

การพัฒนาแบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทาน

DEVELOPING VALUE CHAIN MODEL AND PERFORMANCE MEASUREMENT BASED ON SUPPLY AND DEMAND PERSPECTIVE

ณรงค์ศักดิ์ สงวนศิลป์¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลจากการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปสงค์ และการจัดการโซ่คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อการวัดสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่า และเพื่อพัฒนาแบบจำลองสำหรับใช้วัดสมรรถนะโซ่คุณค่า (Value Chain Measurement Model) จากมุมมองอุปสงค์และอุปทานจากมุมมองอุปสงค์และอุปทาน เนื่องจากการวัดสมรรถนะในโซ่คุณค่า ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น และยังมีการแยกเป็นส่วนๆ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะในการดำเนินงานของห่วงโซ่คุณค่าให้มีความครอบคลุมและเป็นสากล โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์การถดถอย (regression analysis) ในการหาความสัมพันธ์และความน่าเชื่อถือ

จากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบจำลองและการวัดสมรรถนะโซ่คุณค่าด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทาน มี 5 ด้าน คือ ตัววัดสมรรถนะด้านต้นทุน (Value Chain Cost; VCC) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 ตัววัดสมรรถนะด้านการตอบสนอง (Responsiveness; VCRes) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.91 ตัววัดสมรรถนะด้านคุณภาพ (Quality; VCQ) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90 ตัววัดสมรรถนะด้านการขนส่ง (Delivery; VCD) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 และตัววัดสมรรถนะด้านความคล่องตัว (Agility; VCAg) มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดอันเกิดจากจากองค์การอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเกี่ยวกับสัตว์น้ำ ได้ปิดตัวไปเป็นจำนวนมากจากการขาดวัตถุดิบและขาดทุนอย่างมากจากการที่ประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับวิกฤตปัญหาการค้ามนุษย์ขั้นรุนแรง จนกระทั่งถูกลดอันดับให้ประเทศไทยอยู่ในบัญชีกลุ่มประเทศที่ดำเนินการไม่สอดคล้องกับมาตรฐานขั้นต่ำของกฎหมายสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป การศึกษานี้จะสร้างความสามารถในการวัดสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่า ทั้งนี้ความสามารถในการกำหนดและความเข้าใจโอกาสที่เกิดขึ้น รวมทั้งใช้ประโยชน์จากโอกาสทองที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนสามารถกำหนดและเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจได้ดีกว่าหรือเร็วกว่าองค์กรคู่แข่ง

คำสำคัญ : การจัดการโซ่คุณค่า; การวัดสมรรถนะ; แบบจำลองการวัดสมรรถนะโซ่คุณค่า

¹การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Abstract

This study aimed to investigate the influence of supply chain management, Demand chain management and value chain management to influence the value chain performance and develop a model for value chain performance measurement base on supply and demand perspective. This study uses exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis (CFA) and regression to test reliability, convergent validity. The study found that factors affecting the development of models and value chain performance measurement with base on supply and demand perspective, there is a five factors for measurement is Value Chain Cost (VCC), Responsiveness (VCRes), Quality (VCQ), Delivery (VCD) and Agility (VCAg). This study will build capacity to measure the performance management value chain. The ability to define and understand the opportunities arise. As well as take advantage of opportunities as they occur efficiently. And including the ability to define and access to business opportunities faster than their competitors better.

Keywords: Value Chain Management; Performance Measurement; Value Chain Measurement Model

บทนำ

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างผลประโยชน์แก่ประเทศไทย และระดับความน่าสนใจของอุตสาหกรรมอาหารในระดับโลกอยู่ในระดับสูง เนื่องมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรโลก อันจะนำมาซึ่งแนวโน้มการขาดแคลนอาหารในอนาคต (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2554) อีกทั้งการสร้างคุณค่าในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารยังมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมในอีก 10 ปีข้างหน้าหรือในปี 2025 ด้วย (Rethinking the Value Chain, 2015)

โดยในไตรมาสที่ 1/2559 ภาคอุตสาหกรรมการผลิตอาหารมีการส่งออกอุตสาหกรรมอาหาร มีมูลค่ารวม 6,495.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภาวะการผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากวัตถุดิบออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันการบริโภคในประเทศก็ปรับตัวเพิ่มขึ้น ภาวะการผลิต

กลุ่มสินค้าอาหารสำคัญ (ไม่รวมน้ำตาล) เดือนเมษายน 2558 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 8.7 โดยสินค้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น คือ กุ้งสดแช่เย็น เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.0 (กระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2558)

ความท้าทายในการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมการผลิต ก็คือการบริหารจัดการอย่างมีกลยุทธ์ เพื่อให้สามารถดำเนินการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง (Mady, M. T., Mady, T. T., & Mady, S. T., 2014) แนวโน้มอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญ คือความกดดันที่เพิ่มขึ้นจากผู้มีส่วนได้เสีย การพัฒนาทางเศรษฐกิจและการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานเพื่อที่จะนำมาปฏิบัติอย่างยั่งยืน (Gladwin & Welles, 1976; Porter & Kramer, 2006; Waddock et al., 2002 อ้างใน Louis Brennan et al., 2015)

ในอนาคตการดำเนินธุรกิจจะขึ้นอยู่กับสมรรถนะ (Chong, Ooi, Bao, & Lin, 2014) การวิเคราะห์สมรรถนะจากรอบแนวคิดเหล่านี้ ช่วยในการดำเนินการปรับปรุงสมรรถนะการทำงาน (Naoui, 2014) ในโซ่คุณค่าจะขึ้นอยู่กับมุมมองขององค์กร เห็น กระบวนการความคิดของการผลิต (หรือบริการ) ซึ่งแต่ละองค์กรมีระบบย่อยแตกต่างกันออกไปทั้งนี้ กิจกรรมในโซ่คุณค่าจะเป็นตัวกำหนดต้นทุน และกระทบต่อผลกำไร (Porter, 1985)

สมรรถนะและความน่าเชื่อถือในการดำเนินงานขององค์กร ขึ้นอยู่กับการศึกษาความเป็นไปและการตรวจสอบความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบระหว่างเครื่องมือกับกระบวนการ (Cagliano, Marco, Rafele, Bragagnini, & Gobbato, 2015) การศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่า และการวัดสมรรถนะจึงควรมีการทบทวนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการพัฒนารูปแบบของการทำงานที่ครอบคลุม (Chelariu, Asare, & Brashear-Alejandro, 2014)

การวัดสมรรถนะในโซ่คุณค่ายังอยู่ในขั้นเริ่มต้น (Charles and Andrew, 2008) และยังมีการแยกเป็น ส่วนๆ ดังนั้นการพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะในการดำเนินงานของห่วงโซ่คุณค่าให้มีความครอบคลุมและเป็นสากลเช่นเดียวกับ SCOR Model จึงมีความจำเป็น

จากทบทวนวรรณกรรมพบว่าการศึกษาล้วนใหญ่ได้กล่าวถึงเฉพาะคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Gooch et al., 2009) และซัพพลายเออร์ที่ได้รับประโยชน์จากลูกค้านอกเหนือจากที่สร้างขึ้นจากการขาย รวมถึงความคิดเพิ่มที่จะเติมผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ เทคโนโลยี และการเพิ่มโอกาสเข้าสู่ตลาด (Anderson et al., 1994; Håkansson and Snehota, 1989; Van Bruggen et al., 2005 อ้างใน Chi-Shiun Lai et al., 2015)

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าการดำเนินงานตามแนวคิดโซ่คุณค่าจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการพัฒนา

ตัวชี้วัดสมรรถนะในการดำเนินงานของห่วงโซ่ให้มีความครอบคลุม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างโซ่อุปทานและโซ่คุณค่า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างโซ่อุปสงค์และโซ่คุณค่า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะโซ่คุณค่า
4. เพื่อพัฒนาแบบจำลองสำหรับใช้วัดสมรรถนะโซ่คุณค่า (Value Chain Measurement Model) จากมุมมองอุปสงค์และอุปทานจากมุมมองอุปสงค์และอุปทาน ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารเกี่ยวกับสัตว์น้ำ

คำถามการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรด้านการจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อสมรรถนะโซ่คุณค่าหรือไม่
2. ตัวแปรด้านการจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่คุณค่าหรือไม่
3. ตัวแปรด้านการจัดการโซ่อุปสงค์มีอิทธิพลต่อสมรรถนะโซ่คุณค่าหรือไม่
4. ตัวแปรด้านการจัดการโซ่อุปสงค์มีอิทธิพลต่อการจัดการโซ่คุณค่าหรือไม่
5. ตัวแปรด้านการจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลต่อสมรรถนะโซ่คุณค่าหรือไม่

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นถึงปัจจัยเหตุที่มีผลต่อสมรรถนะของโซ่คุณค่า ซึ่งสามารถอธิบายขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย ดังนี้

(1) โซ่อุปทาน (Supply Chain) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยเหตุที่มีผลต่อการใช้ทรัพยากรขององค์กร ทั้งคน เทคโนโลยี กิจกรรม และข้อมูลข่าวสาร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้า

(2) โซ่อุปสงค์ (Demand Chain) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการ และการจัดการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

(3) โซ่คุณค่า (Value Chain) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยเหตุที่มีผลต่อความสามารถในการจัดการความสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำ (ผู้ทำเรื่องวัตถุดิบ) จนถึงปลายน้ำ (ลูกค้าเป้าหมาย) เพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีที่สุด (Best Value)

(4) สมรรถนะของโซ่คุณค่า (Value Chain Performance) จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยเหตุที่มีผลต่อการวัดสมรรถนะการจัดการในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อกำหนดทิศทาง เป้าหมาย ที่องค์กรต้องการ เพื่อสร้างความแตกต่างหรือโดดเด่นกว่าองค์กรคู่แข่ง

2. ขอบเขตด้านประชากร

แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่ 1 (กลุ่มสร้างแบบประเมิน)

ระดับผู้บริหาร ผู้ชำนาญการ จำนวน 5 ท่าน (ด้วยวิธีเจาะจง - Purposive) ทำการสัมภาษณ์ในประเด็นตัวแปรจากกรอบแนวคิด และข้อเสนอแนะต่างๆ รวมถึงทำการประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) เพื่อหาความสอดคล้องของเครื่องมือวิจัย รวมถึงยืนยันความถูกต้องของแบบจำลองที่ได้สร้างขึ้น

2) กลุ่มตัวอย่างที่ 2 (กลุ่มตอบแบบสอบถาม)

โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์น้ำ ซึ่งมีรายชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 1,012 โรง

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ซึ่งแสดงขอบเขตทางภูมิศาสตร์และที่ตั้ง ขององค์กรธุรกิจโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์น้ำ ได้แก่ ประเทศไทย

4. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล (แบบช่วงเวลาเดียว) ด้วยแบบสอบถามโดยใช้ระยะเวลา

3 เดือน ระหว่างเดือนกันยายน 2558 – เดือนพฤศจิกายน 2558

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ คาดว่าจะให้ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการ และในเชิงปฏิบัติ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลระหว่างโซ่อุปทานและโซ่คุณค่า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
2. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลระหว่างโซ่อุปสงค์และโซ่คุณค่า ทั้งทางตรงและทางอ้อม
3. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลระหว่างโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะโซ่คุณค่า
4. ทำให้ได้แบบจำลองสำหรับใช้วัดสมรรถนะโซ่คุณค่า (Value Chain Measurement Model) จากมุมมองอุปสงค์และอุปทานจากมุมมองอุปสงค์และอุปทาน
5. ทำให้เข้าใจถึงโครงสร้างในการสร้างตัวชี้วัดสมรรถนะในโซ่คุณค่าเพื่อเป็นรากฐานสำหรับการวิจัยต่อไปในอนาคต
6. ผู้บริหารสามารถกำหนดทิศทางและสามารถวางแผนการดำเนินงานในองค์กรให้มีความเหมาะสมโดยเข้าใจถึงปัจจัยเหตุที่มีความสำคัญต่อสมรรถนะของโซ่คุณค่า
7. เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและตัวชี้วัดสมรรถนะในการจัดการโซ่อุปทาน

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่าการวัดสมรรถนะจะให้ความสำคัญใน 4 ปัจจัยหลัก คือ ความสัมพันธ์ (Relationships), การปฏิบัติการ (Operation), กลยุทธ์ (Strategy) และเศรษฐศาสตร์ (Economic) โดยอยู่ใน 3 บริบท คือ บริบทการตลาด (Market) มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางการเงินระยะสั้น บริบทเชิงเดี่ยว (Unilateral) มุ่งเน้นการจัดการเฉพาะภายในองค์กร และ บริบททวิภาคี (Bilateral) มุ่งเน้นความสัมพันธ์กับคู่ค้ามีส่วนได้ส่วนเสีย

จะเห็นได้ว่าการวัดสมรรถนะของโซ่อุปทานทั้ง 5 ด้าน คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความคล่องตัว (Agility) ต้นทุน (Cost) และสินทรัพย์ (Assets) เป็นการประเมินว่าการจัดการโซ่อุปทานช่วยในการลดต้นทุนหรือเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรได้อย่างไร เพราะจะสร้างความเข้าใจในพฤติกรรม และช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ตัวชี้วัดจะส่งผลกระทบต่อกลยุทธ์การวางแผนและการดำเนินงาน การควบคุมการวัดสมรรถนะและตัวชี้วัดจึงมีบทบาทที่สำคัญในการตั้งวัตถุประสงค์ในการประเมินผลการดำเนินงานและการกำหนดอนาคตขององค์กร

แนวคิดตัวชี้วัดสมรรถนะในการจัดการโซ่อุปสงค์

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่าโซ่อุปสงค์ หมายถึง กระบวนการจัดส่งที่ตรงกันข้ามกับกระบวนการจัดส่งโซ่อุปทานโดยเริ่มจากความต้องการของลูกค้า ซึ่งโซ่อุปสงค์นั้นดำเนินไปตามความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าผู้ผลิต โดยผู้ให้บริการหรือผู้ค้าจะต้องสามารถปรับรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายตามสถานการณ์ และความต้องการของลูกค้า การทำความเข้าใจเกี่ยวกับลูกค้านำไปสู่การ

ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพขององค์กร โดยโซ่อุปสงค์ที่เหนือกว่าและมีความพึงพอใจสูงสุด

โดย Laptaned Ungul, (2008) ได้นำเสนอปัจจัยในการวัดสมรรถนะในโซ่อุปสงค์ (Demand Chain Operations Reference: DCOR) ไว้ 6 ด้าน คือการขายและการตลาด (Sale and marketing) การกระจายสินค้า (Distribution) คุณภาพ (Quality) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความยืดหยุ่น (Flexibility) และต้นทุน (Cost)

แนวคิดและตัวชี้วัดสมรรถนะในการจัดการโซ่คุณค่า

เป็นการกำหนดรูปแบบการวิเคราะห์โซ่คุณค่า (Value chain analysis) โดยคำนึงถึงต้นทุนการบริหารจัดการโซ่อุปทานในแต่ละหน่วยงานหรือแต่ละแผนกขององค์กร โดยแบ่งเป็น กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ขณะที่กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมหลักเพื่อให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพให้ดีขึ้น เพื่อสร้างผลกำไร (Profit Margin) (Porter, 1985)

โซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์ต่างก็เป็นส่วนหนึ่งของโซ่คุณค่า (Lambert et al., 1998) การเปรียบเทียบเป้าประสงค์ของวิวัฒนาการในการวัดสมรรถนะในทั้ง 2 ห่วงโซ่ สามารถปรับปรุงและบูรณาการวิธีการวัดสมรรถนะให้ทำงานร่วมกันได้ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะจัดทำตัวชี้วัดสมรรถนะในโซ่คุณค่าเพื่อให้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะที่สมบูรณ์จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้นำตัวแปรที่เกี่ยวข้องจาก SCOR Model, DCOR และ Chi-Shiun Lai et al., (2015) เป็นแนวทางในการสร้างแบบจำลองในการวัดสมรรถนะในโซ่คุณค่าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าซึ่งอยู่ปลายสุดของโซ่คุณค่า

การพัฒนาแบบจำลอง Value Chain Operations Reference Model (VCOR)

เพื่อที่จะพัฒนาการตรวจวัดสมรรถนะของโซ่คุณค่า (VCOR) ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการวัดสมรรถนะจาก SCOR Model เป็นตัวต้นแบบ เนื่องจากมีการพิจารณาคุณลักษณะในการวัดสมรรถนะในมุมมองต่างๆ ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร (Supply Chain Council, 2000)

ขั้นตอนการดำเนินงานตามแบบจำลองที่เสนอเป็นดังนี้ ลำดับแรก ผู้จัดการโซ่อุปทานจะต้องเลือกกลยุทธ์โซ่อุปทานว่าเป็นแบบเน้นประสิทธิภาพ (Efficient) หรือเน้นการตอบสนอง (Responsive) เนื่องจากกลยุทธ์ที่เลือกจะมีผลต่อความสำคัญเชิงเปรียบเทียบของคุณลักษณะสมรรถนะและมาตรวัด โดยมีตัวชี้วัดจากการทบทวนวรรณกรรม 5 ด้าน คือ ต้นทุน (Value Chain Cost) การตอบสนอง (Responsiveness) คุณภาพ (Quality) การจัดส่งสินค้า (Delivery) และความคล่องตัว (Agility)

ลำดับที่สอง ผู้วิจัยต้องจัดลำดับความสำคัญของคุณลักษณะสมรรถนะและมาตรวัดเพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่เลือก เนื่องจากเป็นไปได้ยากที่โซ่คุณค่าหนึ่งๆ จะมีสมรรถนะที่ดีเลิศไปทุกด้าน โซ่คุณค่าที่เน้นประสิทธิภาพไม่ควรเน้นความยืดหยุ่นและการตอบสนองมากเกินไป เนื่องจากจะเบี่ยงเบนไปจากกลยุทธ์ ในทำนองเดียวกัน โซ่คุณค่าที่เน้นการตอบสนองก็ไม่ควรเน้นด้านต้นทุนมากเกินไป

นักวิจัยได้ให้ความเห็นว่าการประเมินสมรรถนะควรได้รับการประเมินทั้ง 2 ด้านคือด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการบริการ (Service) เนื่องจากทั้ง 2 ด้านนี้มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น ความภักดีของลูกค้า ความตั้งใจที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าใหม่ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงค่าใช้จ่ายและผลกำไร (Gede et al., 2013; Nagata et al., 2004)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยเน้นการทบทวนวรรณกรรมจากวารสารต่างประเทศ (Internal Paper) โดยเน้นวารสารที่ได้ตีพิมพ์ ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 – เดือนกันยายน 2558 เป็นหลัก โดยมีหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านโซ่อุปทาน (Supply Chain)
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านโซ่อุปสงค์ (Demand Chain)
3. แนวคิดและทฤษฎีด้านโซ่คุณค่า (Value Chain)
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการวัดสมรรถนะ (Performance Measurement)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ที่มาของกรอบแนวคิดและตัวแปร)

5.1 Supply Chain Operations Reference Model: SCOR Model (Supply Chain Council: SCC, 2000)

5.2 Balance Score Card: BSC (Kaplan and Norton, 2001)

5.3 Demand Chain Operations Reference: DCOR (Laptaned Ungul, 2008)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้เริ่มงานวิจัยด้วยการทบทวนวรรณกรรมเพื่อการศึกษาแนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง โดยได้มีการศึกษาทบทวนงานวิจัย โดยใช้บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ (Inter Journal) เช่น EMMERALDINSIGHT ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี 2014 – 2015 เป็นหลัก เนื่องจากมีความใหม่ของแนวคิด และทฤษฎี รวมทั้งได้มีการทบทวนงานวิจัยภายในประเทศร่วมด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้เห็นประเด็นที่เป็นปัญหา (Research gap) และตัวแปรที่มีความทับซ้อนกัน ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงตัวชี้วัดสมรรถนะให้มีความทันสมัย และลดการทับซ้อน

ของตัวชี้วัด ด้วยการวิจัยเชิงประจักษ์ เพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลและเป็นส่งผลกระทบต่อสมรรถนะการทำงานของโซ่คุณค่า จากนั้นจึงวิเคราะห์ Factor Analysis เพื่อคัดกรองว่าตัวแปรที่ศึกษาสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบ และสร้าง Conceptual Framework Model (Research Framework)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัยที่มีการวิเคราะห์องค์ประกอบ การวิเคราะห์เส้นทาง และแบบจำลองสมการโครงสร้าง Comrey and Lee (1992) ได้เสนอแนะขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมไว้ ว่าขนาดตัวอย่าง 100 ตัวอย่างถือว่า แย่ (Poor), ขนาดตัวอย่าง 200 ตัวอย่างถือว่า พอใช้ (Fair), ขนาดตัวอย่าง 300 ตัวอย่างถือว่า ดี (Good) ซึ่งถือเป็นขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ, ขนาดตัวอย่าง 500 ตัวอย่างถือว่า ดีมาก (Very Good) และขนาดตัวอย่าง 1,000 ตัวอย่างถือว่า ดีที่สุด (Excellent) ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ $n = 530$ จึงมีจำนวนเพียงพอและมากกว่า ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่นักสถิติได้เสนอแนะไว้

โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์น้ำ ซึ่งมีรายชื่ออยู่ในฐานข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำนวน 1,012 โรงงาน ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 5 กลุ่ม คือ (1) การทำอาหารจากสัตว์น้ำและบรรจุในภาชนะที่ผนึกและอากาศเข้าไม่ได้ จำนวน 178 องค์กร จำนวนตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 94 องค์กร (2) การถนอมสัตว์น้ำโดยวิธีอบ ร่มควัน ไล่เกลือ ตอง ตากแห้ง หรือทำให้เยือกแข็งโดยฉับพลันหรือเหือดแห้ง จำนวน 355 องค์กร จำนวนตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 186 องค์กร (3) การทำผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปจากสัตว์น้ำ หนักรหรือไขมัน สัตว์น้ำ จำนวน 167 องค์กร จำนวนตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 88 องค์กร (4) การสกัดน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำ หรือการทำน้ำมันหรือไขมันที่เป็นอาหารจากสัตว์น้ำให้บริสุทธิ์ จำนวน 5 องค์กร จำนวนตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 1 องค์กร และ (5) การล้าง

ฆ่าและ แกะ ต้ม นึ่ง ทอด หรือบด สัตว์น้ำ จำนวน 307 องค์กร จำนวนตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง 161 องค์กร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ตามข้อเสนอแนะของ Pinsonneault and Kraemar (1993) แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสมมากที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเมื่อ (1) คำถามการวิจัยเป็นคำถามที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้ คือ เหตุการณ์อะไรกำลังเกิดขึ้นและเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นได้อย่างไรและเพราะเหตุใดจึง เกิดขึ้น (2) การควบคุมตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ไม่สามารถทำได้หรือไม่ประสงค์ที่จะควบคุม (3) ทำการศึกษาเหตุการณ์ที่สนใจซึ่งเกิดขึ้นตามธรรมชาติ และ (4) เหตุการณ์ที่สนใจศึกษากำลัง เกิดขึ้นในกาลปัจจุบันหรือได้เกิดขึ้นแล้วในอดีต เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับเกณฑ์ทั้ง 4 ประการข้างต้น ผู้วิจัยจึงเลือกแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับตอบคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามปลายปิด โดยการจัดลำดับทัศนคติ Likert scale จำนวน 71 คำถามในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ หาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการวัดสมรรถนะในโซ่คุณค่า

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

ในการประเมินความสอดคล้องระหว่างประเด็นคำถามกับแนวคิดที่ต้องการจะวัดได้กำหนดเกณฑ์ การประเมินไว้ดังนี้ -1 หมายถึง ประเด็นคำถามไม่ได้วัดสิ่งที่ต้องการจะวัด 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าประเด็นคำถามวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือไม่ และ +1 หมายถึง ประเด็นคำถามวัดสิ่งที่ต้องการจะวัด ประเด็นคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.60 หรือมากกว่าจึงจะได้รับการตัดสินว่าเป็น ประเด็นคำถามที่มีความเที่ยงตรงและสามารถใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การประเมินความสอดคล้องระหว่างประเด็นคำถามกับแนวคิดที่ต้องการจะวัด ผู้วิจัยได้ เรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามทั้งฉบับมีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.991 หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งตาม เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$)

เครื่องมือและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดให้องค์กรธุรกิจ 1 องค์กรมีผู้ตอบ แบบสอบถามเพียง 1 คน ตามคำแนะนำของ Huber & Power(1985) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดให้แต่ละองค์กรมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 1 คนต่อองค์กร ได้แก่ กรรมการผู้จัดการ หรือเจ้าของกิจการ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามในรูปของจดหมายปิดผนึกไปยัง กรรมการผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการขององค์กรธุรกิจโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์น้ำทางไปรษณีย์พร้อมทั้งแนบซองจดหมายที่ติดแสตมป์แล้ว (postage-paid envelope) สำหรับใช้ในการส่งแบบสอบถามคืน โดยใช้ระยะเวลา 3 เดือน ระหว่างเดือนกันยายน 2558 – เดือนพฤศจิกายน 2558

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นองค์กรธุรกิจองค์กรธุรกิจโรงงานประกอบกิจการเกี่ยวกับสัตว์น้ำ ที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจไม่เกิน 18 ปี (ร้อยละ 48.30) รองลง

มา มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ ระหว่าง 19-30 ปี (ร้อยละ 42.30) โดย องค์กรธุรกิจส่วนใหญ่เป็นองค์กรขนาดเล็กที่มีพนักงานไม่เกิน 50 คน ร้อยละ 49.10 รองลงมาคือองค์กรขนาดกลางที่มีพนักงาน 51-200 คน ร้อยละ 40.60 โดย ร้อยละ 63.60 มีผลประกอบการในปีที่ผ่านมาลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า ร้อยละ 61.00 มีค่าใช้จ่ายแต่ละเดือนระหว่าง 500,000-1,000,000 บาท รองลงมาคือ 100,000-500,000 บาท และมากกว่า 1,000,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 35.20 และ 3.20 ตามลำดับ ทั้งนี้มีเพียง ร้อยละ 0.60 ที่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการแต่ละเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 250 องค์กร หรือร้อยละ 49.70 ระบุว่าองค์กรเป็นที่รู้จักกันในหมู่นักค้า/คู่ค้า ในระดับปานกลาง รองลงมาคือร้อยละ 48.30 ให้ข้อมูลว่าองค์กรเป็นที่รู้จักกันน้อยในหมู่นักค้า/คู่ค้า ในส่วนของความรู้ด้านการบริหารจัดการ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 45.50 ระบุว่าองค์กรมีความรู้ด้านการจัดการโซ่อุปทาน และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 38.00 ระบุว่าองค์กรมีความรู้ด้านการจัดการโซ่อุปสงค์และการจัดการโซ่อุปทาน

ในด้านการคำนึงถึงและการให้ความสำคัญในการดำเนินงานกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.60 ให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.20 ที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุน

2. ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผู้วิจัยได้ปรับแบบจำลอง (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในแบบจำลองด้วยค่าดัชนีปรับแบบจำลอง (Model Modification Indices: MI) จากนั้นปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่งค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิง

ประจักษ์ โดยรายละเอียดของ การปรับแก้แบบจำลอง เพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืน (Model fit) กับ ข้อมูลเชิงประจักษ์ รวมทั้งการรวมปัจจัยแฝงภายใน ที่มีความสัมพันธ์กัน

ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี $p\text{-value}=0.165$, $CMIN/df=1.151$, $CFI=0.999$, $GFI=0.977$, $RMSEA=0.017$ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย

1) การจัดการโซ่อุปทาน (SCM) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อสมรรถนะโซ่คุณค่า (VCOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.587 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2) การจัดการโซ่อุปทาน (SCM) มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อการจัดการโซ่คุณค่าโดยส่งผ่านการจัดการโซ่คุณค่า (VCM) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.100 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3) การจัดการโซ่อุปสงค์ (DCM) มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อสมรรถนะโซ่คุณค่าโดยส่งผ่านการจัดการโซ่คุณค่า (VCM) มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.739 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

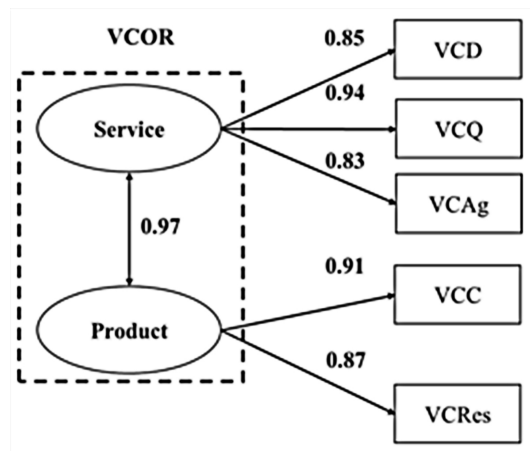
4) การจัดการโซ่อุปสงค์ (DCM) มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อสมรรถนะโซ่คุณค่า (VCOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.739 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5) การจัดการโซ่คุณค่า (VCM) อิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อสมรรถนะโซ่คุณค่า (VCOR) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.847 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. การพัฒนาแบบจำลองสำหรับใช้วัดสมรรถนะโซ่คุณค่า

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า เมื่อปรับแบบจำลองแล้วตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง $0.598\text{--}0.743$ สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้าง ตัวแปรแฝงภายใน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปสงค์ และการจัดการโซ่คุณค่า มีค่าเท่ากับ 0.907 หรือ ตัวแปรการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปสงค์ และการจัดการโซ่คุณค่าในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการวัดสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่า (VCOR) ได้ร้อยละ 90.70 โดยมีค่าความผิดพลาดมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ 0.274

พิจารณาองค์ประกอบย่อยของการวัดสมรรถนะโซ่คุณค่า พบว่า ตัวแปรที่สำคัญในการบ่งชี้ความเป็นการจัดการโซ่คุณค่า ทั้ง 5 ตัวแปรสามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ ตัววัดสมรรถนะด้านคุณภาพ (Quality; VCQ) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.945 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.89 ตัววัดสมรรถนะด้านการตอบสนอง (Responsiveness; VCRes) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.928 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.86 ตัววัดสมรรถนะด้านความคล่องตัว (Agility; VCAg) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.924 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.85 ตัววัดสมรรถนะด้านต้นทุน (Value Chain Cost; VCC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.879 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.77 และตัววัดสมรรถนะด้านการขนส่ง (Delivery; VCD) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.854 มีค่า R^2 เท่ากับ 0.73 ดังแสดงในภาพ



ภาพ 1 การวิเคราะห์หัตถิพลของตัวแปรในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยการวัดสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านการบริการ (Service)

การอภิปรายผลการวิจัย

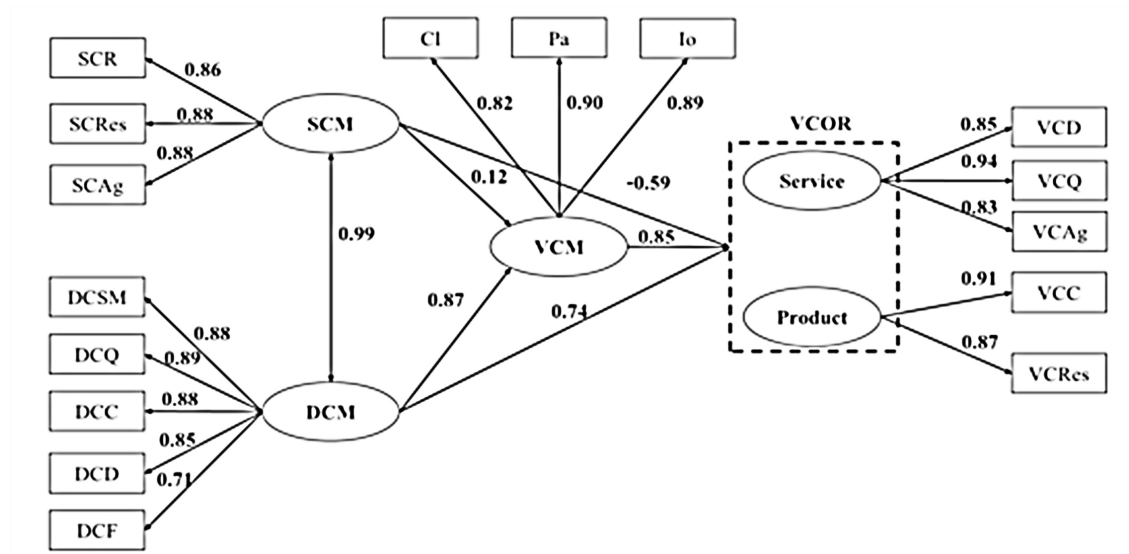
ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทานมี 5 ด้าน คือ ตัววัดสมรรถนะด้านคุณภาพ (Quality; VCQ) ตัววัดสมรรถนะด้านการตอบสนอง (Responsiveness; VCRes) ตัววัดสมรรถนะด้านความคล่องตัว (Agility; VCAg) ตัววัดสมรรถนะด้านต้นทุน (Value Chain Cost; VCC) และตัววัดสมรรถนะด้านการขนส่ง (Delivery; VCD) ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ด้านนี้ได้รับมาจากตัวแปรจากการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปสงค์ และการจัดการโซ่คุณค่า

โดยจากการปรับใช้ตัวแปรจากการจัดการโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปสงค์ และการจัดการโซ่คุณค่า ทำให้แบบจำลองสำหรับใช้วัดสมรรถนะโซ่คุณค่า (Value Chain Measurement Model) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปร สูงถึงร้อยละ 91.10 ซึ่งมีค่าความแปรผันสูงถึงร้อยละ 86.481 ของค่าความแปรผันทั้งหมด และมีค่าความน่าเชื่อถือที่ระดับ 0.980 ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องกันอย่างมาก

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นักวิชาการและปฏิบัติเห็นด้วยที่มุ่งเน้นคุณภาพการให้บริการเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในธุรกิจบริการ นอกจากนี้

คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญเพราะการศึกษาหลายแห่งได้แสดงให้เห็นความสำคัญกับการส่งผลกระทบต่อคุณภาพที่เกี่ยวกับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น ความภักดีของลูกค้า ความตั้งใจที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้าใหม่ ภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงค่าใช้จ่ายและผลกำไร และต้องมีการปรับปรุงการให้บริการเพิ่มสมรรถนะมากกว่าแค่เพิ่มความพิเศษในบริการ โดยแนะนำให้มีการบริการที่มีความยืดหยุ่น การสร้างความแตกต่างของกลยุทธ์และการนำเสนอ การพัฒนาแนวทางการบริหารและการจัดการ การทบทวนความสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ควรมองที่การฟังคำแนะนำจากลูกค้า และการปรับปรุงการให้บริการ

องค์ประกอบที่สำคัญของการแลกเปลี่ยนทางสังคมและพฤติกรรมการตอบสนองต่อผู้บริโภคอย่างมีสมรรถนะจะเพิ่มความสามารถในการหามูลค่าที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างความ เป็นธรรมชาติด้านเงินทุนและความเท่าเทียมเป็นทางออกที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์ การสร้างความรับรู้ความเป็นธรรมส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพในทางบวก ความสัมพันธ์ที่มีคุณภาพในแนวทางการสร้างแรงจูงใจและนำไปใช้ เป็นการแบ่งปันร่วมกัน ดังแสดงในภาพ



ภาพ 2 การวิเคราะห์หัตถิพของ ตัวแปรในแบบจำลองเชิงสาเหตุของปัจจัยการวัดสมรรถนะการจัดการโซ่คุณค่า

เนื่องจากคุณภาพการให้บริการโดยรวมมีความสัมพันธ์อย่างมากกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการด้วย โดยที่ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจขึ้นอยู่กับรับรู้คุณภาพของการบริการที่นำเสนอโดยองค์กรธุรกิจ การจัดการคุณภาพการให้เกิดการรับรู้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

คุณภาพการบริการมีความเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงาน การปรับปรุงระบบการให้บริการโดยเน้นคุณภาพการบริการจะเพิ่มความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า ความภักดีของลูกค้า และผลการดำเนินงานของบริษัทในด้านการทำกำไร ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจขึ้นอยู่กับรับรู้คุณภาพของการบริการที่นำเสนอโดยองค์กรธุรกิจ การจัดการคุณภาพการให้เกิดการรับรู้ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมทั้งการแสวงหาช่องทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

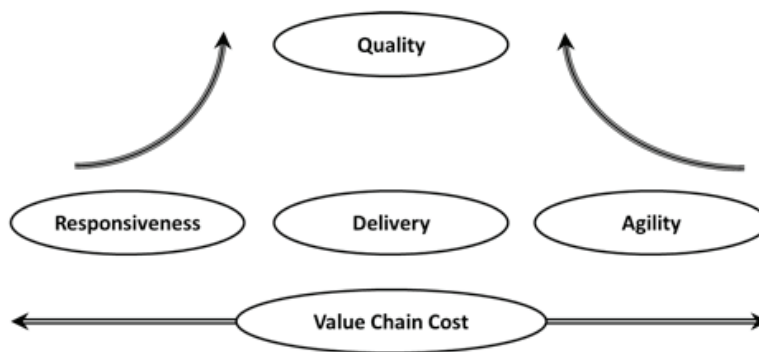
จากมุมมองของนักวิชาการสามารถสรุปได้ว่าโซ่คุณค่าเป็นเครือข่ายเชิงกลยุทธ์ และถูกสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการที่ตีค่าการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และการให้บริการ ดังนั้นการวัดสมรรถนะในโซ่คุณค่านั้น ควรมีการวัดทั้งในด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) และการให้บริการ (Service) เนื่องจากทั้งสองอย่างนี้คือหัวใจหลักในการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรอยู่รอด และมีกำไร คุณภาพของผลิตภัณฑ์และคุณภาพของการบริการ และการรับรู้คุณค่า อย่างไรก็ตามผลกระทบเหล่านี้ก็ขึ้นอยู่กับ การสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแสดงได้ตามแบบจำลองในภาพ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะด้านการนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทาน มี 5 ด้าน คือ

(1) ต้นทุน (Value Chain COST; VCC) การมีต้นทุนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการผลิตหรือการให้



ภาพ 3 แบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทาน ระดับที่ 1 (Value Chain Operations Reference; VCOR Level 1)

บริการที่ต่ำ และสามารถตรวจสอบหรือสามารถอ้างอิงกับมาตรฐานราคากลางได้ ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งในด้านการตลาด การเจรจาต่อรอง และการสร้างความเป็นธรรม เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมักคาดหวังคุณภาพที่ดีกว่า ในราคาที่ถูกลง ดังนั้นต้นทุนหรือราคาที่เหมาะสมจึงเป็นส่วนหนึ่งของตัวชี้วัดสมรรถนะ

(2) การตอบสนอง (Responsiveness; VCRes) การสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า/คู่ค้า ในด้านความแปรปรวนของปริมาณ การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และการเปลี่ยนแปลงการออกแบบและ/หรือนำเสนอสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็ว และจะต้องอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจและตอบสนองต่อความต้องการข้อผิดพลาดที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบสินค้า / บริการ ข้อพิพาท การเรียกร้อง และค่าใช้จ่าย ข้อผิดพลาดเหล่านี้ควรจะถูกจัดในทันที ความไม่พึงพอใจของลูกค้าทำให้เสื่อมเสียภาพลักษณ์ขององค์กร

(3) การขนส่ง (Delivery; VCD) องค์ประกอบของระบบการขนส่ง รูปแบบการขนส่ง และประเภทของผู้ประกอบการขนส่ง ข้อพิจารณาทางเศรษฐกิจและการบริการของรูปแบบการขนส่งแบบต่างๆ การเลือกผู้ประกอบการขนส่ง การเลือกเส้นทางและตารางการขนส่ง การวางแผนด้านเวลาที่ใช้ในการขนส่ง การ

เลือกเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการขนส่ง จัดเตรียมและตรวจสอบเอกสารการขนส่งให้เหมาะสมกับการใช้งาน การพิจารณาความเหมาะสมระหว่างต้นทุนค่าขนส่งและต้นทุนสินค้าคงคลัง กระบวนการเจรจาต่อรองอัตราค่าระวางการขนส่งและค่าบริการอื่น ติดตามและค่าบริการอื่น ติดตามอัตราค่าระวางการขนส่งสินค้า กระบวนการร้องเรียนเมื่อเกิดความเสียหายและการปฏิบัติงานด้านการขนส่ง

(4) คุณภาพ (Quality; VCQ) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกจะช่วยปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงาน คุณภาพในการผลิตและการบริการเป็นตัวชี้วัดที่ดีเนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้า/คู่ค้าขึ้นอยู่กับ การรับรู้คุณภาพของการบริการที่นำเสนอโดยองค์กรธุรกิจ การจัดการคุณภาพทำให้เกิดการรับรู้เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

(5) ความคล่องตัว (Agility; VCAg) การตอบสนองต่ออุปสงค์ ความยืดหยุ่นในการส่งมอบ ความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นรายบุคคล เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการวัดสมรรถนะที่สำคัญ ความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน การปรับตัวความผันผวนของความต้องการ จะต้องไม่ค่าใช้จ่ายมากเกินไป และไม่มีการหยุดชะงักขององค์กร

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าสมรรถนะในโซ่คุณค่าควรคำนึงถึงสมรรถนะด้านการบริการและสมรรถนะด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยสำคัญในการวัดสมรรถนะ 5 ด้านคือ ตัววัดสมรรถนะด้านคุณภาพ (Quality; VCQ) ตัววัดสมรรถนะด้านการตอบสนอง (Responsiveness; VCRes) ตัววัดสมรรถนะด้านความคล่องตัว (Agility; VCAg) ตัววัดสมรรถนะด้านต้นทุน (Value Chain Cost; VCC) และตัววัดสมรรถนะด้านการขนส่ง (Delivery; VCD)

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

(1) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการนำแบบจำลองและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไปทำการวิจัยซ้ำใน

ธุรกิจอื่น ๆ ในบริบทของประเทศไทยหรือในประเทศอื่น ๆ เพื่อการตรวจสอบแบบจำลองว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

(2) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยเหตุด้านอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนาแบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะด้วยมุมมองอุปสงค์และอุปทาน

(3) การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้บริหารธุรกิจ เพื่อศึกษาและค้นหาปัจจัยเหตุที่ผู้บริหารธุรกิจควรให้ความสำคัญและใช้เป็นเครื่องมือการพัฒนาแบบจำลองโซ่คุณค่าและการวัดสมรรถนะ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม.(2554). **แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574.**

ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2558, จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.p

กระทรวงอุตสาหกรรม, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2559). **สถิติอุตสาหกรรม.** ค้นเมื่อ 15 กันยายน 2559, จาก <http://www.oie.go.th/academic/statistics>

Anderson, E. W., Fornell, C., & Lehmann, D. R., (1994), Customer satisfaction, market share, and profitability; findings from Sweden, **Journal of Marketing**, 58(3), 53-66.

Alain Yee-Loong Chong, Keng-Boon Ooi, HaiJun Bao, & Binshan Lin. (2014). “Can e-business adoption be influenced by knowledge management?. An empirical analysis of Malaysian SMEs”, **Journal of Knowledge Management**, 18(1), 121-136.

Brennan, Louis, Ferdows, Kasra, Godsell, Janet, Golini, Ruggero, Keegan, Richard, Kinkel, Steffen, Srai, Jagjit Singh & Taylor, Margare. (2015),”Manufacturing in the world: where next?”, **International Journal of Operations & Production Management**, 35(9), 1253 – 1274.

Cagliano, A. C., De Marco, A., Rafele, C., Bragagnini, A. & Gobbato, L. (2015). “Analysing the diffusion of a mobile service supporting the e-grocery supply chain”.

Business Process Management Journal, 21(4), 928-963.

Charles, H. & Andrew, D. P. (2008), “Customer value creation in professional service relationships: the case of credence goods”, **The Service Industries Journal**, 28(6), 789-812.

- Chelariu, C., Asare, A.K. & Brashear-Alejandro, T. (2014). 'A ROSE by another name: Relationship typology and performance measurement in supply chains', **Journal of Business & Industrial Marketing** 29(4), 332–343.
- Chi-Shiun Lai, Delphine Ya-Chu Chan, Chin-Fang Yang, & Wei-Chun Hsu. (2015). "The value creation scale of supplier-distributor relationship in international markets". **Journal of Business & Industrial Marketing**, 30(2), 171 – 181.
- Comrey, A. L., & Lee, H.B. (1992). **A first course in factor analysis**. Hillsdale. NJ: Erlbaum.
- Fearne, A., Martinez, M. G., & Dent, B. (2012), "Dimensions of sustainable value chains: implications for value chain analysis", **Supply Chain Management: An International Journal**, 17(6), 575 – 581
- Gooch, M., LaPlain, D., Felfel, A. (2009b). Adding Value to Lamb; Value Chain Management Centre; George Morris Centre.
- Gede, M., Petters, C., Nagy, G., Nagy, A., Mészáros, J., Kovács, B. & Egr, i C. (2013) **Laser scanning survey in the Pálvölgy Cave, Budapest**. In: Buchroithner M.F. (Ed.), Proceedings of the 26th International Cartographic Conference. International Cartographic Association, Dresden: 905 p
- Håkansson, H. & Snehota, I. (1989). No business is an island: The network concept of business strategy. **Scandinavian Journal of Management**, 5(3), 187-200.
- Huber, G. P., & Power, D. J. (1985). "Retrospective Reports of Strategic Level Managers: Guidelines for Increasing their Accuracy," **Strategic Management Journal**, 6(2), 171-180.
- Laptaned, U. (2008). "An Evaluation of Demand Chain Operations Reference (DCOR) Model: A Case Study of Thai Manufacturer". Proceedings of the 4th International Conference on Intelligent Logistics Systems.
- Mady, M. T., Mady, T. T., & Mady, S. T. (2014), "Procurement performance and manufacturer supplier relationships: A multivariate analysis in Kuwaiti manufacturing companies", **Journal of Business & amp; Industrial Marketing**, 29(5), 417-426.
- Naoui, F. (2014). "Customer service in supply chain management : A case study". **Journal of Enterprise Information Management**, 27(6), 786-801.
- Nagata, Ryo, Fumito Masui, Atsuo Kawai, & Naoki Isu. (2004). Recognizing article errors based on the three head words. In Proc. of Cognition and Exploratory Learning in Digital Age, pages 184–19
- Porter, M. E. (1985). "Technology and Competitive Advantage." **Journal of Business Strategy** 5(3), 60-78.
- Pinsonneault, A., & Kraemer, K. L. (1993). Survey research methodology in management information systems: An assessment. **Journal of Management Information Systems**, 10(2), 75-105.