที่สำคัญเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ					

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5.ความสามารถในการพัฒนาความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ เพื่อประโยชน์ในการบริการในห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด					

V) การบริหารคำสั่งซื้อ (Order Process Management) หมายถึง

กระบวนการตอบสนองคำสั่งซื้อบริการโดยเริ่มตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อไปจนถึงการให้บริการลูกค้าเสร็จสิ้น ณ จุดบริการลูกค้า

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.บริษัทของท่านมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการสั่งซื้อบริการ					
2.บริษัทของท่านสามารถลดขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อบริการ โดยให้เหลือเฉพาะขั้นตอนกระบวนการสั่งซื้อบริการที่จำเป็น					
3.บริษัทของท่านมุ่งเน้นในการตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่เกิดขึ้นในระหว่างกระบวนการบริการ					
4.บริษัทของท่านมีขั้นตอนกระบวนการการสั่งซื้อบริการที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็วเพื่อให้การส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพ					
5.บริษัทของท่านมีความสามารถในการบริหารสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการกับลูกค้า					
6.ความสามารถในการทำงานร่วมกับลูกค้าที่สำคัญเพื่อปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีคุณภาพ					

VI) การบริหารผลการดำเนินงานอุตสาหกรรมบริการ (Service Performance Management) หมายถึง

ระบบบริหารจัดการอุตสาหกรรมบริการ เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานขององค์กร และพนักงานเป็นไปในแนวทางเดียวกัน โดยมีตัวชี้วัดต่างๆช่วยสร้างแนวทางในการปรับปรุงระบบประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์ขององค์กร

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการจัดการผลการดำเนินงานด้านการบริการ					
2. บริษัทของท่านมีความสามารถในการจัดการตารางเวลาในการทำงานของพนักงาน และสามารถกระตุ้นความตั้งใจในการให้บริการของพนักงานได้					
3. บริษัทของท่านมีศักยภาพในการให้บริการที่ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือภายใต้ขั้นตอนกระบวนการให้บริการ					
4. บริษัทของท่านมีความสามารถในการให้บริการให้กับลูกค้าที่ถูกต้องในสถานที่ที่เหมาะสม และในเวลาที่เหมาะสม					
5. บริษัทของท่านมีความสามารถที่จะนำเสนอบริการอย่างมีมาตรฐานภายใต้ข้อจำกัดในการให้บริการ					
6. บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้					
7. บริษัทของท่านมีระบบติดตามความสามารถในการให้บริการภายในองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ					

VII) การจัดการข้อมูลและระบบสารสนเทศ (Information and Technology Management)

หมายถึง การนำเอาเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันมาใช้เพื่อใช้สนับสนุนการถ่ายโอนข้อมูล ทำให้สามารถประสานงานในโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดของตนเอง

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.บริษัทของท่านมีความสามารถในการสร้างเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลร่วมกันระหว่างภายในบริษัทและระหว่างซัพพลายเออร์และลูกค้า					
2.บริษัทของท่านมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้า					
3.บริษัทของท่าน มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับซัพพลายเออร์					
4.บริษัทของท่านมีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ในทุกเวลา ผ่านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ					
5.บริษัทของท่านมีความสามารถในการติดตามข้อมูลที่ถูกต้องภายในห่วงโซ่อุปทานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ					
6.บริษัทของท่านใช้ข้อมูลที่ทันสมัยเพื่อช่วยในการตัดสินใจผ่านการจัดการข้อมูลและเทคโนโลยี					
7. บริษัทของท่านมีการใช้เทคโนโลยีใหม่สำหรับการเพิ่มช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับองค์กรได้สะดวกมากยิ่งขึ้น					

VIII) คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง

ทัศนคติโดยรวมต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจากการบริการที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้า

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1.ภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบการบริการ (เช่น การแต่งตัวของพนักงาน สถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ) มีความเหมาะสมและเรียบร้อย					
2. ท่านสามารถให้บริการในระยะเวลาที่ท่านได้สัญญาให้กับลูกค้าไว้					

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ท่านสามารถให้บริการกับลูกค้าของท่านด้วยความรวดเร็ว					
4. ท่านสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจที่มีต่อการบริการให้กับลูกค้าได้					
5. ท่านเข้าใจความต้องการลูกค้าในส่วนของบริการได้อย่างครบถ้วน					

IX) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง

สภาวะทางอารมณ์ที่ลูกค้ามีความพึงพอใจจากการมีประสบการณ์การได้รับการบริการจากบริษัทของท่าน

ตัวชี้วัด	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ลูกค้าพึงพอใจด้านราคาของการบริการ					
2. ลูกค้าพึงพอใจที่ได้รับบริการตามที่ต้องการอย่างครบถ้วน					
3. ลูกค้าพึงพอใจการบริการลูกค้า (Customer service) ที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนของการบริการ					
4. ลูกค้าพึงพอใจกระบวนการแก้ไขความผิดพลาดด้านการบริการที่เกิดขึ้น					

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน !!

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.856
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2923.142
	df	435
	Sig.	.000

Communalities		
	Initial	Extraction
D2	1.000	.543
D3	1.000	.732
D4	1.000	.733
D5	1.000	.657
Cap4	1.000	.676
Cap5	1.000	.749
Cap6	1.000	.661
Crm3	1.000	.595
Crm4	1.000	.715
Crm5	1.000	.709
Crm6	1.000	.793
Crm7	1.000	.743
Srm1	1.000	.737
Srm2	1.000	.766
Srm3	1.000	.609
Srm4	1.000	.807
Srm5	1.000	.767

Communalities		
	Initial	Extraction
Ord1	1.000	.703
Ord2	1.000	.648
Ord4	1.000	.704
Ord5	1.000	.580
Pf3	1.000	.743
Pf4	1.000	.716
Pf5	1.000	.772
Inf2	1.000	.723
Inf3	1.000	.758
Inf4	1.000	.728
Inf5	1.000	.730
Inf6	1.000	.805
Inf7	1.000	.664
Extraction Method: Principal Component Analysis.		

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.053	33.509	33.509	10.053	33.509	33.509	4.346	14.487	14.487
2	2.905	9.684	43.193	2.905	9.684	43.193	3.720	12.399	26.886
3	1.986	6.621	49.814	1.986	6.621	49.814	3.640	12.134	39.020
4	1.857	6.190	56.004	1.857	6.190	56.004	2.674	8.912	47.933
5	1.636	5.454	61.457	1.636	5.454	61.457	2.595	8.649	56.582
6	1.559	5.198	66.655	1.559	5.198	66.655	2.156	7.187	63.769
7	1.271	4.236	70.891	1.271	4.236	70.891	2.136	7.122	70.891

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
8	.878	2.928	73.818						
9	.773	2.575	76.393						
10	.690	2.301	78.695						
11	.665	2.216	80.911						
12	.544	1.815	82.726						
13	.530	1.765	84.491						
14	.483	1.610	86.101						
15	.456	1.520	87.621						
16	.426	1.420	89.041						
17	.416	1.387	90.428						
18	.367	1.224	91.652						
19	.330	1.100	92.752						
20	.297	.991	93.743						
21	.285	.950	94.693						
22	.276	.919	95.612						
23	.240	.802	96.414						
24	.209	.695	97.109						
25	.188	.626	97.736						
26	.179	.598	98.334						
27	.158	.528	98.862						
28	.126	.421	99.283						
29	.110	.365	99.648						
30	.105	.352	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix ^a							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
D2							
D3							
D4							
D5							
Cap4							
Cap5							
Cap6							
Crm3							
Crm4							
Crm5	.630						
Crm6	.636						
Crm7	.648						
Srm1							
Srm2							
Srm3							
Srm4	.627						
Srm5	.628						
Ord1							
Ord2							
Ord4	.613						
Ord5	.623						
Pf3	.707						
Pf4							
Pf5							
Inf2							
Inf3	.637						
Inf4	.716						

Component Matrix ^a							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Inf5	.769						
Inf6	.767						
Inf7	.626						
Extraction Method: Principal Component Analysis.							
a. 7 components extracted.							

Rotated Component Matrix ^a							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
D2					.625		
D3					.789		
D4					.787		
D5					.760		
Cap4							.766
Cap5							.814
Cap6							.734
Crm3			.685				
Crm4			.796				
Crm5			.754				
Crm6			.803				
Crm7			.785				
Srm1		.811					
Srm2		.827					
Srm3		.632					
Srm4		.824					
Srm5		.811					
Ord1				.769			

Rotated Component Matrix ^a							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Ord2				.741			
Ord4				.739			
Ord5				.611			
Pf3						.668	
Pf4						.739	
Pf5						.790	
Inf2	.800						
Inf3	.793						
Inf4	.758						
Inf5	.690						
Inf6	.778						
Inf7	.761						
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.							
a. Rotation converged in 6 iterations.							

Component Transformation Matrix							
Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.528	.421	.446	.360	.283	.304	.208
2	.442	-.658	-.327	.003	.467	.036	.212
3	-.351	-.425	.761	-.223	.241	.091	.043
4	-.584	.117	-.229	.358	.267	.092	.620
5	.222	-.020	.080	-.436	-.502	.023	.708
6	.020	.418	-.040	-.548	.547	-.467	.075
7	.106	-.146	.235	.449	-.144	-.819	.138
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.							

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวเปรมบุญย์ วรสรรพการ
วันเดือนปีเกิด	27 เมษายน 2532
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2555: รัฐศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ตำแหน่ง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ
ประสบการณ์ทำงาน	2556-ปัจจุบัน: นักวิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ