



ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดซื้อ การจัดการสินค้าคงคลัง
การตลาดและการขาย และการประเมินผลการดำเนินงาน
แบบสมดุล : กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร
ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล



The relationship between purchasing, inventory management,
marketing and sales, and balanced scorecard: A case study
of the food and restaurant business in Bangkok
and Metropolitan area

นันทชัย สาสดีอ่อง (Nantachai Sasadeeong) นักกิจพัฒน์ หอมวิจิตรกุล
(Natthakitpat Homwijitkul) และ เกษร วิจิตรวัฒนานนท์



ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดซื้อ การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาด และการขาย และการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล : กรณีศึกษาร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

The relationship between purchasing, inventory management,
marketing and sales, and balanced scorecard: A case study of the food
and restaurant business in Bangkok and Metropolitan area

นันทชัย สาสดีอ่อง (Nantachai Sasadeeong)
นักศึกษาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ (Natthakitpat Homwijitkul)
เกษร วิจิตรวัฒนานนท์

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
E-mail: nantachai@tni.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในปัจจัยการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย การประเมินผลการดำเนินงาน (ด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน) และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดซื้อจัดจ้างการจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย ที่ส่งผลต่อการประเมินผลการดำเนินงาน (ด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน) ของผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแบบโดยตรงกับแบบออนไลน์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแบบเชิงถดถอย ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มีแหล่งเลือกสินค้า (วัตถุดิบ) มาจากไฮเปอร์มาร์เก็ต (โลตัส, บิ๊กซี, แมคโคร) มีวิธีการเก็บรักษาสินค้าไว้ในตู้แช่แข็ง การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น การจัดหาและการจัดซื้อวัตถุดิบ การควบคุมสินค้าคงคลัง การประเมินผลในด้านการเงิน การประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน พบว่า ภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนการตลาดและการขาย ภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐานทั้งหมดมีค่านัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่าที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

คำสำคัญ: การจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย การประเมินผลด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน

Abstract

This research aims to study the levels of opinions regarding procurement, inventory management, marketing and sales, as well as performance evaluation (financial and non-financial). It also seeks to examine the relationships between these factors and business performance among restaurant and dining business operators in Bangkok and its metropolitan area. The study employs a quantitative research approach with a sample size of 300 respondents. Data were collected through both direct and online questionnaires. Descriptive statistics such as percentage, mean, and standard deviation were used, along with regression analysis to examine relationships between variables. The results revealed that the majority of respondents were female, under the age of 30, held a bachelor's degree, and operated Japanese restaurants. Most sourced their ingredients from hypermarkets such as Lotus, Big C, and Makro, and stored them in freezers. In terms of opinion levels, procurement, inventory control, and performance evaluation (financial and non-financial) were rated at the highest level, while marketing and sales were rated at a high level. All hypothesis tests showed statistically significant results below the threshold, indicating that all proposed hypotheses were accepted.

Keywords: Procurement, Inventory Management, Marketing and Sales, Financial and Non-Financial

บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มคาดว่าจะในปี 2568 ได้รับปัจจัยสนับสนุนสำคัญจากภาคการท่องเที่ยวทั้งการเดินทางท่องเที่ยวคนไทยและชาวต่างชาติที่คาดว่าจะยังเติบโตต่อเนื่องจากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า การใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงเป็นอันดับ 2 ของการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด การเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มยังมาจากแนวโน้มการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ เช่น ห้างสรรพสินค้าและอาคารสำนักงานเปิดใหม่เป็นปัจจัยสนับสนุนจำนวนร้านอาหารเพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) สอดคล้องกับ Stearnise (2012) กล่าวว่าไลฟ์สไตล์ของมนุษย์ยุคใหม่มองว่าการกินและดื่มไม่ใช่แค่เพื่อความอยู่รอดอีกต่อไป แต่ได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบของการใช้ชีวิต กิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจกิจกรรมทางสังคม หรือแม้กระทั่งแสดงถึงความภาคภูมิใจด้วยสถานการณ์เช่นนี้ นวัตกรรมของสินค้าและบริการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะทำให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จ หากไม่มีระบบการจัดการที่ดีควบคู่กันไป โดยมีอุปสรรคของธุรกิจ ได้แก่ กำลังซื้อของผู้บริโภคยังฟื้นไม่เต็มที่ ต้นทุนการดำเนินธุรกิจมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ ต้นทุนค่าแรง ต้นทุนวัตถุดิบและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) สอดคล้องกับ Delta e-Sourcing (2022) กล่าวว่าต้องมีการวิเคราะห์เกี่ยวกับกิจกรรมภายในและภายนอกทั้งหมดขององค์กร รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์ตั้งแต่แนวคิดไปจนถึงการจัดจำหน่ายทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้น เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การปฏิบัติงานด้านการผลิต และกิจกรรมทางการตลาด และมีการบริหารจัดการที่ดีจะสามารถทำงานได้ดีสามารถวัดผลมุ่งไปสู่ความสำเร็จ (Marr, 2014)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจสามารถได้รับมูลค่าสูงสุดโดยใช้เงินน้อยที่สุด สามารถเห็นถึงกิจกรรมที่จำเป็นและความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบธุรกิจทั้งหมด (Linkov et al., 2020) ไม่ว่า

จะเป็นประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและประสิทธิภาพทางการเงินที่ยั่งยืน (Arora et al., 2020) มีการจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้ธุรกิจได้เปรียบในการแข่งขันสามารถรักษาความยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าได้ การจัดการสินค้าคงคลังกับการจัดการการจัดซื้อเป็นส่วนสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Gopalakrishnan & Haleem, 2015) มีเกณฑ์ในการจัดการสินค้าคงเหลือหรือส่งผลิตสินค้าที่เหมาะสม เป็นจุดสั่งซื้อเมื่อมีจำนวนที่สินค้าหมดและเมื่อสั่งซื้อจะได้รับสินค้าใหม่ทันที หรือมีระดับของสินค้าคงเหลือสำรองเพื่อความปลอดภัยจากสินค้าขาดมือ (นนทชัย สาสดีอ่อง, ไม่ระบุปี) นอกจากนี้ยังต้องพิจารณากิจกรรมการตลาดและการขายเพื่อเป็นเครื่องมือวัดผลภาพรวมทางการเงินของบริษัท (O'Sullivan & Abela, 2007) ดังนั้นในบริบทของผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสามารถช่วยให้เข้าใจจุดอ่อน-จุดแข็งของแต่ละกิจกรรม ปรับปรุงกระบวนการจัดซื้อและโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ ใช้ข้อมูลในการพัฒนาแผนการตลาดและบริการหลังการขาย ทำการสื่อสารข้อมูลและเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน การดำเนินกิจกรรมเหล่านี้ย่อมมีประสิทธิภาพนำไปสู่ต้นทุนที่ต่ำลง คุณภาพการบริการที่สูงขึ้น ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มขึ้น และสามารถทางการแข่งขันที่ดียิ่งขึ้น

การประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลเป็นการมุ่งที่จะค้นหาว่ามีตัวชี้วัดใดบ้างที่ผู้ประกอบการจะนำไปใช้ในการประเมินผลการประกอบธุรกิจเพื่อพิชิตความสำเร็จและสร้างความสามารถในการทำกำไรให้แก่ธุรกิจ (Le et al., 2021) การลดต้นทุนเพิ่มรายได้ และปรับปรุงการจัดการวัดประสิทธิผล ทำให้เกิดแนวทางบูรณาการในการประเมินและปรับปรุงผลการดำเนินงานทั้งทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน (Vuong & Rajagopal, 2022) เช่น มุมมองทางการเงิน มุมมองของลูกค้า มุมมองของกระบวนการทางธุรกิจภายในและสุดท้ายมุมมองการเรียนรู้และการเติบโต ที่สามารถช่วยให้องค์กรเปลี่ยนวิสัยทัศน์และกลยุทธ์เป็นการกระทำได้ โดยที่มุมมองทั้งหมดเหล่านี้เชื่อมโยงกันในความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยทั่วไปแล้ว มียอดประกอบสี่ประการของประสิทธิภาพทางธุรกิจที่วัดในการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Abdillah & Diana, 2018) ดังนั้นในบริบทการประเมินผลร้านอาหารด้วยแนวคิดการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลช่วยให้ผู้บริหารไม่โฟกัสแค่ “กำไร” เพียงอย่างเดียวแต่สามารถบริหารจัดการ คุณภาพอาหารและบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า มีกระบวนการระบบครัวและบริการหน้าร้านให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุด มีการพัฒนาศักยภาพทีมงานอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการขยายตัวและสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินอย่างยั่งยืนและพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างมีคุณภาพในระยะยาว

กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า (กิจกรรมหลักและสนับสนุน) กับมุมมองของการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลจะนำไปสู่การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเป็นแนวทางให้กับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า (Abdullah et al., 2019) หากการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลเชื่อมโยงกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้จะสะท้อนให้เห็นในเชิงบวกในมุมมองทางการเงิน (Bento & Bento, 2013) โดยการศึกษาของ Lynn (2017) อธิบายว่าการควบคุมต้นทุนแรงงานเป็นวิธีหนึ่งในการเพิ่มกำไร การประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลสามารถเป็นทางเลือกหนึ่งในการปรับปรุงผลงานของร้านอาหารโดยใช้แง่มุมทางการเงินและไม่ทางการเงินที่เกี่ยวข้องกัน จะเห็นว่าห่วงโซ่คุณค่าทางธุรกิจอย่างดียุทธหนึ่งสามารถตอบสนองมุมมองในด้านการประเมินผลแบบสมดุลได้อย่างมีนัยสำคัญ (Saeidi et al., 2021)

จึงเห็นได้ว่าห่วงโซ่คุณค่าเป็นเครื่องมือที่ผู้ประกอบการควรใส่ใจกับแนวทางบริหารจัดการและการเงินที่ช่วยในการระบุและรักษาข้อได้เปรียบในการแข่งขันต้องพัฒนาข้อได้เปรียบ (Hutaitab, 2011) มีการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงินเพื่อให้สามารถวัดผลเพื่อการคาดการณ์ในอนาคตของตนเองได้ (Rangkuti, 2011) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปคำถามวิจัยได้ว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยห่วงโซ่คุณค่ากับการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลสามารถช่วยผู้ประกอบการเข้าใจอะไรได้บ้าง และสามารถนำมาปรับปรุงสถานประกอบการได้อย่างไร และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแต่ละตัวชี้ให้ผู้ประกอบการเห็นอะไรบ้าง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในสถานประกอบการได้อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในปัจจัยการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขายกับการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล (ด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขายที่ส่งผลต่อการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล (ด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน (Financial) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory management) ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน (Financial) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 การตลาดและการขาย (Marketing and sales) ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน (Financial) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial) ของสถานประกอบการอาหารแช่แข็ง

สมมติฐานที่ 5 การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory management) ส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 6 การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial) ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

แนวคิดและหรือทฤษฎีเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นโมเดลธุรกิจที่สรุปขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือบริการ สำหรับธุรกิจที่ผลิตสิ่งต่าง ๆ รวมถึงกระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการนำผลิตภัณฑ์ตั้งแต่แนวคิดไปจนถึงการจัดจำหน่ายรวมถึงทุกสิ่งที่เกิดขึ้นในระหว่างนั้น เช่น การจัดหาวัตถุดิบ การปฏิบัติงานด้านการผลิต และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการตลาด (Delta e-Sourcing, 2022) โดยการวิเคราะห์กระบวนการเฉพาะที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินงาน โดยมีเป้าหมายคือการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้ธุรกิจสามารถมอบมูลค่าสูงสุดโดยใช้เงินน้อยที่สุด (Linkov et al., 2020) ห่วงโซ่คุณค่าประกอบด้วย กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) โลจิสติกส์ขาเข้าหรือระบบการจัดส่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิตหรือดำเนินการ 2) กระบวนการปฏิบัติงานหรือดำเนินงาน 3) โลจิสติกส์ขาออก 4) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) 5) การบริการ (Service) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ประกอบด้วย 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Firm infrastructure) 2) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human resource management) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) 4) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในห่วงโซ่คุณค่าในด้านการจัดซื้อจัดจ้างการจัดการสินค้าคงคลัง (กิจกรรมการปฏิบัติงานหรือดำเนินงาน) และการตลาดและการขาย ทั้งนี้เนื่องมาจากได้สัมภาษณ์กับผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคาร ในซอยทองหล่อจำนวนสองแห่ง ซึ่งทั้งสองร้านให้คำแนะนำในด้านการจัดซื้อต้องไปซื้อวัตถุดิบเอง การจัดการสินค้าคงคลัง และการตลาดและการขาย เป็นพิเศษ และจากการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา จึงควรใช้ตัวแปร 3 ตัวแปรข้างต้นเป็นตัวแปรอิสระ



การจัดซื้อจัดจ้างถือเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท ซึ่งการตัดสินใจเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างและการประเมินผลทางการเงินที่ยั่งยืนถือเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นเพื่อให้บริษัทดำเนินงานได้อย่างราบรื่น บริษัทจะรวมกลยุทธ์การจัดซื้อไว้ในแผนเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน มีความเชื่อมโยงที่ชัดเจนระหว่างประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างที่ดีและการประเมินผลโดยรวมของบริษัท ซึ่งนำไปสู่ผลกำไรและมูลค่าที่สูงขึ้น (Arora et al., 2020) การจัดการสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้บริษัทสามารถรักษาความยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าได้ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานกับการจัดการสินค้าคงคลังอย่างชัดเจน สินค้าคงคลัง การขนส่ง ที่ตั้งของพื้นที่ผลิตและจัดเก็บส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน การปรับเปลี่ยนนโยบายสินค้าคงคลังอาจส่งผลให้ประสิทธิภาพและการตอบสนองของห่วงโซ่อุปทานเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก การเพิ่มสินค้าคงคลังในห่วงโซ่อุปทานจะช่วยปรับปรุงการบริการลูกค้าและรายได้ ยังเพิ่มต้นทุนของห่วงโซ่อุปทานอีกด้วย (Namagembe & Munene, 2016) การตลาดและการขายเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่ควรเน้นย้ำ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ การสร้างแบรนด์ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและสวยงาม การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การแสวงหาตลาดทั้งในและต่างประเทศที่มีการสั่งซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มช่องทางการขายทางออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์กิจการในลักษณะที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี พร้อมทั้งทำประโยชน์เพื่อชุมชนหรือแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Sriphong et al., 2022)

แนวคิดหรือทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance)

การประเมินผลการดำเนินงานทางธุรกิจถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่ช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจทราบถึงประสิทธิภาพและความสำเร็จของการดำเนินงานในปัจจุบัน เครื่องมือนี้นำมาใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานทางธุรกิจในทุกด้านและช่วยเปลี่ยนภารกิจและวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นชุดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ครอบคลุมทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงินคือการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุลหรือ Balanced Scorecard ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน (Financial perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer perspective) มิติด้านกระบวนการภายในองค์กร (Internal process perspective) มิติด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร (Learning and growth perspective) (Taouab & Issor, 2019)

Chompunuch et al. (2022) กล่าวว่าข้อมูลเชิงประจักษ์ในกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อประสิทธิภาพทางธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าโดยการตรวจสอบกิจกรรมทางธุรกิจที่จะนำไปสู่การมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงความสามารถในการดำเนินกิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่าและโอกาสในการสร้างมูลค่าให้กับลูกค้าผ่านกิจกรรมในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบัน ซึ่งจะนำไปสู่ข้อได้เปรียบในการแข่งขันและผลกำไรในระดับที่สูงขึ้น (Prasetyo & Dzak, 2020) นอกจากนี้ มุมมองการเติบโตและการเรียนรู้เชื่อมโยงกับกิจกรรมหลักและการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรบุคคล กระบวนการภายใน การตลาดและการขาย ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่คุณค่าที่ต้องดำเนินการในการดำเนินธุรกิจช่วยส่งเสริมให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น อาจเป็นเพราะกิจกรรมเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น (Nauhria et al., 2018) และสร้างกำไรมากขึ้น (Prasetyo & Dzak, 2020)

ส่วนการจัดซื้อจัดจ้างต่อการประเมินผลทางการเงินการศึกษาของ Smith and Johnson (2021) กล่าวว่าประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างต่อการประเมินผลทางการเงิน แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างประสิทธิภาพขององค์กรในการจัดการกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างและความมั่นคงทางการเงิน ประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อสินค้าและบริการในราคาที่เหมาะสมโดยไม่กระทบต่อคุณภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อ

การประหยัดต้นทุน และการประหยัดเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มอัตรากำไร มีการสร้างความสัมพันธ์อันแข็งแกร่งกับซัพพลายเออร์ ความสัมพันธ์เหล่านี้มักส่งผลให้เกิดประโยชน์ในระยะยาว เช่น ราคาที่เหมาะสม บริการที่เป็นลำดับความสำคัญ และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ได้อย่างพิเศษ ส่งผลต่อการประเมินผลทางการเงินที่ยั่งยืน (Miller & Davis, 2022) ซึ่งว่าประสิทธิภาพการจัดซื้อโดยเฉพาะประสิทธิภาพด้านต้นทุนส่งผลในเชิงบวกต่อการประเมินผลทางการเงินที่ยั่งยืน ในทางกลับกันต้นทุนที่เพิ่มขึ้นอาจนำไปสู่การประเมินผลทางการเงินที่ลดลง (Firera et al., 2024) และการวิจัยของ Doe and Williams (2022) สนับสนุนแนวคิดที่ว่าประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างมีความสำคัญต่อการประเมินผลทางการเงินที่ยั่งยืน การวิจัยของพวกเขาเน้นที่วิธีการจัดการความเสี่ยงในการจัดซื้อ รวมถึงการบรรเทาการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานและความผันผวนของราคา ซึ่งมีบทบาทสำคัญ ในการรักษาเสถียรภาพทางการเงิน

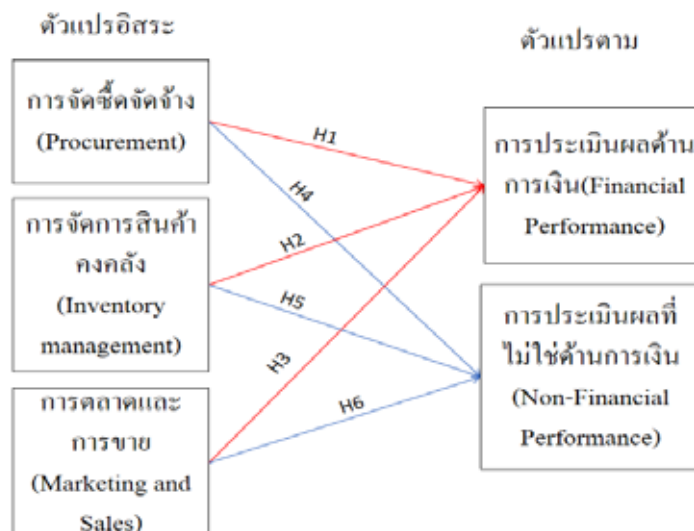
ในด้านการบริหารการขายมีอิทธิพลต่อการหมุนเวียนสินค้าคงคลัง ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพทางการเงิน ในทางกลับกัน ประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้าคงคลังต่อการประเมินผลทางการเงินไม่มีนัยสำคัญนำไปสู่การปฏิเสธสมมติฐาน ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเป็นบวก แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์โดยตรงแต่ไม่มีนัยสำคัญการขาดความสำคัญนี้อาจเกิดจากประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่วัดโดยอัตราส่วนสินค้าคงคลังต่อรายได้ (Yousaf & Dehning, 2023) สำหรับการบริหารคลังสินค้า การลดต้นทุนการถือครองเป็นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่ขายไม่ออกถือเป็นสิ่งสำคัญ ต้นทุนเหล่านี้รวมถึงค่าธรรมเนียมการจัดเก็บ ประกันภัย และต้นทุนโอกาสของเงินทุนที่ผูกติดอยู่กับสินค้าคงคลัง การจัดการต้นทุนเหล่านี้มีประสิทธิภาพมีส่วนช่วยโดยตรงต่อผลกำไรและความมั่นคงทางการเงินของบริษัท (Davis, 2021) ในทางตรงข้าม Firera et al. (2024) พบว่า การขาดประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่วัดโดยอัตราส่วนสินค้าคงคลังต่อรายได้ต่อการประเมินผลทางการเงินไม่มีนัยสำคัญ โดยค่า p ที่มากกว่าเกณฑ์ 0.05 ซึ่งนำไปสู่การปฏิเสธสมมติฐานค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเป็นบวก ซึ่งงานวิจัยก่อนหน้านี้ยังชี้ให้เห็นด้วยว่าอิทธิพลของการจัดการสินค้าคงคลังต่อการประเมินผลทางการเงินนั้นขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของบริษัทเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่สินค้าคงคลังไม่ใช่วัตถุดิบหลักหรือในธุรกิจที่เน้นบริการซึ่งสินค้าคงคลังมีบทบาทที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผลการศึกษาในครั้งนี้จึงไม่เหมือนกับงานวิจัยก่อนหน้านี้

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้ประกอบการขายปลีกและร้านอาหารที่ซื้ออาหารแช่แข็งมาปรุงเพิ่ม ได้แก่ ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารซีฟู้ด ร้านอาหารหมูกระทะ ชาบู หม่าล่า ร้านอื่น ๆ ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากข้อมูลศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหารสถาบันอาหาร (2559) มีสัดส่วนค้าปลีกค้าส่งแยกเป็นสัดส่วนค้าส่งร้อยละ 20 และค้าปลีกร้อยละ 80 ในค้าปลีกแบ่งเป็นร้านค้าปลีก/ร้านขายแบบดั้งเดิมร้อยละ 5 และภัตตาคาร ประมาณร้อยละ 20 นำมารวมเป็นร้อยละ 25 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง นำมาคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรในกรณีที่ไมทราบจำนวนประชากร (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541) ได้จำนวน 288 ราย เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยขอเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 12 ราย รวมเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย เป็นการแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ตอบต้องเป็นเจ้าของ ผู้จัดการ และหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย เช่น เซฟ เท่านั้น โดยแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 แบบ คือ จำนวน 100 ราย เป็นการนัดหมายเข้าพบ โดยแบ่งตามพื้นที่ดังนี้ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม จำนวน 35, 25, 15, 15, 10 รายตามลำดับ และจำนวน 200 ราย ทำการเก็บข้อมูลผ่านออนไลน์ด้วย Google from

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จากการได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎี แนวคิด รวมถึงอ้างอิงเอกสารจากตำรา และผลงานวิจัยต่าง ๆ มาสรุปเพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวิจัย แบบสอบถามนี้มี 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check List) จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านการจัดซื้อจัดจ้าง การบริหารสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย จำนวนรวม 15 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1932)

ส่วนที่ 4 ข้อคำถามเกี่ยวกับการประเมินผลการดำเนินงานแบบสมดุล ด้านการเงินและไม่ใช่การเงิน จำนวน 10 ข้อ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (Likert, 1932)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านที่เป็นที่ปรึกษาบริษัท อาจารย์มหาวิทยาลัย ระดับปริญญาเอก ประสบการณ์การวิจัยไม่ต่ำกว่า 5 ปี มีความรู้ความสามารถในธุรกิจในด้านให้คำปรึกษามาหลายปี พบว่ามีค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.959 และการทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย พบว่า ข้อคำถามมีค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.938 ส่วนการเก็บแบบสอบถาม แบ่งเป็นเก็บแบบออนไลน์ผ่าน Google form จำนวนมาก 200 รายจ่ายและลงพื้นที่จำนวน 100 รายการ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ทดสอบสำรวจโดยวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 182 ราย เพศชาย จำนวน 118 ราย มีช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 124 ราย รองลงมาเป็นช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 103 ราย อันดับสามเป็นช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 50 ราย การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 ราย รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 85 ราย ลำดับสามกำลังศึกษาปริญญาโท/ปริญญาโท จำนวน 9 ราย มีประสบการณ์ทำงานน้อยกว่า 10 ปี จำนวน 124 ราย รองลงมา มีประสบการณ์ทำงาน 11-20 ปี จำนวน 92 ราย และลำดับสามมีประสบการณ์ทำงาน 21-30 ปี จำนวน 43 ราย

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การจัดซื้อจัดจ้าง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารควรเพิ่มการทบทวนการจัดซื้อจัดจ้างเป็นระยะ เป็นการป้องกันการทุจริต และมีระบบกฎเกณฑ์และข้อตกลงในการส่งคืนสินค้าที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดกับซัพพลายเออร์ หรือผู้ขายให้ถูกต้องชัดเจนเป็นเอกสาร
2. การควบคุมสินค้าคงคลัง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารควรมีการจัดพื้นที่ที่ใช้จัดเก็บวัตถุดิบ อยู่เป็นระบบให้สามารถดึงออกมาใช้ได้ง่ายและรวดเร็ว และมีการบันทึกความถี่ในการหยิบใช้สินค้าให้ดีขึ้นอีก ควรนำโปรแกรมสำเร็จรูปควบคุมสต็อกสินค้าเพื่อให้ทราบปริมาณสต็อกสินค้าได้รวดเร็วและยังเป็นการป้องกันการทุจริตได้อีกทางหนึ่ง
3. การตลาดและการขาย ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ควรให้ความสำคัญกับคุณภาพวัตถุดิบ ที่สดใหม่ ไม่มีสารเคมีเกินมาตรฐานที่กำหนด มีบรรจุภัณฑ์ที่ดีและความสวยงาม เพื่อทำให้ลูกค้าพึงพอใจและควรมี การประชาสัมพันธ์รูปลักษณ์ที่ดีผ่านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การลดขยะหรือ นำเศษอาหารมาทำปุ๋ย ทั้งในผ่านระบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสื่อสารให้กับลูกค้าให้รับทราบอยู่ถูกต้องชัดเจน
4. การประเมินผลด้านการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ควรมีการทำแผนการตลาดและแผน กลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สามารถเพิ่มยอดขายให้สถานประกอบการดีขึ้น และมีแผนธุรกิจสำหรับสถานประกอบการเอง
5. การประเมินผลที่ไม่ใช่การเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ควรมีสวัสดิการให้กับพนักงานของ ท่านอย่างเพียงพอ เช่น กิจกรรม วันหยุด การอบรมพัฒนาพนักงาน เพื่อสร้างความภักดีต่อตัวท่านและธุรกิจของท่าน และมีความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าบ่อย ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ดีขึ้น

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์คุณลักษณะข้อมูลของสถานประกอบการในด้านตำแหน่งปัจจุบัน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้จัดการ	186	62.0
เจ้าของธุรกิจ	32	10.7
ตำแหน่งอื่นที่ได้รับมอบหมาย เช่น เซฟ	82	27.3

จากตารางที่ 1 พบว่า ตำแหน่งงานปัจจุบัน ส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ จำนวน 186 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาเป็นตำแหน่งอื่นที่ได้รับมอบหมาย (เซฟ) จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.3 และลำดับสามเป็นเจ้าของธุรกิจ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์คุณลักษณะข้อมูลของสถานประกอบการในด้านลักษณะธุรกิจ

รายการลักษณะธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านอาหารซีฟู้ด	53	17.67
ร้านอาหารหมูกระทะ ชาบู หม่าล่า	70	23.33
ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น	112	37.33

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีด้านลักษณะธุรกิจเป็นภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น มากที่สุดจำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาเป็นร้านอาหารหมูกระทะ ชาบู หม่าล่า จำนวน 70 ราย คิดเป็น ร้อยละ 23.33 และลำดับสามเป็นร้านอาหารซีฟู้ด จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.67

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้างวัตถุดิบ

รายการกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ท่านมีการวิเคราะห์ความสามารถในการทำตลาดเพื่อกำหนดจุดซื้อที่เหมาะสม	4.436	.648	มากที่สุด
2. ท่านมีการวางแผนคัดเลือกสินค้า (วัตถุดิบ) ที่มีคุณภาพดีเสมอ	4.400	.826	มากที่สุด
3. ท่านมีระบบการคัดเลือกและประเมินซัพพลายเออร์เป็นระยะเพื่อให้มั่นใจคุณภาพสินค้า	4.260	.674	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความคิดเห็นในกิจกรรมนี้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อแยกเป็นรายข้อ ลำดับแรกเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการทำตลาดเพื่อกำหนดจุดซื้อที่เหมาะสม ลำดับสองเป็นการวางแผนคัดเลือกสินค้า (วัตถุดิบ) ที่มีคุณภาพดีเสมอ และลำดับสามเป็นระบบการคัดเลือกและประเมินซัพพลายเออร์เป็นระยะเพื่อให้มั่นใจคุณภาพสินค้า

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการควบคุมสินค้าคงคลัง

รายการควบคุมสินค้าคงคลัง	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ท่านเห็นว่าการตรวจสอบสต็อกสินค้า (วัตถุดิบ) อาหารแช่แข็งอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยเดือนละครั้ง	4.436	.627	มากที่สุด
2. ท่านเห็นว่าการควบคุมสต็อกในปริมาณและช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่าเงินทุนจะไม่จม	4.360	.738	มากที่สุด
3. ท่านเห็นวาระบบในการจัดวางสินค้า (วัตถุดิบ) และสามารถดึงออกมาใช้ได้ง่าย	4.356	.695	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความคิดเห็นในกิจกรรมนี้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.214 เมื่อแยกเป็นรายข้อ ลำดับแรกการตรวจสอบสต็อกสินค้า (วัตถุดิบ) อาหารแช่แข็งอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยเดือนละครั้ง ลำดับสองเป็นการควบคุมสต็อกในปริมาณและช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่าเงินทุนจะไม่จม และลำดับสามเป็นระบบในการจัดวางสินค้า (วัตถุดิบ) สามารถดึงออกมาใช้ได้ง่าย

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกิจกรรมด้านการตลาดและการขาย

รายการการตลาดและการขาย	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ท่านเห็นว่าการจัดการยี่ห้อหรือแบรนด์ของตนเองได้ดี ทำให้ลูกค้าทั้งในพื้นที่และออนไลน์จดจำได้	4.310	.669	มากที่สุด
2. ท่านเห็นว่าการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ให้ลูกค้าให้สามารถเข้าถึงธุรกิจของท่านได้ง่าย	4.290	.688	มากที่สุด
3. ท่านเห็นว่าการหาลูกค้าใหม่และมีการจัดการลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมกับการส่งเสริมการขาย (ตั้งราคาและส่วนลด) ที่เหมาะสมกับลูกค้า	4.383	.738	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความคิดเห็นในกิจกรรมนี้อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.167 เมื่อแยกเป็นรายข้อ ลำดับแรกการหาลูกค้าใหม่และมีการจัดการลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมกับการส่งเสริมการขาย (ตั้งราคาและส่วนลด) ที่เหมาะสมกับลูกค้า ลำดับสองเป็นการจัดการยี่ห้อหรือแบรนด์ของตนเองได้ดี ทำให้ลูกค้าทั้งในพื้นที่และออนไลน์จดจำได้ และลำดับสามเป็นการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ให้ลูกค้าให้สามารถเข้าถึงธุรกิจของท่านได้ง่าย

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการประเมินผลด้านการเงิน

การประเมินผลด้านการเงิน	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ท่านมีการวางแผนธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อกำล้างแสวงหาการเพิ่มผลกำไรอย่างน้อยร้อยละ 10 ทุกปี	4.456	.650	มากที่สุด
2. ท่านมีการวางแผนทางการเงินที่ดีทำให้ท่านมีความมั่นคงทางการเงินมีรายได้เข้าทุกเดือนตามที่วางแผนไว้ในข้อ 1	4.350	.708	มากที่สุด
3. สถานประกอบการของท่านมีการวิเคราะห์ทางการเงินใหม่ทุก ๆ ปี เพื่อให้ได้กำไรตามข้อ 1	4.330	.699	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความคิดเห็นในกิจกรรมนี้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.292 เมื่อแยกเป็นรายข้อ ลำดับแรกมีการวางแผนธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อกำล้างแสวงหาการเพิ่มผลกำไรอย่างน้อยร้อยละ 10 ทุกปี ลำดับสองมีการวางแผนทางการเงินที่ดีทำให้มีความมั่นคงทางการเงินมีรายได้เข้าทุกเดือนตามที่วางแผนไว้ในข้อ 1 และลำดับสามมีการวิเคราะห์ทางการเงินใหม่ทุก ๆ ปี เพื่อให้ได้กำไรตามข้อ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลการประเมินด้านที่ไม่ใช่การเงิน

การประเมินผลที่ไม่ใช่การเงิน	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ท่านเห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า (วัตถุดิบหรืออาหาร) และการบริการของท่าน	4.486	.666	มากที่สุด
2. ท่านเห็นว่าพนักงานของท่านมีความพอใจที่ได้ทำงานร่วมกับท่าน	4.283	.7516	มากที่สุด
3. ท่านเห็นว่าธุรกิจของท่านมีกระบวนการปฏิบัติงานภายในที่มีประสิทธิภาพ	4.426	.716	มากที่สุด

จากตารางที่ 7 พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างแสดงระดับความคิดเห็นในกิจกรรมนี้อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.219 เมื่อแยกเป็นรายข้อ ลำดับแรกท่านเห็นว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า (วัตถุดิบหรืออาหาร) และการบริการของท่าน ลำดับสองท่านเห็นว่าธุรกิจของท่านมีกระบวนการปฏิบัติงานภายในที่มีประสิทธิภาพ และลำดับสามท่านเห็นว่าพนักงานของท่านมีความพึงพอใจที่ได้ทำงานร่วมกับท่าน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเห็นว่าเป็นการยอมรับทุกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ตามค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (Beta Coefficient)

ตารางที่ 8 แสดงผลการใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย
ที่ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.481	.202		7.338	.000
	procure	.147	.045	.162	3.241	.001
	Inventory	.088	.044	.098	1.993	.047
	Market	.414	.042	.523	9.762	.000

Dependent Variable: Financial

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติพบว่า ตัวแปรอิสระการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory) การตลาดและการขาย (Marketing and Sale) กับตัวแปรตามการประเมินผลด้านการเงิน (Financial performance) ของสถานประกอบการอาหารแช่แข็ง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 3 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (Beta Coefficient) ที่มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ กิจกรรมการตลาดและการขาย (Marketing and Sale) มีค่าเท่ากับ 0.414 รองลงมาคือกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) มีค่าเท่ากับ 0.147 และสุดท้ายการจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory management) มีค่าเท่ากับ 0.088 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงผลการใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ ระหว่างการจัดซื้อจัดจ้าง การจัดการสินค้าคงคลัง การตลาด และการขาย ที่ส่งผลต่อการประเมินผลด้านที่ไม่ใช่ด้านการเงิน

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.466	.261		9.446	.000
	procure	-.212	.059	-.211	-3.616	.000
	Inventory	.314	.057	.317	5.517	.000
	Market	.312	.055	.355	5.690	.000

a. Dependent Variable: Financial

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ พบว่า ตัวแปรอิสระการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory) การตลาดและการขาย (Marketing and Sale) กับตัวแปรตามการประเมินผล ด้านที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-financial performance) ของสถานประกอบการอาหารแช่แข็ง ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีจำนวน 3 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย ที่มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมากที่สุด ได้แก่ การจัดการสินค้าคงคลัง (Inventory) มีค่าเท่ากับ 0.314 รองลงมาคือกิจกรรมการตลาดและการขาย (Marketing) มีค่าเท่ากับ 0.312 และสุดท้ายคือกิจกรรมการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) มีค่าเท่ากับ -0.212 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การจัดซื้อจัดจ้าง ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน การประเมินผลด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 2 การจัดการสินค้าคงคลัง ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 กิจกรรมการตลาดและการขาย ส่งผลต่อการประเมินผลด้านการเงิน ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 การจัดซื้อจัดจ้าง ส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 การจัดการสินค้าคงคลัง ส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้ จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 6 การตลาดและการขายส่งผลต่อการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคารในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่กำหนดไว้จึงยอมรับสมมติฐาน

การอภิปรายผล

ผลการประเมินผลด้านการเงินจะมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (Beta Coefficient) กับตัวแปรอิสระกิจกรรมการตลาดและการขายมากที่สุด = 0.414 กลยุทธ์หรือเทคนิคทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในกลุ่มร้านอาหารหรือภัตตาคารสามารถถอดบทเรียนเพื่อการนำไปใช้ คือผู้ประกอบการจึงต้องมีการวางแผนตลาดและการขายและการเพิ่มผลกำไรอย่างน้อยร้อยละ 10 ทุกปี ด้วยการหาลูกค้าใหม่และการจัดการลูกค้าที่มีอยู่ในปัจจุบัน พร้อมกับการส่งเสริมการขาย (ตั้งราคาและส่วนลด) ที่เหมาะสมกับลูกค้า การสร้างยี่ห้อหรือแบรนด์ให้เข้มแข็งด้วยการทำให้ลูกค้าทั้งในพื้นที่และออนไลน์จดจำได้ และการเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิสิทธิ์ บุนนาค และคณะ (2565) พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ด้านการตลาดและการขาย มีความสัมพันธ์และส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการศึกษาของ Abdullah et al. (2019) พบว่า มุมมองทางการเงินและลูกค้าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผ่านกิจกรรมหลักของห่วงโซ่อุปทาน ด้านการตลาดและการขาย



ผลการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงินจะมีค่าสัมประสิทธิ์ของการถดถอย (Beta Coefficient) ตัวแปรอิสระในกิจกรรมการจัดการสินค้าคงคลังมากที่สุด = 0.314 แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการจัดการสินค้าคงคลังเป็นอย่างดี ซึ่งมาจากตัวผู้ประกอบการที่มีความรักความผูกพันกับพนักงานและพนักงานมีความพึงพอใจที่ได้ทำงานที่นี้ ดังนั้นกลยุทธ์หรือเทคนิคกิจกรรมการจัดการสินค้าคงคลังและการประเมินผลที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ในกลุ่มร้านอาหารหรือภัตตาคารสามารถถอดบทเรียนเพื่อนำไปใช้ คือ ผู้ประกอบการต้องมีการตรวจสอบสต็อกสินค้า (วัตถุดิบ) อย่างสม่ำเสมออย่างน้อยเดือนละครั้ง มีการควบคุมสต็อกในปริมาณและช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้แน่ใจว่าเงินทุนจะไม่จมและมีการจัดระบบในการจัดวางวัตถุดิบสามารถดึงออกมาใช้ได้ง่าย นอกจากนี้ยังต้องทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในคุณภาพสินค้า (วัตถุดิบหรืออาหาร) ร้านต้องมีกระบวนการปฏิบัติงานภายในที่มีประสิทธิภาพ และทำให้พนักงานมีความพึงพอใจที่ได้ทำงานร่วมกับท่าน สอดคล้องกับการศึกษาของ จตุพร โคตรบุตร (2563) พบว่า ผลทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่ามีผลต่อ ความสัมพันธ์กับกระบวนการบริหารงานแบบ BSC ภายใต้สถานการณ์การเกิด COVID-19 กรณีศึกษาสถานประกอบการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ด้านมุมมองด้านกระบวนการภายใน

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะวิธีวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ซึ่งอาจขาดข้อมูลเชิงลึก ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น
2. การเพิ่มบริบทตัวแปร ในการทำวิจัยครั้งต่อไปผู้ที่สนใจสามารถทำการศึกษาปัจจัยเพิ่ม ในแง่ของทัศนคติและพฤติกรรม
3. กลุ่มตัวอย่างและพื้นที่ ผู้ที่สนใจควรศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและพื้นที่อื่นที่แตกต่างกันของพื้นที่กลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น นครราชสีมา อุบลราชธานี ชลบุรี สุราษฎร์ธานี สงขลา และภูเก็ต เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. การศึกษาเปรียบเทียบ ผู้วิจัยที่สนใจอาจดำเนินการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับผลกระทบของห่วงโซ่คุณค่าและผลการดำเนินงานแบบ BSC ในภาคส่วนอุตสาหกรรมอื่น เพื่อเปรียบเทียบและประเมินผลกระทบ
5. ระเบียบวิธีวิจัย ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์เชิงลึกกับความสัมพันธ์เชิงปริมาณ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจมุมมองและประสบการณ์ตรงในประเด็นด้านการจัดซื้อ การควบคุมสินค้าคงคลัง การตลาดและการขาย รวมถึงการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรผ่านกรอบ Balanced Scorecard ได้อย่างรอบด้าน
6. หากการวิจัยในอนาคตสามารถ ควรพิจารณา “ตัวแปรบริบท” หรือทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่พบ อาจถูกปรับเปลี่ยนได้หรือไม่ เช่น สถานะเศรษฐกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค และการแข่งขัน ภาวะเงินเฟ้อ การขาดแคลนวัตถุดิบ จะทำให้ผลการวิจัยมีความยืดหยุ่นและมีประโยชน์เชิงยุทธศาสตร์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จตุพร โคตรบุตร. (2563). อิทธิพลของห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อกระบวนการบริหารงานแบบ BSC ภายใต้สถานการณ์การเกิด COVID-19 กรณีศึกษาสถานประกอบการธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์. สารนิพนธ์. (บริหารธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

นันทชัย สาสดีอ่อง. (ม.ป.ป.). เอกสารประกอบการบรรยายวิชา การจัดการสินค้าคงเหลือ (Inventory Management). คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2568. file:///C:/Users/lenovo/OneDrive/Desktop/Dr.nan/New%20folder/IAO-No-11-Restaurant-Industry.pdf

ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหารสถาบันอาหาร. (2559).

สุทธิดา ยามา. (2566). *ศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ด้วยแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าและหลักการพัฒนายั่งยืน (SDGs) ของผู้ประกอบการร้านวัสดุก่อสร้างในจังหวัดสงขลา*. <https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/18130/3/6410521063.pdf>

อภิสิทธิ์ บุณนาค และศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2564). การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจกรณีศึกษาร้านขายวัสดุก่อสร้างขนาดกลางและขนาดเล็กในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 15(1), 122-136.

Abdillah, F., & Diana, I. B. P. W. (2018). Balanced Scorecard Implementation in Restaurant Management. *E-Journal of Tourism*, 5(1), 30-39.

Abdullah, H. S., Salman, J., & Ahmed, I. A. (2019). Integrating the value chain and balanced scorecard to evaluate the overall performance of a tourism organization, *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(5), 1-11.

Arora, A., Anshu S., Sivakumar, K., & Burke, G. (2020). Strategic sustainable purchasing, environmental collaboration, and organizational sustainability performance: The moderating role of supply base size. *Supply Chain Management. An International Journal* 25(6), 709–728.

Bento, A., & Bento, R. (2013). Validating Cause-and-Effect Relationships in the Balanced Scorecard. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 17, 45-55.

Davis, R. (2021). Reducing holding costs to improve financial performance. *Financ. Manag. Rev.* 17 (3), 89–102.

Delta E-sourcing. (2022). *What is the Procurement Cycle*. <https://www.delta-esourcing.com/resources/etendering-blog/what-is-the-procurement-cycle/>

Doe, J., & Williams, C. (2022). Risk management in supply chain and its influence on financial stability. *Int. J. Procure. Stud*, 7(1), 45–60.

Firera, Musadieg, M., Solimun, & Hutahayan, B. (2024). *A Systematic Literature Review: Impact of Purchasing Performance on Material Inventory and Sustainable Economic Level in Upstream Oil and Gas*. https://www.doi.org/10.2991/978-2-38476-090-9_24

Gopalakrishnan, P., & Haleem, A. (2015). *Handbook of Materials Management* (2nd ed.). Prentice Hall.

Hutaibat, K. A. (2011). Value Chain for Strategic Management Accounting in Higher Education. *International Journal of Business and Management*, 6(11).

Le, T. T., Huan, N. Q., Hong, T. T. T., & Tran, D. K. (2021). The contribution of corporate social responsibility on SMEs performance in emerging country. *Journal of Cleaner production*, 322, 129103.

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 55.

Linkov, Carluccio, Pritchard, Bhreasail, Galaitsi, Sarkis, & Keisler. (2020). *The case for value chain resilience*. Management Research Review. https://www.resilienceshift.org/wp-content/uploads/2020/11/Value-Chain-Paper_V3.pdf

Lynn, C. (2017). Food Service Industry: Labor Cost Standards. <https://smallbusiness.chron.com/food-service-industry-labor-cost-standards-13911.html>

Miller, K., & Davis, T. (2022). Strategic supplier relationships and market success. *Int. J. Procure. Manag.*, 11(1), 37–52.

Namagembe, S., & Munene, J. C. (2016). Information sharing inventory management and customer satisfaction: The case of manufacturing firms in Kampala. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(6), 35-44.

Nauhria, Y., Kulkarni, M. S., & Pandey, S. (2018). Development of strategic value chain framework for Indian car manufacturing industry. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 19(1), 21-40. <https://www.doi.org/10.1007/s40171-017-0179-z>.

O' Sullivan, D., & Abela, A. V. (2007). Marketing performance measurement ability and firm performance. *Journal of Marketing*, 71(2), 79-93.

Prasetyo, P. E., & Dzak, F. Z. (2020). Institutional performance and new product development value chain for entrepreneurial competitive advantage. *Uncertain Supply Chain Management*, 8, 753-760. <https://www.doi.org/10.5267/j.uscm.2020.7.004>.

Rangkuti, F. (2011) *SWOT: Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.

Saeidi. P., Saeidi, S. P., Gutierrez. L., Streimikiene. D., Alrasheedi. M., Saeidi, S. P., & Mardani, A. (2021). The influence of enterprise risk management on firm performance with the moderating effect of intellectual capital dimensions. *Economic Research- Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 122–151.

Smith, A., & Johnson, B., (2021). The Impact of Purchasing Performance on Financial Sustainability. *J. Bus. Manag.*, 15(2), 112–130.

Sriphong, C., Esor, A., & Kachonkitiya, N. (2022). Value Chain Management and Business Performance of One Tambon One Product Businesses in the Southernmost Province of Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 6(4), 8706 – 8720.

Streanise, P. P. (2012) *Dining room and banquet management trird edition*. Thomson.

Taouab, O., & Issor, Z. (2019). Firm performance: Definition and measurement models. *European Scientific Journal*, 15(1), 93-106. <https://www.doi.org/10.19044/esj.2019.v15n1p93>.

Vuong, T. K., & Rajagopal, P. (2022). The mediating effect of the budget process on the performance of small-and medium sized enterprises in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Innovation*, 18(1), 65-92. <https://doi.org/10.7341/20221813>.

Yousaf, M., & Dehning, B. (2023). The effects of sales surprise on inventory turnover: An empirical study. *Cogent Economics & Finance*, 11(2), 2258696.