

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม
สุราพื้นบ้านในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน

ผู้เขียน นางสาวชนิตา พันธุ์มณี

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร. วินัส ฤชาชัย ประธานกรรมการ
รศ.ดร. พิชิต ธานี กรรมการ
ผศ.ดร. พัชรา ตันติประภา กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ คือ 1) เพื่อทราบวิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรที่เหมาะสม โดยใช้แนวคิดการประเมินผลการดำเนินงานหลายมิติแบบเคลื่อนไหว ประกอบด้วย มิติด้านการเงิน มิติด้านการตลาด มิติด้านกระบวนการ มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมิติด้านอนาคต พิจารณาโดยแยกตามพื้นที่ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และแยกตามรูปแบบขององค์กร ได้แก่ สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร ห้างหุ้นส่วนจำกัด และบริษัท 2) เพื่อทราบความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานมิติด้านการเงินกับมิติที่ไม่ใช่การเงิน หรือแบบจำลองที่ 1 และความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด หรือแบบจำลองที่ 2 ใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน และการวิเคราะห์เส้นทาง เพื่อหาผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่เกิดขึ้น และ 3) เพื่อทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้าน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า

ผลการศึกษาการประเมินผลการดำเนินงานของ อุตสาหกรรมสุราแช่พื้นบ้าน พบว่าผู้ประกอบการทั้งในภาพรวม พิจารณาโดยแยกตามพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และลำพูน และแยกตามรูปแบบขององค์กร ให้ความสำคัญกับวิธีการประเมินผลการดำเนินงานทั้ง 5 มิติ ในอันดับที่ 1 – 3 เหมือนกัน จะแตกต่างกันตรงการจัดลำดับ โดยในมิติทางด้านการเงิน ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้น

ของรายได้ การลดลงของต้นทุน และกำไรสุทธิ ส่วนมิติทางด้านการตลาด ประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าเก่า และส่วนแบ่งตลาด สำหรับมิติทางด้านการบริหาร ประกอบด้วย การตรวจสอบคุณภาพของสินค้า การลดลงของจำนวนสินค้าที่เสียหาย และการเพิ่มขึ้นของผลผลิต สำหรับมิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการผลิตของพนักงาน ทักษะและความสามารถของพนักงาน และการมีส่วนร่วมของพนักงาน และมิติสุดท้ายมิติด้านอนาคต ประกอบด้วย การวางแผนการตลาดใหม่ การวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนด้านกลยุทธ์เพื่อใช้ในการแข่งขัน

ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่าง ผลการดำเนินงานมิติด้านการเงินกับมิติตี่ไม่ใช่การเงิน (แบบจำลองที่ 1) และความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวมกับปัจจัยด้านการตลาด (แบบจำลองที่ 2) พบว่า ในแบบจำลองที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานมิติด้านการเงิน คือ มิติทางด้านการตลาด และมิติทางด้านอนาคต ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อม คือ มิติทางด้านอนาคต มิติทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และมิติทางด้านการบริหาร ส่วนในแบบจำลองที่ 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานโดยรวมขององค์กร คือ ลักษณะมุ่งทางด้านการตลาด และความพึงพอใจของผู้บริโภค ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบทางอ้อม คือ ลักษณะมุ่งทางด้านการตลาด

สำหรับการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้าน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าทั้งในภาพรวม การพิจารณาโดยแยกตามพื้นที่ และแยกตามรูปแบบขององค์กรที่ซื้อสินค้า 3 อันดับแรก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านตัวสินค้า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร และปัจจัยด้านราคา เมื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้าน พบว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากในด้านตัวสินค้า มาตรฐานของราคา สถานที่ ความสุภาพของพนักงานขาย การมีใบรับรองสินค้า ความน่าเชื่อถือในสินค้า การสั่งซื้อ และการส่งมอบสินค้า ส่วนด้านอื่น ๆ ได้รับความพึงพอใจเพียงเล็กน้อย เมื่อพิจารณาความพึงพอใจโดยรวมแล้วพบว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจมากในผลิตภัณฑ์สุราแช่พื้นบ้าน ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าโดยเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพภายนอก ปัจจัยด้านคุณภาพของกระบวนการ ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้า ปัจจัยด้านคุณภาพของบุคลากร ปัจจัยด้านการจัดการกับคำร้องเรียนของลูกค้า ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ และปัจจัยด้านการชำระเงิน

| | | |
|----------------------------------|--|-------------|
| Thesis Title | Evaluating the Success of Entrepreneurs in Local Liquor Industry in Chiang Mai and Lamphun Provinces | |
| Author | Miss Chanita Panmanee | |
| Degree | Master of Economics | |
| Thesis Advisory Committee | Asst. Prof. Dr. Venus Rauechai | Chairperson |
| | Assoc. Prof. Dr. Pichit Thani | Member |
| | Asst. Prof. Dr. Patchara Tantiprabha | Member |

ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) identify the most relevant evaluation measures of the success of organizations in local liquor industry in Chiang Mai and Lamphun provinces using the Dynamic Multi-dimensional Performance Model (DMP) that included financial, market/customer, process, human resource development and future dimensions; 2) measure cause-and-effect relationships between financial and non-financial performance (Model 1) and relationships between overall performance and marketing factors (Model 2) using factor analysis and path analysis; and 3) explore customer satisfaction on the local liquor products and factors that affected overall customer satisfaction directly and indirectly. The areas selected for this research were Chiang Mai and Lamphun provinces and the types of organizations were cooperative, farmer group, limited partnership and company.

The findings of the first purpose indicated that the entrepreneurs attended to the importance of performance measures within each dimension similarly, only with different order from 1 to 3. The financial dimension included revenue growth, cost reduction and net profit; the market/customer dimension included customer satisfaction, customer retention and market share; the process dimension included quality control of products, reduction of damaged products and

production growth; the human resource development dimension included employee efficiency, skill of employee and participation of employee in organization activity; and the future dimension included design of new market, design of new product development and design of strategy for competition.

The analyses of causal relationships were as follows: in the first model, market/customer and future dimensions had direct effect on financial performance whereas future, human resource development and process dimensions had indirect effect on financial performance. In the second model, market orientation had both direct and indirect effect while customer satisfaction had only direct effect on overall performance.

The results of customer satisfaction study showed that the customers were satisfied with products, price standard, place, politeness of salesperson, products reliability and process of delivery whereas other factors generated lower satisfaction level. The factors that positively affected overall customer satisfaction were found to be external quality, process quality, product quality, personnel quality, management system of customer complaints, packaging and payment method in order of primary influence.