



วารสารการจัดการและการพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2567

Vol.11 No.1 January – June 2024

วารสารได้รับการรับรองคุณภาพในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2

Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University



บทความวิจัย

- การบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
- การพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา สวนสัตว์อุบลราชธานี
- การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร
- การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด
- การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
- การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี
- การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง
- ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
- ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ
- ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐ ในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการเงิน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
- แนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเอส (ประเทศไทย) จำกัด
- ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร กรณีศึกษา อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม
- สภาพปัญหาและการพัฒนาระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนงมผักสู่ผลิตภัณฑ์ขงต้ม ตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์
- อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคารสำนักงานสุภากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
- องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

บทความวิชาการ

- การพัฒนาด้านสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร
- แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ISSN 2351-065X (Print)

ISSN 2985-0460 (Online)

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2567)

วารสารได้รับการรับรองคุณภาพในฐานข้อมูล TCI กลุ่มที่ 2

เจ้าของ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ธรรมรักษ์ ละอองนวล

อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวนิช

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์ ภัคดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไตรรงค์ สวัสดิ์กุล

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกันธิ์ โชติวนิช

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยรัตน์ ไชยสัตย์

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของนักวิชาการ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลที่มีประสบการณ์มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เพื่อประโยชน์สำหรับการศึกษา พัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่สำหรับนำไปใช้ในการจัดการและการพัฒนาองค์การ โดยมีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการ ด้านการบัญชี ด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ และด้านการตลาด

กำหนดการออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน และ ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นงานเขียนของนักวิจัยหรือนักวิชาการแต่ละท่านโดยเฉพาะ มิใช่ความเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทบรรณาธิการ

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ผลงานของนักวิชาการ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา บุคคลที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปัจจุบันวารสารผ่านการรับรองคุณภาพและอยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index: TCI) กลุ่ม 2 สำหรับฉบับนี้เป็นการเผยแพร่วารสารปีที่ 11 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2567) เผยแพร่บทความจำนวน 20 เรื่อง ประกอบด้วยบทความวิจัย 18 เรื่อง และบทความวิชาการ 2 เรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับขอบเขตของวารสารคือด้านบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ การจัดการระบบสารสนเทศ และการตลาด ทุกบทความผ่านการพิจารณาคุณภาพโดยกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เพื่อประโยชน์ด้านวิชาการเพื่อการศึกษา ต่อยอด หรือใช้ประโยชน์เพื่อการจัดการและการพัฒนาองค์กร

การดำเนินงานของวารสารที่รวดเร็วและมีคุณภาพตามข้อกำหนดของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย ทำให้ได้รับความไว้วางใจจากทุกท่านอย่างต่อเนื่องกว่า 11 ปี กองบรรณาธิการวารสารขอขอบคุณผู้พิมพ์ที่ส่งผลงานคุณภาพมาเผยแพร่และแนะนำวารสารให้แก่กัลยาณมิตรทางวิชาการ จนทำให้วารสารมีบทความส่งมาเผยแพร่มากขึ้นทุกปี ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์พิจารณาบทความและขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานของวารสาร กองบรรณาธิการวารสารหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับการสนับสนุนจากทุกท่านตลอดไป ขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำไพ ยงกุลวนิช

บรรณาธิการ

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

- 1 **การบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกัน
ควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข**
.....มรรคณาวิ รุ่งแสง รชต สอนสวัสดิ์
- 17 **การพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา สวนสัตว์อุบลราชธานี**
.....กมลชนก เจือจันทร์ ธารชุตตา พันธนิกุล
- 35 **การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์
อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร**
.....นันทกาญจน์ เกิดมัลย์ ชนินทร์ วะสินนท์ วราธร พรหมนิล
 เมธาวี ยี่มิน นิรมล เนื่องสิทธิ์ พัลลภ จันทร์กระจ่าง
- 47 **การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด**
.....สิริวิทย์ ปิ่นคำ ลลิตา พิมพา
- 63 **การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่าน
อินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29**
.....ศรารัศม์ รุ่งกิตติพิภัทร์ จิระพงศ์ เรืองกุล
- 81 **การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษา
ในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี**
.....ศตวรรษ บัญผสม สายพิน ปั่นทอง
- 99 **การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน
ของจังหวัดลำปาง**
.....อัจฉรา เมฆสุวรรณ ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช พอใจ สิงหนตร ปัทมา อภิชัย
- 111 **ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**
.....อนุวัฒน์ รักดี

หน้า

- 127 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการ
ร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
.....เกษร ระมั่ง ภัทรา สุขะสุนนท์
- 143 ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ
.....จรรยา ชูทับ อรจันทร์ ศิริโชติ
- 157 ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐ
ในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
.....อาเล็กไซพอน เข้มมะไล วลัยพร สุขปลั่ง ประนอม คำผา
- 175 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน
กับประสิทธิผลการตัดสินใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
.....เบญจวรรณ วงศ์สุวรรณ สุวิทย์ ไวยทิพย์ พัทธรียา เห็นกลาง
- 191 แนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเอส
(ประเทศไทย) จำกัด
.....นราภรณ์ จรัสสุนทรกุล สิริชัย ฝรั่งทอง
- 211 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
.....สุวิทย์ ไวยทิพย์ ปัทมา พยุงวงศ์ บุญเยี่ยม ทะไกรราช
ก้องเกียรติ สหายรักษ์ มั่นหนา รังษิกุล
- 227 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร กรณีศึกษา อำเภอบรบือ
จังหวัดมหาสารคาม
.....แพรวไพลิน จันทร์โพธิ์ศรี วิชนิ เอี่ยมชุ่ม เบญจมาภรณ์ สมบัติธีระ
- 241 สภาพปัญหาและการพัฒนายกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงผักสู่ผลิตภัณฑ์ขงดื่ม
ตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์
.....นันทกาญจน์ เกิดมัลย์ ชนินทร์ วะสินนท์ นิรมล เนื่องสิทธิ์
สาคร อินทะชัย อรอนงค์ ฐาปนพันธ์นิตกุล

หน้า

255	อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิชนันต์ ไชยานนท์ จิระพงศ์ เรืองกุล
271	องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของเจนเนอร์ชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานีกัญจิญา จิรกาลสิริ อัยรดา พรเจริญ ภิรมภีวิล ปรมัตถ์วรโชติ ดุสิต จักรศิลป์ บทความวิชาการ
285	การพัฒนาด้านสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กรสมภพ จูโล่ห์ พุฒิธร จิรายุส
297	แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำณัฏฐ์ บุญยวิชัยกานนท์ พุฒิธร จิรายุส
311	คำแนะนำสำหรับการเขียนบทความ
311	การเตรียมต้นฉบับบทความ
319	ประเภทของบทความที่ดีพิมพ์
320	นโยบายการเผยแพร่บทความ
321	จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน
323	รูปแบบการเผยแพร่
324	ขั้นตอนการพิจารณาบทความ

การบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกัน

ควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

Organizational Management Influencing Personnel Engagement of

The Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province Under

The Department of Disease Control Ministry of Public Health

มรรคณาวี รุ่งแสง^{1*} รชต สวนสวัสดิ์²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Makkhanawee Rungsang^{1*} Rachata Suansawat²

^{1,2}Faculty of Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: makkhanawee.rs@gmail.com

(Received: October 29, 2023; Revised: January 8, 2024; Accepted: January 12, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กร และระดับของความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจะเป็นบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จำนวน 149 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ในการวิเคราะห์ข้อมูลของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรมีภาพรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน จะพบว่า อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด คือ ด้านการจัดองค์กร คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.31 และอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ ด้านงบประมาณ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และด้านวัสดุและอุปกรณ์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ในด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ และด้านการจัดองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ส่วนด้านงบประมาณไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

คำสำคัญ: การบริหารจัดการองค์กร, อิทธิพล, ความผูกพัน

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the organizational management and the level of engagement of the personnel at the Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province, under the Department of Disease Control, Ministry of Public Health, 2) to study organizational management factors that influence engagement of the personnel at the Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province, under the Department of Disease Control, Ministry of Public Health. This study is a quantitative research, using a questionnaire as a tool for collecting data. The samples were 149 personnel from the Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province under the Department of Disease Control, Ministry of Public Health. Statistics used for data analysis include average, standard deviation and multiple regression analysis.

The study revealed that the overall results of the analysis of organizational management factors were at a very important level, representing 3.92 percent. When considering each aspect, it will be found that it is at the most important level, which is the organization aspect, representing 4.31 percent including the budget, representing 3.92 percent, human resource management representing 3.87 percent and materials and equipment representing 3.61 percent.

From the hypothesis test, it was found that the factors of organizational management in term of human resource management, materials and equipment influences organizational commitment of personnel of the Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province, under the Department of Disease Control, Ministry of Public Health. As for the budget aspect, there was no influence on organizational commitment of personnel of the Office of Disease Prevention and Control Region 8, Udon Thani Province, under the Department of Disease Control, Ministry of Public Health.

Keywords: Organizational Management, Influence, Engagement

บทนำ

ในสังคมปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ มีความจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และมีความพร้อมในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ จึงต้องพัฒนาตนเองในด้านการบริหารจัดการองค์กร และด้านอื่น ๆ ที่จะทำให้องค์กรนำไปสู่การบริหารจัดการที่ดี สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้ มีการนำเอาทฤษฎี แนวคิดเชิงธุรกิจ มาปรับใช้ในการบริหารจัดการองค์กร โดยการคำนึงถึงความคุ้มค่า ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล การบริหารจัดการจึงถือว่าเป็นหัวใจหลักสำคัญ ที่แต่ละองค์กรใช้ในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งปัจจัยการบริหารจัดการ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) วิธีการ (Management) พิสัยย์ เหล่าไทย (2560) คนถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการปฏิบัติงานและสร้างสรรค์ผลงานให้มีความเจริญก้าวหน้า และเงินหรืองบประมาณก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะใช้ในการบริหารจัดการเพื่อการใช้จ่าย ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร ค่าตอบแทน จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ ก่อสร้าง และอื่น ๆ ที่ต้องอาศัยปัจจัยของเงิน ในส่วนด้านวัสดุสิ่งของที่ใช้ในการดำเนินงาน ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ เครื่องไม้เครื่องมือ เอกสาร ที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน รวมถึงวิธีการซึ่งเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ การบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารขององค์กร จะต้องรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจในการทำงาน แนวทางสร้างความรักความผูกพันให้เกิดขึ้น อาทิเช่น การบริหารค่าตอบแทน สวัสดิการ โอกาสในความก้าวหน้าในสายอาชีพ การพัฒนาบุคลากร การนำองค์กร วัสดุอุปกรณ์ สภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อการโน้มน้าวจิตใจของบุคคลในองค์กรให้เกิดร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ ทুমเทความรู้ความสามารถ รับผิดชอบต่องาน และตระหนักถึงคุณค่าของตนที่มีต่อองค์กร เกิดความผูกพันต่อองค์กร ต้องการปฏิบัติงานให้กับองค์กรตลอดไป จากที่กล่าวมานั้น ผลสำเร็จและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ของสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จะมีได้นั้น ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจของทุกคนในองค์กร ที่มุ่งปฏิบัติงานเพื่อเป้าหมายร่วมกัน ทั้งนี้ เมื่อศึกษาข้อมูลการสูญเสียบุคลากร ในปีงบประมาณ 2565 พบว่า มีข้อมูลอัตราการขอโอน/การขอย้ายข้าราชการ และการลาออกจากราชการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.89 จากบุคลากรทั้งหมด จำนวน 186 คน (กองบริหารทรัพยากรบุคคล กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2565) จากข้อมูลข้างต้น เนื่องจากมีอัตราการสูญเสียบุคลากร จึงต้องมีการสรรหาคัดเลือกบุคลากรใหม่เพื่อทดแทน การสรรหาใหม่ อาจทำให้การดำเนินงานหยุดชะงัก ล่าช้า รวมถึงใช้เวลานาน บุคลากรใหม่อาจใช้เวลาในการปรับพื้นฐาน ถ่ายทอดงาน เรียนรู้นโยบายวัฒนธรรมองค์กร และอาจมีความเสี่ยงที่จะได้คนที่ไม่มีความชำนาญ หรือเชี่ยวชาญในการทำงาน ซึ่งต้องใช้เวลาในการเรียนรู้งาน จากที่มติดังกล่าว จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการศึกษาวิเคราะห์เรื่องของความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งความผูกพันต่อองค์กร เปรียบเสมือนตัวกระตุ้นให้บุคคลในองค์กรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรัก ความผูกพันต่องานและองค์กร เพราะงานคือหนทางที่บุคลากรสามารถทำประโยชน์ให้กับองค์กรบรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ ความผูกพันจะก่อให้เกิดประโยชน์ คือ พนักงานมีความผูกพันต่อ

จุดหมาย เห็นคุณค่าขององค์กรก็จะทำให้ทำงานได้ดี ก็จะเป็นประจักษ์ที่อยู่กับองค์กร ไม่คิดลาออกจากงาน ไม่คิดที่จะย้ายงาน ช่วยเหลืองานตามภาระหน้าที่ของตนอย่างเต็มความสามารถ บุคลากรมีความเต็มใจที่ใช้ความสามารถ และศักยภาพของตัวเองทุ่มไปให้กับงาน ทำให้การออกจากงานน้อยลง มีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นงานจะบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรตั้งไว้

ผู้วิจัยจึงศึกษาเพื่อวิเคราะห์ในเรื่องการบริหารจัดการองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ ตำรา และทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ตลอดจนศึกษาการพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์ และแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อเป็นประโยชน์ในการปฏิบัติงาน และเป็นข้อมูลในการพัฒนาการปฏิบัติงานในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการองค์กร และระดับของความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

สมมติฐานการวิจัย

Ho: ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ประกอบไปด้วย ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ด้านการจัดองค์กร ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

H1: ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ประกอบไปด้วย ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ด้านการจัดองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร ประกอบไปด้วย ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ด้านการจัดองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข



ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ อย่างน้อย จำนวน 127 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม นำมาเป็นกรอบแนวคิดและสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กร

3. การหาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากร สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 จังหวัดขอนแก่น สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาความเชื่อมั่น นำผลการตอบแบบสอบถามไปหาค่าความเชื่อมั่น โดยคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha's coefficient- α) ตามวิธีของครอนบาค ซึ่งหาค่าความเชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.968 กำหนดค่าความเชื่อมั่นได้ ≥ 0.70 (Nunnally, 1978) ซึ่งวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นรายปัจจัย และโดยภาพรวมใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จากนั้นนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรของสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และส่งแบบสอบถามในรูปแบบของ Google Form

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้วิเคราะห์การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิงใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร และผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร จะเป็นการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านการจัดองค์กร	4.31	.65	มากที่สุด
ด้านงบประมาณ	3.92	.72	มาก
ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์	3.87	.74	มาก
ด้านวัสดุและอุปกรณ์	3.61	.76	มาก
รวม	3.92	.59	มาก

จากตารางที่ 1 ระดับความสำคัญของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร โดยภาพรวมจะมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 3.92, S.D. = .59 เมื่อพิจารณาข้อมูลเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุดจำนวน 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดองค์กร ($\bar{X}$) = 4.31, S.D. = .65 และมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ($\bar{X}$) = 3.92, S.D. = .72 ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X}$) = 3.87, S.D. = .74 และลำดับสุดท้าย ได้แก่ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ($\bar{X}$) = 3.61, S.D. = .76

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านทัศนคติเชิงบวก	4.35	.55	มากที่สุด
ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง	4.29	.61	มากที่สุด
ด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กร	4.17	.68	มาก
ด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร	4.07	.68	มาก
ด้านความพยายามทุ่มเทในการทำงาน	3.83	.76	มาก
รวม	4.14	.54	มาก

จากตารางที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร โดยภาพรวมจะมีความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = .54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านทัศนคติเชิงบวก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .55) รองลงมา ได้แก่ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .61) ระดับสำคัญมาก จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กร ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.68) ด้านความจงรักภักดีต่อองค์กร ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = .68) และด้านความพยายามทุ่มเทในการทำงาน ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = .76)

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ใช้วิธีนำตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยของการบริหารจัดการองค์กร (Enter Method) เพื่อวิเคราะห์แต่ละด้านที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณมีข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และมีการกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สำหรับแปลความหมาย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541) ดังนี้

.91 – 1.00	สัมพันธ์ในระดับสูงมาก	.71 – .90	สัมพันธ์ในระดับสูง
.31 – .70	สัมพันธ์ในระดับปานกลาง	.01 – .30	สัมพันธ์ในระดับต่ำ
.00	ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย		

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการองค์กร กับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร

ปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร				
ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	Pearson Correlation	Sig. (2 - tailed)	ทิศทาง	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการจัดองค์กร	.501	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
ด้านงบประมาณ	.462	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์	.489	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
ด้านวัสดุและอุปกรณ์	.526	.000	เดียวกัน	ปานกลาง
รวม	.601	.000	เดียวกัน	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบริหารจัดการองค์กร ประกอบไปด้วย ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ด้านการจัดองค์กร ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านงบประมาณ กับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กร โดยมีค่า Sig. (2 - tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (Ho) ยอมรับ

สมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า ปัจจัยบริหารจัดการองค์กรมีความสัมพันธ์กับปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .601 แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

เงื่อนไขอย่างหนึ่งในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือตัวแปรอิสระแต่ละตัว ต้องเป็นอิสระกัน ตรวจสอบเงื่อนไข โดยใช้ค่าสถิติ Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ถ้าหากค่า Tolerance ของตัวแปร เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน ถ้าเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity และค่า Variance Inflation Factor หากมีค่าใกล้ 10 มาก แสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการของการวิเคราะห์ความถดถอยพหุเชิงเส้นมีมาก คือเกิดปัญหา Multicollinearity และจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ค่า Tolerance และ Variance Inflation Factor มีค่าดังนี้

- ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวอยู่ในช่วง .451 - .742 ซึ่งมีความมากกว่า .1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Hair et al, 2010)

- ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าอยู่ในช่วง 1.347 - 2.537 ซึ่งมีความน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาด้านความสัมพันธ์ภายในกันเอง (Hair et al, 2010)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Collinearity Statistics)

ตัวแปรพยากรณ์	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ด้านการจัดองค์กร	.624	1.602
ด้านงบประมาณ	.451	2.217
ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์	.742	1.347
ด้านวัสดุและอุปกรณ์	.394	2.537

จากตารางที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า ในข้อมูลชุดนี้มีระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวที่ไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity และเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทุกประการ

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน

ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กร	b	S.E.	Beta	t	p-value
ค่าคงที่	1.683	.256		6.582	.000**
ด้านการจัดองค์กร	(1) .281	.062	(1) .336	4.516	.000**
ด้านงบประมาณ	- .007	.077	- .009	- .085	.932
ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์	(3) .157	.070	(2) .216	2.262	.025*
ด้านวัสดุและอุปกรณ์	(2) .185	.058	(3) .206	3.209	.002**

$R = .639$ $R^2 = .409$ $\text{Adj } R^2 = .392$ $\text{S.E.} = .419$

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 5 ในการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ใช้วิธีนำตัวแปรอิสระแต่ละด้านทั้งหมด (Enter Method) เพื่อค้นหาการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อแยกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ด้านการจัดองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร ส่วนด้านงบประมาณ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ด้านการจัดองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อาจเป็นเพราะเป็นส่วนราชการส่วนกลางที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคของสังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีการมอบอำนาจให้บริหารจัดการองค์กร และปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ แนวทาง นโยบายของทางราชการ และนโยบายการบริหารจัดการของกรมควบคุมโรค ภายในหน่วยงานจึงมีการกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน บุคลากรปฏิบัติงานตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง มีการปรับปรุงกฎระเบียบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และการออกคำสั่งใด ๆ จะอ้างอิงข้อกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งบุคลากรในองค์กรยังถือปฏิบัติตามกฎระเบียบของทางราชการ บุคลากรยอมรับนโยบาย และเป้าหมายองค์กร ทั้งนี้ผู้บริหารปฏิบัติต่อบุคลากรด้วยความเท่าเทียม เสมอภาค

เป็นตัวอย่างที่ดีต่อบุคลากร ดังนั้นการบริหารจัดการองค์กร ด้านการจัดองค์กร ทำให้บุคลากรเกิดความผูกพัน มีความจงรักภักดีต่อองค์กร เมื่อมีงานบุคลากรจึงรู้สึกอย่างทุ่มเทที่จะช่วยงาน ยอมรับนโยบายของหน่วยงาน และบุคลากรมีความเชื่อว่าผู้บริหารจะนำพาองค์กรให้มีความก้าวหน้าและพัฒนาให้ดีขึ้นได้ ส่งผลทำให้มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทยา แก้วพิภพ (2562) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า มีระดับความผูกพันของบุคลากรโดยรวม จะอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี ซึ่งได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับองค์กร เกี่ยวกับงานที่ทำ เกี่ยวกับผู้คนในองค์กร ผู้บังคับบัญชาโดยตรง ผู้บริหารระดับสูง สถานการณ์ของตนเองและสภาพแวดล้อม และผลตอบแทน จะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันของบุคลากรศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในด้านปัจจัยเกี่ยวกับองค์กร พบว่าบุคลากรศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี จะมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของบุคลากร สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะขององค์กรไม่ว่าจะเป็น เรื่องนโยบาย ระเบียบ ข้อบังคับ การมีนโยบาย ระบบการทำงานที่มีทิศทางการบริหารงานอย่างชัดเจน และมีการสื่อสารภายในองค์กรอย่างทั่วถึง มีปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้บริหารระดับสูง มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความผูกพันของบุคลากร การสอดคล้องของงานวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับด้านการจัดองค์กร และสามารถอธิบายได้ว่าในด้านการจัดองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารองค์กร โครงสร้างองค์กร การวางแผน เป้าหมาย นโยบาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ วัฒนธรรม รวมถึงความเป็นผู้บริหาร ความเป็นผู้นำที่เป็นแบบอย่างที่ดีในองค์กร การจัดองค์กรที่ดีมีส่วนในการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมภายในองค์กร สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับบุคลากร ถ้ามีการบริหารจัดการองค์กรที่ดี ย่อมจะทำให้บุคลากรมีความรัก ภักดี ความศรัทธาในองค์กรและตัวผู้บริหาร ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อาจเป็นเพราะผู้บริหาร มีการวางระบบการบริหารจัดการในด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งเรื่องของการวางโครงสร้างอัตรากำลังที่เหมาะสม ชัดเจน ระบบการสรรหาคัดเลือกที่เป็นธรรม โดยพิจารณาจากความรู้ ความสามารถ ความเหมาะสม มีนโยบายพัฒนาเป็นเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ประสบการณ์ อย่างต่อเนื่อง และยังมีระบบประเมินผลการปฏิบัติงานเหมาะสมยุติธรรม รวมถึงสนับสนุนความก้าวหน้า ส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นแบบอย่างที่ดีแก่สังคม กำหนดมาตรฐานในการให้บริการที่เท่าเทียมกันไม่เลือกปฏิบัติ ดังนั้น จึงทำให้ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลทำให้มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศิริรัตน์ ต้นไสว (2563) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขและความผูกพันองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2 จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2 จังหวัด

พิษณุโลก มีระดับความสุขของภาพรวมอยู่ในระดับที่มีความสุข (Happy) และมีระดับความผูกพันต่อองค์กรในระดับที่มีความผูกพัน (Happy) การศึกษาอิทธิพลต่อความสุขในภาพรวมของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 2 จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นปัจจัยทางด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการคงไว้ซึ่งระดับความสุขและความผูกพันต่อองค์กรที่มีอยู่ และการพัฒนาความสุขและความผูกพันต่อองค์กรให้ดียิ่งขึ้น จำเป็นต้องทำกันอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการรับฟังความคิดเห็นของบุคลากร รวมไปถึงข้อร้องเรียน ข้อเสนอแนะ การให้คำตอบแทน สร้างสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพราะว่าบุคลากรมีความยินดีและมีพร้อมที่จะตอบแทน เพื่อให้องค์กรก้าวหน้าและประสบความสำเร็จ จากผลการวิจัยที่กล่าวข้างต้น เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สามารถอธิบายได้ว่า ในด้านนี้หากมีการจัดการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการบริหารค่าตอบแทน การจ้างงาน การรับฟังความคิดเห็น อัตราค่าจ้างที่เหมาะสม ระบบการสรรหาคัดเลือกที่เป็นธรรม ความสุข ความก้าวหน้าในสายอาชีพ การพัฒนาบุคคล และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ล้วนมีความสำคัญ และส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ด้านวัสดุและอุปกรณ์ มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อาจเป็นเพราะการบริหารงานด้านวัสดุและอุปกรณ์มีการเปิดเผยข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา มีการจัดทำแผนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ เพื่อให้วัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงานเพียงพอกับความต้องการ มีคุณภาพและความเหมาะสมแก่การทำงาน มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน สนับสนุนให้บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว รวมทั้งมีการรณรงค์ให้บุคลากรใช้วัสดุและอุปกรณ์อย่างประหยัด ประกอบกับค่านิยมสร้างสรรค์ขององค์กร กำหนดให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ คำนึงถึงความคุ้มค่า รวมไปถึงการเปิดโอกาสให้บุคลากรติดตามตรวจสอบแผนงานและโครงการต่าง ๆ เช่น การประกาศเปิดเผยกระบวนการจัดซื้อ จัดจ้าง เป็นไปอย่างถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการเปิดเผยราคากลางและการคำนวณราคากลางการจัดซื้อจัดจ้างตามกฎหมายของคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) และมีการเผยแพร่ข่าวสารการประกวดราคา ผ่านเว็บไซต์หน่วยงาน และเว็บไซต์ของกรมบัญชีกลาง ดังนั้น จึงทำให้ด้านวัสดุและอุปกรณ์ ส่งผลทำให้มีอิทธิพลต่อความผูกพัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวีรัช วิรัชนิภาวรรณ (2559) ที่ให้หลักแนวคิดว่าการบริหารจัดการคือการดำเนินงาน หรือการปฏิบัติใด ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ หรือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ (ถ้าเป็นหน่วยงานภาคเอกชน หมายถึง ของหน่วยงาน และ/หรือบุคคล) ที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของ และหน่วยงาน เช่น การบริหารคน (Man) การบริหารเงิน (Money) การบริหารวัสดุอุปกรณ์ (Material) การบริหารงานทั่วไป (Management) และแนวคิดของมัทนา วิไลลักษณ์ (2560) ที่ให้แนวคิดว่าการจัดการเป็นงานของผู้ดำเนินการในการจัดการให้เป็นระบบ ที่มีคนจำนวนมากทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน จนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์เดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ บุคคล การเงิน วัสดุ

อุปกรณ์ การจัดการ ปัจจัยการบริหารจัดการ ด้านวัสดุและอุปกรณ์ จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ และแนวคิดของพิสมัย เหล่าไทย (2560) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการเป็นแนวทางการดำเนินงาน ซึ่งได้แก่ บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า 4 M's เพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์

ด้านงบประมาณ ไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข อาจเป็นเพราะการบริหารจัดการด้านงบประมาณของหน่วยงาน เช่น จัดสรรงบประมาณในการจัดทำโครงการและกิจกรรม องค์กรมีการจัดทำงบประมาณเป็นไปตามระเบียบวิธีงบประมาณ การชี้แจงรายการบัญชีและสถานะทางการเงินให้ทราบผ่านการประชุม กระบวนการหรือขั้นตอนการเบิกจ่ายที่มีความชัดเจน สามารถตรวจสอบได้ เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ ซึ่งเป็นการดำเนินงานของหน่วยงาน และการดำเนินงานดังกล่าวไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันซึ่งการดำเนินการดังกล่าวของหน่วยงานอาจจะไม่ได้กระทบต่อตัวบุคลากรโดยตรง เช่น ถึงแม้จะจัดสรรงบประมาณมาน้อย ก็ใช้ในทางราชการ เรื่องการเบิกจ่ายก็เป็นไปตามระเบียบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การบริหารจัดการองค์กรควรให้ความสำคัญในด้านการจัดองค์กร โดยเฉพาะให้ความสำคัญกับการแจ้งเวียน ประกาศต่าง ๆ นโยบายของทางราชการ นโยบายการบริหารจัดการของกรมควบคุมโรค เป้าหมายของสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข กฎระเบียบข้อบังคับในการปฏิบัติงานให้กับบุคลากรทราบอย่างทั่วถึง ผู้นำองค์กรเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคลากร ปฏิบัติต่อบุคลากรอย่างเท่าเทียม เปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความเห็น ยึดมั่นให้ความถูกต้อง มีกิจกรรมร่วมกันภายในองค์กรตามความสำคัญและจำเป็น ด้านบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควรจะมีการวางแผนโครงสร้างอัตราากำลังที่เหมาะสม ชัดเจน มีแผนอัตรากำลัง การวางระบบการสรรหาคัดเลือกที่เป็นธรรม มีนโยบายพัฒนาความรู้ ความสามารถแก่บุคลากรอย่างต่อเนื่อง ให้ความสำคัญกับกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ยุติธรรม รวมถึงมีแผนเส้นทางก้าวหน้าในสายอาชีพ ในด้านวัสดุและอุปกรณ์ ควรจะแจ้งแผนการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ ครุภัณฑ์ ให้บุคลากรได้ทราบ แนวทางการดำเนินการเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ชำรุด สำรวจความต้องการวัสดุอุปกรณ์ ว่ามีความพร้อมเพียงพอหรือไม่ มีการให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อให้บุคลากรเกิดความผูกพันต่อองค์กร และควรศึกษาพัฒนาและบริหารจัดการปัจจัยดังกล่าวให้เพิ่มขึ้น หรือมีการรักษาปัจจัยด้านดังกล่าวให้คงที่ เพราะไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร ที่มีอิทธิต่อความผูกพันต่อองค์กรในสำนักงาน ป้องกันควบคุมโรคอื่น ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการศึกษาว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา
2. ควรจะมีการศึกษาความรู้ความเข้าใจของบุคลากรที่มีต่อการบริหารจัดการองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กร เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น
3. อาจศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ร่วมด้วย เช่น เพศ ช่วงยุคสมัย (Generation) ลักษณะงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน ค่าตอบแทน สภาพแวดล้อมในการทำงาน คุณลักษณะของคนปฏิบัติงานในหลาย ๆ ด้าน ความสุขในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงาน เพื่อจะได้ข้อมูลที่กว้างขวางและหลากหลายมากขึ้น
4. อาจจะมีการเพิ่มวิธีการวิจัยอื่น ๆ เช่นการทำวิจัยเชิงคุณภาพ หรือ การวิจัยแบบผสม (Mixed Method) การเก็บข้อมูลมีรายละเอียด มีเนื้อหาที่เพิ่มมากขึ้น โดยการเก็บข้อมูลอาจจะมีการรวบรวมเกี่ยวกับประสบการณ์ และแนวคิดส่วนบุคคลที่เป็นเชิงพรรณนา เจาะลึกและตรงประเด็นเพื่อให้เกิดความหลากหลายของข้อมูล ช่วยให้การแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลถูกต้องและครอบคลุมยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากบุคลากรสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8 จังหวัดอุดรธานี สังกัดกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารทรัพยากรบุคคล กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2565). ข้อมูลเกี่ยวกับกรมควบคุมโรค. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2565 จาก <https://ddc.moph.go.th/dhrm>.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- นาคยา แก้วพิภพ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของบุคลากรศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี. สืบค้นเมื่อ 23 มกราคม 2566 จาก <https://hpc.go.th/rcenter>.
- พิสมัย เหล่าไทย. (2560). ตัวแบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์กระดาษในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม.
- มีทนา วิไลลักษณ์. (2560). การจัดการองค์กรทางศิลปวัฒนธรรม กรณีศึกษา มูลนิธิศุภนิยาม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2559). แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ.

สืบค้นเมื่อ 6 เมษายน 2566 จาก <http://www.wiruch.com>.

ศิริรัตน์ ต้นไสว. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักงานป้องกัน

ควบคุมโรคที่ 2 จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการป้องกันควบคุมโรค สคร. 2 พิษณุโลก,

7(3), 1-16.

Hair, J.F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th ed.). New York: Pearson.

Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. New York: McGraw-Hill Book.

การพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง กรณีศึกษา สวนสัตว์อุบลราชธานี

Risk Management System Development A Case Study of Ubon Ratchathani Zoo

กมลชนก เจือจันทร์¹ ธารชуда พันธุ์นิกุล^{2*}

^{1,2}คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Kamolchanog Juajan¹ Thanchuda Phannikul^{2*}

^{1,2}Faculty of Engineering, Ubon Ratchathani University

*Corresponding Author E-mail: thanchuda.p@ubu.ac.th

(Received: July 3, 2023; Revised: September 13, 2023; Accepted: September 18, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการนำหลักการบริหารความเสี่ยงมาประยุกต์ใช้จริงกับหน่วยงานกรณีศึกษา คือ สวนสัตว์อุบลราชธานี ตามกรอบแนวคิด COSO ERM 2017 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุความเสี่ยงในองค์กร ประเมินระดับความเสี่ยง และจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยงเพื่อให้ความเสี่ยงต่าง ๆ มีระดับลดลงจนอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงของฝ่ายต่าง ๆ 6 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาสวนสัตว์ ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายบำรุงสัตว์ และฝ่ายอนุรักษ์วิจัยและสุขภาพสัตว์ โดยให้บุคลากรในแต่ละฝ่ายทำการระดมสมอง เพื่อระบุความเสี่ยงโดยวิเคราะห์แยกประเภทความเสี่ยงทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ

ผลการระบุความเสี่ยงในฝ่ายต่าง ๆ สรุปได้ว่าสวนสัตว์อุบลราชธานีมีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ จำนวน 12 ข้อ ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงานจำนวน 116 ข้อ ความเสี่ยงด้านการเงิน 4 ข้อ และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ จำนวน 6 ข้อ และจากการประเมินความเสี่ยง ดำเนินการทบทวนและเสนอแนวทางปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงแล้ว สรุปผลได้ดังต่อไปนี้ ความเสี่ยงในระดับสูงมาก จากเดิมจำนวน 28 ข้อ ลดลงเหลือ 4 ข้อ ความเสี่ยงระดับสูง จำนวน 65 ข้อ ลดลงเหลือ 11 ข้อ ความเสี่ยงปานกลางจากจำนวน 26 ข้อ เพิ่มขึ้นเป็น 54 ข้อ และความเสี่ยงต่ำจากจำนวน 19 ข้อ เพิ่มขึ้นเป็น 69 ข้อ เนื่องจากความเสี่ยงระดับสูงและสูงมาก ลดระดับลงมาอยู่ในระดับกลางและระดับต่ำแทน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ หากสวนสัตว์อุบลราชธานีต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยง ควรมีการทบทวน ปรับปรุง และพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงในความเสี่ยงที่เหลือ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการบริหารความเสี่ยงตามกรอบแนวคิด COSO ERM 2017 ต่อไป

คำสำคัญ: การบริหารความเสี่ยง, การควบคุมภายใน, สวนสัตว์, ซีโอเอสโอ, อีอาร์เอ็ม 2017

Abstract

This research project is practical apply of risk management to a case study organization, Ubon Ratchathani Zoo by following the COSO ERM 2017 conceptual framework. The objectives of this study were to identify risks within the organization, assess the risk levels, and establish a risk management plan so that various risks were reduced to an acceptable level. The study involved 6 departments including General Administration Department, Business Development and Public Relations Department, Zoo Development Department, Education Department, Animal Care Maintenance Department, and Department of Conservation Research and Animal Health. The analysis was conducted by categorizing all risks into 4 aspects: Strategic risk, Operational risk, Financial risk, and Compliance risk.

The results of the studies can be summarized as follows: 12 items of strategic risk, 116 items of operational risk, 4 items of financial risk, and 6 items of compliance risk. As a result of the risk assessment, a review has been carried out and recommendations have been made to improve and resolve risks. The results can be summarized as follows: There were 28 items at very high level, reduced to 4 items, and 65 items at high level, reduced to 11 items, medium level risks increase from 26 to 54 items and low-level increase from 19 to 69 items, which were in acceptable level. Therefore, if the Ubon Ratchathani Zoo desires to increase the efficiency of risk management across the organization, they should review, improve, and develop the risk management process in each of the remaining risk in order to conform to the COSO ERM 2017 conceptual framework.

Keywords: Risk Management, Internal Control, Zoo, COSO, ERM 2017

บทนำ

การบริหารความเสี่ยงเป็นหนึ่งในระบบงานที่สำคัญขององค์กรทุกประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกยุคแห่งความไม่แน่นอนดังเช่นในปัจจุบัน องค์กรทั่วโลกส่วนใหญ่ได้ใช้กรอบการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission หรือ COSO ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของหน่วยงานสำคัญด้านการบัญชีและการตรวจสอบของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ถือเป็นประเทศต้นแบบของระบบการเงินและบัญชีที่ทั่วโลกใช้อยู่ในปัจจุบัน COSO เป็นเครื่องมือที่สำนักงาน

คณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ นำมาใช้และประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจในการบริหารจัดการองค์กรที่ดี (Good Governance) สวนสัตว์อุบลราชธานี ในฐานะหน่วยงานในสังกัดองค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทย ถือเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งที่ต้องดำเนินการตามหลักการบริหารจัดการองค์กรดังกล่าว ประกอบกับสถานการณ์โควิด-19 ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ในขณะที่ยังคงมีรายจ่ายในการเลี้ยงดูสัตว์อยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องเร่งฟื้นฟูสภาพคล่องของสวนสัตว์ นอกจากนี้สวนสัตว์ยังถือเป็นสถานที่สำคัญที่มีผู้เดินทางมาเยี่ยมชมจำนวนมาก จึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของทั้งนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ และสัตว์ที่อยู่ในสวนสัตว์ ทางสวนสัตว์อุบลราชธานี จึงได้นำหลักการบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายในตามหลัก COSO มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยง อุปสรรค และ สถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งจะให้องค์กรไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้ การนำระบบบริหารความเสี่ยงมาใช้ในองค์กรนั้นยังส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นในการดำเนินงาน สามารถพัฒนาองค์กรเข้าสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มระดับการประเมินผลขององค์การสวนสัตว์แห่งประเทศไทยในภาพรวม สอดคล้องกับนโยบายขององค์การสวนสัตว์ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) กำหนด นอกจากนี้ยังเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาระบบมาตรฐานคุณภาพ ISO 9001: 2015 และดำเนินการเพื่อเข้าสู่ระบบมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 14001: 2015 ซึ่งปัจจุบันสวนสัตว์อุบลราชธานี มีการบริหารความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO 2013 ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ 17 หลักการ จึงต้องมีการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง ให้เป็นไปตามแนวทางของ COSO ใหม่ที่ปรับปรุงในปี 2017 ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ 20 หลักการ และจากงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่มีตัวอย่างการนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานสวนสัตว์มาก่อน งานวิจัยนี้จึงได้นำเสนอการประยุกต์ใช้การบริหารความเสี่ยงกับองค์กรสวนสัตว์ ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานต่างจากองค์กรต่าง ๆ ทั่วไป เพราะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับทั้งคน สัตว์ และพืช จึงนับเป็นการประยุกต์ใช้การบริหารความเสี่ยงในองค์กรที่น่าสนใจและท้าทายเป็นอย่างยิ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระบบบริหารความเสี่ยงและประยุกต์ใช้กับองค์กรสวนสัตว์อุบลราชธานี
2. เพื่อระบุและประเมินระดับความเสี่ยงของฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร
3. เพื่อจัดทำแผนบริหารจัดการความเสี่ยง
4. เพื่อเปรียบเทียบระดับความเสี่ยงก่อนและหลังการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง

กรอบแนวคิดการวิจัย

หลักการบริหารความเสี่ยงองค์กรของ COSO ERM 2017

ความเสี่ยง หมายถึง ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น และส่งผลกระทบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เช่น มีคู่แข่งรายใหม่ เทคโนโลยีล้ำสมัย สินค้าไม่ตรงความต้องการของลูกค้า ผู้บริหารทุจริต เป็นต้น COSO ERM 2017 ได้สร้างค่านิยมของการบริหารความเสี่ยงองค์กรขึ้นมาใหม่ ทำให้ความหมายมีความชัดเจนและสามารถจดจำได้ง่ายขึ้น ความหมายที่ปรับปรุงแล้วจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับความหมายของความเสี่ยงเพื่อเพิ่มคุณค่าองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการจัดการความเสี่ยง (จุฑามาน สิทธิผลวนิชกุล, 2561)

กรอบการบริหารความเสี่ยงตามหลักเกณฑ์ COSO ERM 2017 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) มีพื้นฐานแนวคิดการบริหารความเสี่ยง คือ

1. การบริหารความเสี่ยงเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
2. เป็นหน้าที่ของบุคลากรทุกคนทั้งฝ่ายบริหารและผู้ปฏิบัติงาน
3. มุ่งเน้นการระบุและประเมินความเสี่ยงในกระบวนการกำหนดกลยุทธ์
4. ระบุเหตุการณ์ที่สำคัญที่จะกระทบต่อเป้าหมายขององค์กรและจัดการให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้
5. ช่วยให้ฝ่ายบริหารมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์องค์กรที่ตั้งไว้ได้

กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กรตามแนวคิดของ COSO ฉบับปรับปรุงใหม่ COSO ERM 2017 ประกอบด้วยหลักการสำคัญ 5 หลักการ และมี 20 องค์ประกอบย่อยที่สัมพันธ์กัน เพื่อให้เกิดการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร กรอบการบริหารความเสี่ยงองค์กร COSO ERM 2017 มีดังนี้

หลักการสำคัญที่ 1 การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กร (Governance and Culture)

การกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กรเป็นพื้นฐานขององค์ประกอบทั้งหมดในการบริหารความเสี่ยงเนื่องจาก การกำกับดูแลกิจการจะเป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางขององค์กรในการให้ความสำคัญ และสร้างความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง และวัฒนธรรมองค์กรจะเกี่ยวข้องกับค่านิยม ทางจริยธรรม พฤติกรรมที่พึงประสงค์และความเข้าใจเกี่ยวกับความเสี่ยงขององค์กร ซึ่งจะสะท้อนผ่านการตัดสินใจต่าง ๆ COSO ถือว่าการกำกับดูแลกิจการและวัฒนธรรมองค์กรเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่ง เป็นองค์ประกอบพื้นฐานหลักให้องค์ประกอบอื่น ๆ เกิดขึ้นเสมือนเป็นรากฐานสำคัญให้เกิดการบริหารความเสี่ยงขึ้นในองค์กร มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. จัดตั้งคณะกรรมการดูแลความเสี่ยง
2. จัดตั้งโครงสร้างการดำเนินงาน
3. ระบุวัฒนธรรมองค์กรที่ต้องการ
4. แสดงความมุ่งมั่นในค่านิยมหลัก
5. จูงใจ พัฒนา และรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ

หลักการสำคัญที่ 2 กลยุทธ์และการกำหนดวัตถุประสงค์ (Strategy and Objective Setting)

การบริหารความเสี่ยงสามารถบูรณาการเข้ากับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรได้ผ่านกระบวนการ กำหนด กลยุทธ์และวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยองค์กรควรกำหนดความเสี่ยงที่ยอมรับได้ให้สอดคล้องกับการกำหนด กลยุทธ์ นอกจากนั้นวัตถุประสงค์ทางธุรกิจจะเป็นสิ่งที่กำหนดแนวทางปฏิบัติตามกลยุทธ์รวมถึงการดำเนินงาน ทั่วไปและปัจจัยที่องค์กรให้ความสำคัญและจะเป็นพื้นฐาน ในการระบุ ประเมิน และการตอบสนองต่อความเสี่ยง หลักการสำคัญที่ 2 กลยุทธ์และการกำหนดวัตถุประสงค์ มี 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. วิเคราะห์ธุรกิจ
2. ระบุความเสี่ยงที่ยอมรับได้
3. ประเมินกลยุทธ์
4. กำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

หลักการสำคัญที่ 3 ผลการดำเนินงาน (Performance)

เริ่มจากการระบุและประเมินความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการบรรลุกลยุทธ์และ วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ โดยจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงตามโอกาสและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และ พิจารณาความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ จากนั้นองค์กรจะเลือกตอบสนองต่อความเสี่ยงด้วยวิธีต่าง ๆ รวมถึง พิจารณาปริมาณความเสี่ยงในภาพรวมและตรวจสอบผลการดำเนินงานเพื่อเปลี่ยนแปลงแก้ไข ซึ่งจะพัฒนา มุมมองในภาพรวมเกี่ยวกับปริมาณความเสี่ยงที่องค์กรอาจเผชิญในการบรรลุเป้าหมายกลยุทธ์และวัตถุประสงค์ ทางธุรกิจในระดับองค์กร มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ระบุความเสี่ยง
2. ประเมินความรุนแรงของความเสี่ยง
3. จัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยง
4. ดำเนินการตอบสนองต่อความเสี่ยง
5. พัฒนารอบความเสี่ยงในภาพรวม

หลักการสำคัญที่ 4 การทบทวนและปรับปรุงแก้ไข (Review and Revision)

องค์กรควรพิจารณากระบวนการบริหารความเสี่ยงอยู่เป็นระยะ โดยทบทวนความสามารถและแนวทางการบริหารความเสี่ยง ผู้บริหารควรพิจารณาความสามารถและการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรว่าเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรมากน้อยเพียงใดและมีสิ่งใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรได้แม้ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่าง ๆ มี 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ประเมินการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ
2. ทบทวนความเสี่ยงและผลการดำเนินงาน
3. มุ่งมั่นปรับปรุงการบริหารความเสี่ยงองค์กร

หลักการสำคัญที่ 5 สารสนเทศการสื่อสารและการรายงาน (Information, Communication, and Reporting)

การสื่อสารเป็นกระบวนการต่อเนื่องในการรวบรวมข้อมูล และแบ่งปันข้อมูลที่จำเป็นจากทั่วทั้งองค์กร ผู้บริหารใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งจากแหล่งภายในและภายนอก ซึ่งข้อมูลสารสนเทศดังกล่าวจะมาจากทั้งผู้บริหารและพนักงานในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อสนับสนุนการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร โดยองค์กรจะใช้ประโยชน์จากระบบข้อมูล เพื่อรวบรวม ประมวลผลและจัดการข้อมูลต่าง ๆ ที่สัมพันธ์ กับการบริหารความเสี่ยง จากนั้นองค์กรจึงรายงานข้อมูลความเสี่ยง วัฒนธรรมองค์กร และผลการดำเนินการได้มี 3 องค์ประกอบดังนี้

1. ยกระดับระบบสารสนเทศ
2. สื่อสารข้อมูลความเสี่ยง
3. รายงานผลความเสี่ยง วัฒนธรรม และผลการดำเนินงาน

ประเภทความเสี่ยงตามแนวทางของ COSO ERM 2017 จำแนกได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (Strategic Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านนโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ขององค์กร
2. ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน (Operational Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับระบบขององค์กร ขั้นตอนการปฏิบัติงาน กระบวนการ บุคลากร และเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจ
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน (Financial Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและขั้นตอนการปฏิบัติด้านการเงิน การลงทุน สภาพคล่อง และระบบการบริหารการเงิน
4. ความเสี่ยงด้านกฎระเบียบ (Compliance Risk) หมายถึง ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกฎหมาย หรือกฎระเบียบ ข้อบังคับและข้อกำหนดของทางการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมาน อัครภูมิ (2558) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงว่าความเสี่ยงเป็นปัจจัยคุกคามที่สร้างปัญหาให้กับการดำเนินงานในทุกองค์กรได้ โดยเฉพาะการดำเนินงานในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างในปัจจุบัน หากองค์กรไม่กล้าเผชิญกับความเสี่ยง ไม่มีแผนรองรับและบริหารงานแบบเดิม ก็อาจจะนำไปสู่ปัญหาการล่มสลายขององค์กรได้ในที่สุด ดังนั้นผู้บริหารทุกองค์กรจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง เช่นเดียวกับ ปฏิภาณ แซ่หลิม (2558) ก็ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากกว่า 10 งานวิจัย และได้ผลสรุปว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดของการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงองค์กรมาใช้ คือ บทบาทของผู้บริหารระดับสูงขององค์กรนั่นเอง เนื่องจากระบบบริหารความเสี่ยงต่าง ๆ เช่น ISO 31000 และ COSO-ERM ไม่ได้มีการระบุว่าจะทำอย่างไรจึงสามารถพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ หาก แต่ละองค์กรต้องมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและนำมาปรับใช้ให้เหมาะกับองค์กรของตนเอง

ปิยะนุช แสงสาย และอภิธา สุทธิสานนท์ (2559) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการดำเนินงานด้านระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ของ 6 หน่วยงานราชการในกระทรวงศึกษาธิการ โดยอ้างอิงข้อมูลจากกรอบของคณะกรรมการจัดการความเสี่ยงในองค์กร (COSO) และกรอบวิธีปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงและควบคุมเทคโนโลยีสารสนเทศ (COBIT) เพื่อเพิ่มระดับการควบคุมภายในองค์กรให้เหมาะสม ผลการวิเคราะห์ของกรอบวิธีปฏิบัติ COSO แสดงให้เห็นว่าการประเมินความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุด ในระหว่างที่ผลการวิเคราะห์ของกรอบวิธีปฏิบัติ COBIT พบว่าการวางแผนและการจัดการองค์กรมีค่าเฉลี่ยรวมสูงที่สุด การทดสอบสมมติฐานได้พบว่าลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความเสี่ยงในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ของระบบงานสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มนชัย สุตจิตร (2559) ได้ทำการศึกษาเพื่อหาแนวทางการนำระบบการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์การ (ERM) มาใช้ร่วมกับการดำเนินงานการบริหารคุณภาพภาครัฐ (PMQA) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ERM สามารถนำมาสนับสนุน และดำเนินงานในลักษณะบูรณาการร่วมกับการทำ PMQA ได้ และจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารราชการแผ่นดินภาพรวมให้ดีขึ้นได้อีกด้วย

ลลิตา หงษ์รัตนวงศ์ (2557) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบแบบจำลองมูลค่าความเสี่ยงในการบริหารความเสี่ยงด้านตลาด หรือ ความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ที่ใช้ในการลงทุน เช่น ความแปรปรวนของผลตอบแทน แบบจำลองข้อมูลในอดีต และแบบจำลองมอนติคาร์โล ผู้บริหารแต่ละองค์กรสามารถใช้มูลค่าความเสี่ยงเป็นเครื่องมือในการลงทุนได้ แต่อย่างไรก็ตามแบบจำลองแต่ละแบบนั้นมีทั้งข้อดี และข้อเสียแตกต่างกันไป ผู้ที่นำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจจึงต้องระวังในการเลือกใช้ด้วย

จากงานวิจัยต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า การบริหารความเสี่ยงนั้น เป็นหลักการที่เป็นที่น่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับว่าสามารถช่วยลดและจัดการความเสี่ยงได้จริง นับเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถช่วยในการบริหารงานของ

องค์กรไม่ว่าจะเป็นภาครัฐกิจ หรืออุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน โดยปัจจัยสำคัญที่สุดคือ ผู้บริหาร ต้องให้ความสำคัญกับการนำระบบมาใช้ ซึ่งทางหน่วยงานต้นสังกัดและผู้บริหารของสวนสัตว์อุบลราชธานีเองได้มีนโยบายในการนำระบบ COSO ERM 2017 มาใช้ในองค์กร เพื่อช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต งานวิจัยนี้จึงได้นำเสนอขั้นตอน วิธีการประยุกต์ใช้ รวมไปถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการนำระบบบริหารความเสี่ยงมาใช้ในสวนสัตว์ โดยคาดหวังให้บุคลากรในองค์กรเข้าใจหลักการและกระบวนการบริหารความเสี่ยง และสามารถปฏิบัติจริงได้ เป็นแนวทางในการจัดการกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และเป็นตัวอย่างกรณีศึกษาให้กับองค์กรอื่น ๆ ที่ต้องการจัดทำระบบบริหารความเสี่ยงต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การนำระบบบริหารความเสี่ยงตามหลักการของ COSO ERM 2017 มาใช้ในองค์กรนั้น จะเริ่มตั้งแต่การแต่งตั้งคณะทำงานจากฝ่ายต่าง ๆ ทั้ง 6 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์ ฝ่ายพัฒนาสวนสัตว์ ฝ่ายการศึกษา ฝ่ายบำรุงสัตว์ และฝ่ายอนุรักษ์วิจัยและสุขภาพสัตว์ ฝ่ายละ 2 คน ได้แก่ หัวหน้าฝ่าย 1 คน รวมกับตัวแทนฝ่ายอีก 1 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน และแต่งตั้งเป็นคณะทำงานด้านการบริหารความเสี่ยง โดยกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบตามโครงสร้างบริหารความเสี่ยงของสวนสัตว์อุบลราชธานี จากนั้นจึงให้คณะทำงานร่วมกับผู้ปฏิบัติงานในแต่ละฝ่ายทำการระดมสมอง (Brainstorm) ในการช่วยกันระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในฝ่ายของตนเอง โดยแยกตามประเภทความเสี่ยงทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินงาน ด้านการเงิน และด้านกฎระเบียบ โดยมีการระบุแหล่งที่มาของความเสี่ยง ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก การวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร

เมื่อสรุปหัวข้อความเสี่ยงของแต่ละฝ่ายได้แล้ว จึงระดมสมองอีกครั้งเพื่อประเมินระดับคะแนนความเสี่ยง โดยคะแนนความเสี่ยงเกิดจากผลคูณของระดับโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และ ความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง (Impact) ดังสูตร

ระดับคะแนนความเสี่ยง = โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง x ความรุนแรงของผลกระทบจากความเสี่ยง

ซึ่งแต่ละปัจจัยในการประเมินนั้นจะกำหนดระดับตัวเลขอยู่ระหว่าง 1- 5 โดยอ้างอิงเกณฑ์จากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (2565) โดยการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) นั้น ประเมินจากเกณฑ์ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เกณฑ์การประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood)

คะแนน	ระดับ	คำอธิบาย
1	ต่ำมาก	ไม่มีโอกาสเกิดขึ้นหรือมีเพียงเล็กน้อย (มากกว่า 5 ปีต่อครั้ง)
2	ต่ำ	มีโอกาสดังกล่าว ๑ ครั้ง (2 – 4 ปีต่อครั้ง)
3	ปานกลาง	มีโอกาสดังกล่าวได้บางครั้ง (1 ปีต่อครั้ง)
4	สูง	มีโอกาสดังกล่าวค่อนข้างสูงหรือบ่อยครั้ง (1 – 6 เดือนต่อครั้ง)
5	สูงมาก	มีโอกาสดังกล่าวเป็นประจำ (มากกว่า 1 ครั้งต่อเดือน)

ที่มา: (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

ส่วนเกณฑ์การประเมินความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) ก็จะกำหนดช่วงคะแนนอยู่ระหว่าง 1-5 เช่นกัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เกณฑ์การประเมินความรุนแรงของผลกระทบ (Impact)

คะแนน	ระดับ	คำอธิบาย
1	ต่ำมาก	มีผลกระทบในการปฏิบัติงานหรือวัตถุประสงค์เพียงเล็กน้อย มีการสูญเสียทรัพย์สินไม่เกิน 1 หมื่นบาท มีการบาดเจ็บเล็กน้อยหรือไม่มีการบาดเจ็บ
2	ต่ำ	มีผลกระทบในการปฏิบัติงานหรือวัตถุประสงค์อยู่บ้าง มีการสูญเสียทรัพย์สิน 1 - 5 หมื่นบาท มีการบาดเจ็บจนต้องปฐมพยาบาลแต่ปฏิบัติงานต่อได้
3	ปานกลาง	มีผลกระทบในการปฏิบัติงานหรือวัตถุประสงค์พอสมควร มีการสูญเสียทรัพย์สินมากกว่า 5 หมื่น - 2.5 แสนบาท มีการบาดเจ็บค่อนข้างรุนแรง ต้องพักงาน 1-3 วัน
4	สูง	มีผลกระทบในการปฏิบัติงานหรือวัตถุประสงค์ค่อนข้างรุนแรง มีการสูญเสียทรัพย์สิน 2.5 แสน - 10 ล้านบาท มีการบาดเจ็บสาหัสถึงขั้นหยุดงานมากกว่า 3 วัน
5	สูงมาก	มีผลกระทบในการปฏิบัติงานหรือวัตถุประสงค์เป็นอย่างยิ่ง มีการสูญเสียทรัพย์สินมากกว่า 10 ล้านบาท มีการบาดเจ็บถึงเสียชีวิต

ที่มา: (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

เมื่อพิจารณาคะแนนโอกาสความถี่ที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) ของแต่ละความเสี่ยงแล้ว ให้นำตัวเลขที่ได้ทั้ง 2 ตัว มาคูณกัน ซึ่งจะได้ค่าระดับคะแนนความเสี่ยง (Degree of Risk) อยู่ระหว่าง 1 - 25 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 คะแนนระดับความเสี่ยง (Degree of Risk)

Risk Assessment Matrix			โอกาสในการเกิด (Likelihood)				
			น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
			1	2	3	4	5
ความรุนแรง (Impact)	สูงมาก	5	5	10	15	20	25
	สูง	4	4	8	12	16	20
	ปานกลาง	3	3	6	9	12	15
	น้อย	2	2	4	6	8	10
	น้อยมาก	1	1	2	3	4	5

ที่มา: (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2551)

จากคะแนนระดับความเสี่ยงตั้งแต่ 1 -25 คะแนนนี้ จะทำการแบ่งระดับความเสี่ยงออกเป็น 4 ระดับ โดยแต่ละระดับจะมีมาตรการในการจัดการความเสี่ยง หรือการยอมรับความเสี่ยงแตกต่างกันออกไป ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การแบ่งระดับความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยง	คะแนน	คำอธิบาย
สูงมาก	16 - 25	อยู่ในระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ จำเป็นต้องเร่งจัดการความเสี่ยงให้ลดลงโดยมีมาตรการลดความเสี่ยง ประเมินซ้ำ หรือถ่ายโอนความเสี่ยง
สูง	10 - 15	อยู่ในระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ ต้องจัดการความเสี่ยงโดยมีมาตรการลด หรือกำจัดความเสี่ยง
ปานกลาง	5 - 9	อยู่ในระดับที่ยอมรับได้แต่ยังต้องควบคุมโดยต้องมีมาตรการควบคุมความเสี่ยง
ต่ำ	1 - 4	อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แต่ยังต้องควบคุมหรือป้องกันไม่ให้เกิดความเสี่ยง

ที่มา: (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2551)

จะเห็นได้ว่าความเสี่ยงที่องค์กรยอมรับได้ คือ ความเสี่ยงที่อยู่ในระดับต่ำและระดับปานกลาง หรือมีค่าคะแนนความเสี่ยงไม่เกิน 9 คะแนน นั่นเอง

ภายหลังจากการประเมินระดับความเสี่ยงแล้ว จะต้องพิจารณาหามาตรการเพื่อลดความเสี่ยงให้ลดลงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ โดยวิธีจัดการความเสี่ยงของ COSO (จุฑามณ สิทธิพลนิชกุล, 2561) และหลักสากลนั้นสามารถแบ่งได้ดังนี้

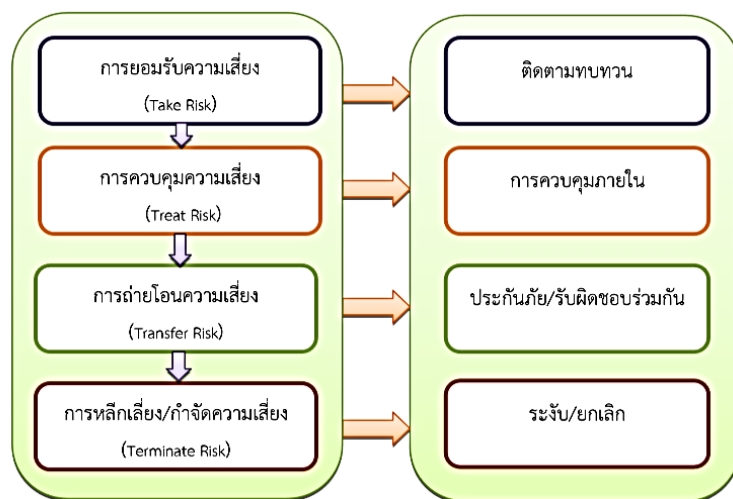
1. Take การยอมรับความเสี่ยง (Risk Acceptance) คือ การวิเคราะห์แล้วเห็นว่าไม่มีวิธีการจัดการความเสี่ยงใดเลยที่เหมาะสมเนื่องจากต้นทุนการจัดการความเสี่ยงสูงกว่าประโยชน์ที่ได้รับ อาจต้องยอมรับความเสี่ยง แต่ควรมีมาตรการติดตามอย่างใกล้ชิดเพื่อรองรับผลที่จะเกิดขึ้น

2. Treat การลด/ควบคุมความเสี่ยง (Risk Reduction) คือ การควบคุมความเสี่ยงหรือหาวิธีการควบคุมเพิ่มเติม เพื่อลดความรุนแรงหรือความเสียหายของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคตให้อยู่ในระดับที่องค์กรยอมรับได้ เช่น ใช้เทคนิควิชาการทางวิศวกรรมหรือการจัดการ มีการจัดทำแผนฉุกเฉิน มีการปรับปรุง แก้ไขกระบวนการดำเนินงาน หรือการควบคุมภายใน

3. Terminate การหลีกเลี่ยง/กำจัดความเสี่ยง (Risk Avoidance) คือ การกำจัดความเสี่ยงหรือหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับความเสี่ยงนั้น โดยการหยุด ยกเลิกและเปลี่ยนแปลงกิจกรรมที่จะนำไปสู่เหตุการณ์ที่เป็นความเสี่ยง

4. Transfer การกระจาย /โอนความเสี่ยง (Risk Sharing) คือ การถ่ายโอนความเสี่ยงหรือ โอนย้ายความเสี่ยงให้ผู้อื่นรับผิดชอบแทน เช่น การทำประกันภัยหรือการจ้างบุคคลภายนอกเป็นผู้ดำเนินการแทน เป็นต้น

วิธีการจัดการความเสี่ยง ตามหลักการ 4T แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 วิธีจัดการความเสี่ยงตามหลัก 4T

ที่มา: (จุฑามณ สิทธิพลนิชกุล, 2561)

หลังจากประเมินความเสี่ยงขององค์กรแล้วจึงให้แต่ละส่วนงานจัดทำแผนเพื่อลดความเสี่ยง เสนอต่อผู้บังคับบัญชา เมื่อผู้บังคับบัญชาอนุมัติแผนแล้ว ให้คณะทำงานดำเนินการตามกิจกรรมและมาตรการที่ระบุในแผนบริหารจัดการความเสี่ยง โดยจะต้องมีการรายงานและติดตามผลเป็นระยะ ตามแบบฟอร์มที่กำหนด จากนั้นทำการประเมินความเสี่ยงซ้ำอีกครั้งหนึ่งเพื่อสำรวจว่ายังหลงเหลือความเสี่ยงใดอยู่ในระดับที่ยอมรับไม่ได้หรือไม่

ผลการวิจัย

จากการดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงของฝ่ายต่าง ๆ สรุปได้ดังต่อไปนี้ สวนสัตว์อุบลราชธานี มีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ จำนวน 12 ข้อ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน จำนวน 116 ข้อ ความเสี่ยงด้านการเงิน 4 ข้อ และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ จำนวน 6 ข้อ รวมจำนวนความเสี่ยงทั้งสิ้น 138 ข้อ ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประเภทความเสี่ยงของสวนสัตว์อุบลราชธานี

ฝ่าย	ประเภทความเสี่ยง				รวม (ข้อ)
	ด้าน กลยุทธ์	ด้านการ ดำเนินงาน	ด้าน การเงิน	ด้าน กฎระเบียบ	
ฝ่ายบริหารงานทั่วไป	1	12	0	2	15
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์	4	18	2	1	25
ฝ่ายพัฒนาสวนสัตว์	1	6	1	2	10
ฝ่ายการศึกษา	0	26	0	0	26
ฝ่ายบำรุงสัตว์	1	10	1	1	13
ฝ่ายอนุรักษ์วิจัยและสุขภาพสัตว์	5	44	0	0	49
รวม (ข้อ)	12	116	4	6	138

จากความเสี่ยงทั้ง 138 ข้อ ผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละความเสี่ยงได้ทำการระดมสมองและประเมินความเสี่ยงโดยการให้คะแนนความรุนแรง (Impact) ตั้งแต่รุนแรงน้อยมาก 1 คะแนน ไปจนถึงรุนแรงสูงมาก 5 คะแนน และโอกาสในการเกิด (Likelihood) ตั้งแต่ มีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อยมาก 1 คะแนน ไปจนถึงมีโอกาสดังกล่าวเกิดขึ้นได้บ่อยมาก 5 คะแนน คะแนนระดับความเสี่ยงคือคะแนนความรุนแรงคูณกับโอกาสในการเกิด (Impact × Likelihood) โดยคะแนนประเมินความเสี่ยงของฝ่ายต่าง ๆ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ระดับความเสี่ยงของสวนสัตว์อุบลราชธานี

ฝ่าย	ระดับความเสี่ยง				รวม (ข้อ)
	สูงมาก	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	
ฝ่ายบริหารงานทั่วไป	4	6	3	2	15
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและประชาสัมพันธ์	8	5	3	9	25
ฝ่ายพัฒนาสวนสัตว์	2	1	4	3	10
ฝ่ายการศึกษา	0	1	24	1	26
ฝ่ายบำรุงสัตว์	1	0	6	6	13
ฝ่ายอนุรักษ์วิจัยและสุขภาพสัตว์	4	15	25	5	49
รวม (ข้อ)	28	65	26	19	138

จากตารางที่ 5 และ 6 นั้นเราจะเห็นได้ว่าความเสี่ยงส่วนใหญ่แล้วเป็นความเสี่ยงด้านการดำเนินงานและฝ่ายที่มีจำนวนความเสี่ยงสูงที่สุด คือ ฝ่ายอนุรักษ์วิจัยและสุขภาพสัตว์

อนึ่งในการเลือกวิธีการจัดการความเสี่ยงนั้น ไม่มีกฎตายตัวว่าความเสี่ยงใดต้องเลือกใช้วิธีการจัดการแบบใด แต่ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพิจารณาเลือกวิธีการจัดการความเสี่ยงโดยคำนึงถึง ความจำเป็น ความสามารถในการปฏิบัติได้จริง รวมทั้งต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าในด้านค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ต้องใช้ลงทุนในการดำเนินมาตรการหรือแผนปฏิบัติการนั้นด้วย

โดยทางทีมบริหารความเสี่ยงได้จัดทำแผนบริหารความเสี่ยง นำเสนอแผนต่อผู้บริหาร ดำเนินการตามแผน ติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ทั้งรายเดือน รายไตรมาส และรายปี มีการกำหนดแบบฟอร์มผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาติดตามผลไว้อย่างชัดเจนในทุกความเสี่ยง แต่เนื่องจากความเสี่ยงขององค์กรมีเป็นจำนวนมากถึง 138 ความเสี่ยง ทางผู้วิจัยจึงจะขอยกตัวอย่างความเสี่ยงเพียงบางส่วนที่น่าสนใจ เพื่อให้เห็นถึงวิธีประเมินความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยงต่าง ๆ ของแต่ละฝ่าย ดังแสดงใน ตารางที่ 7

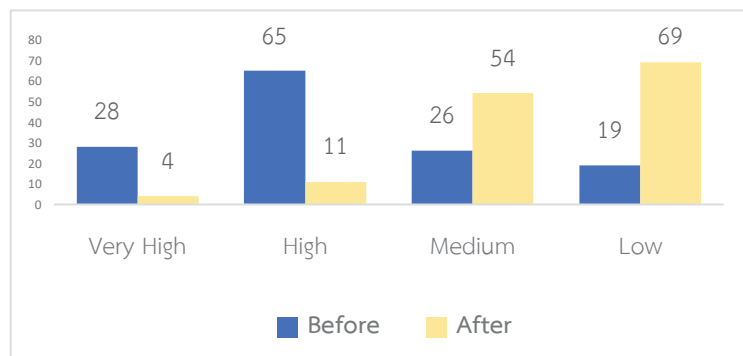
ตารางที่ 7 ตัวอย่างแผนการบริหารความเสี่ยงของสวนสัตว์อุบลราชธานี

ความเสี่ยง	ประเมินความเสี่ยง			การจัดการ ความเสี่ยง	แผนบริหารความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
	โอกาส	ความรุนแรง	ผลคูณ			
ยอดผู้ซื้อบัตรเข้าชมไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	3	4	12 (สูง)	ควบคุม ความเสี่ยง	วางแผนจัดกิจกรรมตามเทศกาล ตลอดทั้งปี	ฝ่ายพัฒนา ธุรกิจ/ฝ่าย การศึกษา

ความเสี่ยง	ประเมินความเสี่ยง			การจัดการ ความเสี่ยง	แผนบริหารความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
	โอกาส	ความ รุนแรง	ผลคูณ			
					▪ จัดทำแผนการเพิ่มรายได้เพิ่ม/ พันธมิตร/ผลิตภัณฑ์ใหม่/ โปรโมชั่น ▪ มีการสรุปประเมินผลกิจกรรมต่าง ๆ ▪ จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ ▪ ทำความร่วมมือกับโรงเรียนเพื่อนำนักเรียนมาทัศนศึกษา	
ความไม่ปลอดภัยของผู้มาใช้บริการ พนักงาน หรือ สัตว์	2	3	6 (ปานกลาง)	ควบคุมความเสี่ยง	▪ กำหนดมาตรการเพื่อรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน ▪ ติดตั้งป้ายเตือนตามจุดเสี่ยง ▪ จัดอบรมการปฐมพยาบาล การดับเพลิง และกฎจราจรให้กับเจ้าหน้าที่ ▪ จัดทำคู่มือปฏิบัติงาน ▪ จัดทำแผนป้องกันโรคระบาดสัตว์/ หลุด ▪ ตรวจสอบ กรง อุปกรณ์ เครื่องเล่น ก่อนเปิดให้บริการ	ฝ่ายพัฒนาสวนสัตว์/ ฝ่ายบำรุงสัตว์
การติดตั้งระบบ E – Ticket ไม่แล้วเสร็จ	2	2	4 (ต่ำ)	ถ่ายโอนความเสี่ยง	▪ ทำสัญญาจ้างเหมากับผู้ติดตั้งระบบและติดตามผลเป็นระยะ	ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ
การเบิกจ่ายงบประมาณไม่เป็นไปตามแผน	2	3	6 (ปานกลาง)	การควบคุมความเสี่ยง	▪ จัดตั้งคณะกรรมการดูแลการใช้งบประมาณ ▪ กำหนดแผนการใช้งบประมาณรายเดือน	ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
พนักงานไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและระเบียบขององค์การสวนสัตว์	2	2	4 (ต่ำ)	การควบคุมความเสี่ยง	▪ เผยแพร่กฎข้อบังคับที่จำเป็นให้พนักงานทุกคนทราบ ▪ อบรมการปฏิบัติตามกฎระเบียบ	ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

ความเสี่ยง	ประเมินความเสี่ยง			การจัดการ ความเสี่ยง	แผนบริหารความเสี่ยง	ผู้รับผิดชอบ
	โอกาส	ความ รุนแรง	ผลคูณ			
					สร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบผ่านการรณรงค์และกิจกรรมภายในองค์กร	
งบประมาณไม่ได้รับการอนุมัติ	1	1	1 (ต่ำ)	การยอมรับความเสี่ยง	ยอมไม่ดำเนินการตามแผนที่ไม่มีงบประมาณ และตั้งงบประมาณในปีถัดไปแทน	ฝ่ายพัฒนา สวนสัตว์
พืชที่ศึกษาไม่มีความสมบูรณ์เพียงพอ	5	2	10 (สูง)	การยอมรับความเสี่ยง	ปรับแผนการศึกษาให้เหมาะสมต่อไป	ฝ่ายอนุรักษ์ วิจัย ฯ

จากการดำเนินการปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงฝ่ายต่าง ๆ พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นความเสี่ยงที่เลือกการจัดการแบบควบคุมความเสี่ยง (Treat) มีการจัดการแบบถ่ายโอนความเสี่ยง (Transfer) และยอมรับความเสี่ยง (Take) เพียงเล็กน้อย และไม่มีความเสี่ยงใดเลยที่เลือกจัดการความเสี่ยงแบบหยุดการดำเนินงาน (Terminate) จากนั้นจึงทำการประเมินซ้ำอีกครั้ง ทำให้คะแนนความเสี่ยงระดับสูงมากเหลือ 4 ข้อจากเดิม 28 ข้อ ความเสี่ยงระดับสูงเหลือ 11 ข้อจากเดิม 65 ข้อ ความเสี่ยงระดับปานกลางเพิ่มเป็น 54 ข้อจากเดิม 26 ข้อ และความเสี่ยงระดับต่ำเพิ่มเป็น 69 ข้อ จากเดิม 19 ข้อ ดังภาพที่ 2 ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเสี่ยงโดยรวมขององค์กรเปลี่ยนจากความเสี่ยงในระดับสูงมาก-สูง มาเป็นระดับปานกลาง-ต่ำ ซึ่งถือเป็นระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ทุกความเสี่ยงยังควรต้องมีมาตรการในการดูแลและตรวจสอบ รวมทั้งมีการประเมินความเสี่ยงใหม่อย่างสม่ำเสมอ



ภาพที่ 2 เปรียบเทียบจำนวนข้อความเสี่ยงในระดับต่าง ๆ ก่อนและหลังการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้นำหลักการบริหารความเสี่ยงตามกรอบแนวคิด COSO ERM 2017 มาประยุกต์ใช้ในส่วนสัตรูบลราชธานี โดยได้ทำการวิเคราะห์ความเสี่ยงฝ่ายต่าง ๆ รวม 6 ฝ่าย โดยทำการวิเคราะห์และแยกประเภทความเสี่ยงทั้งหมด 4 ด้าน คือ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ผลการศึกษาความเสี่ยงฝ่ายต่าง ๆ สรุปได้ว่า ส่วนสัตรูบลราชธานี มีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ จำนวน 12 ข้อ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงานจำนวน 116 ข้อ ความเสี่ยงด้านการเงิน 4 ข้อ และความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ จำนวน 6 ข้อ และจากการประเมินความเสี่ยงสร้างแผนบริหารจัดการความเสี่ยง ดำเนินการทบทวนและปรับปรุงแก้ไขความเสี่ยงฝ่ายต่าง ๆ แล้วประเมินซ้ำอีกครั้ง ทำให้ความเสี่ยงที่เคยอยู่ในระดับสูงมาก และสูงลดลงมาอยู่ในระดับความเสี่ยงปานกลาง และความเสี่ยงต่ำซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการให้บุคคลากรในองค์กรมีความเข้าใจหลักการบริหารความเสี่ยง สามารถระบุความเสี่ยงในฝ่ายงานของตนเอง ประเมินระดับความเสี่ยง เสนอวิธีจัดการความเสี่ยง จนมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ จากงานวิจัยนี้จึงสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการบริหารความเสี่ยงตามหลักการของ COSO ERM 2017 นั้น เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับองค์กรได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอไว้ว่าการบริหารความเสี่ยงจะช่วยลดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ช่วยเตรียมความพร้อมรองรับสถานการณ์ต่าง ๆ และปัจจัยแห่งความสำเร็จคือผู้บริหารขององค์กร ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบบริหารความเสี่ยงจนทำให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรได้ในที่สุด อย่างไรก็ตามในงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากแผนจัดการความเสี่ยงบางแผนต้องใช้เวลาในการดำเนินการค่อนข้างนาน การประเมินความเสี่ยงซ้ำจึงอาจทำได้เพียงการคาดการณ์ในเบื้องต้นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. สำหรับส่วนสัตรูบลราชธานี ควรมีการทบทวนความเสี่ยงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี โดยเฉพาะความเสี่ยงในระดับสูงและสูงมากที่ยังหลงเหลืออยู่
2. องค์กรต่าง ๆ ที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร ควรมีการทบทวนปรับปรุง และพัฒนากระบวนการบริหารความเสี่ยงในแต่ละองค์ประกอบ โดยวิเคราะห์ปัจจัยตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้เป็นปัจจุบัน (Up to Date) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด ควรมีการทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงซ้ำเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรมีการเก็บข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถนำมาวิเคราะห์ความเสี่ยงได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น และอาจพิจารณาใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ความเสี่ยงเพิ่มเติม เช่น การใช้แผนภูมิแก๊งปลา Fault Tree Analysis ในการวิเคราะห์หาสาเหตุของแต่ละความเสี่ยง เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้อำนวยการสวนสัตว์อุบลราชธานี หัวหน้าฝ่าย หัวหน้างาน พนักงานและลูกจ้างสวนสัตว์อุบลราชธานีที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). **สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑามาน สิทธิพลนิชกุล. (2561). แนวทางการบริหารความเสี่ยงองค์กร COSO Enterprise Risk Management 201. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 14(42), 111-124.
- ปฏิภาณ แซ่หล่ม. (2558). ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของการบริหารความเสี่ยงองค์กร. **Mahidol R2R e-Journal**, 2(2), 1–15.
- ปิยะนุช แสงสาย และอภิรดา สุทธิสานนท์.(2559). การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการดำเนินงานของระบบงานสารบรรณ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับบุคลากรจากหน่วยงานราชการกระทรวงศึกษาธิการ. **วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สถาบันวิจัยและพัฒนา**, 11(2), 53–64.
- มโนชัย สุดจิตร. (2559). การนำการบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กรมาสนับสนุนการบริหารจัดการคุณภาพภาครัฐ. **วารสารสมาคมปรัชญาดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**, 6(1), 1–19.
- ลลิตา หงษ์รัตน์วงศ์. (2557). การเปรียบเทียบแบบจำลองมูลค่าความเสี่ยงในการบริหารความเสี่ยงด้านตลาด. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 5(ฉบับพิเศษ), 236-243.
- สมาน อัครภูมิ. (2558). ความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง. **วารสารราชธานีนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์**, 2(2),1–11.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (2565). **แผนบริหารจัดการความเสี่ยง**. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2565 จาก [https://www.sepo.go.th/assets/document/file/17-02-2565-](https://www.sepo.go.th/assets/document/file/17-02-2565-v1.pdf?fbclid=IwAR2CbskEch6C0_yX93UZLIEXj9KL5Zrr_FzmJ6FlVp9Qglh4jBEil5y8CNQ)

[v1.pdf?fbclid=IwAR2CbskEch6C0_yX93UZLIEXj9KL5Zrr_FzmJ6FlVp9Qglh4jBEil5y8CNQ](https://www.sepo.go.th/assets/document/file/17-02-2565-v1.pdf?fbclid=IwAR2CbskEch6C0_yX93UZLIEXj9KL5Zrr_FzmJ6FlVp9Qglh4jBEil5y8CNQ).

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). **คู่มือการบริหารความเสี่ยง**. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2565 จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-0220422140751.pdf.

การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตุม กกกอก เกษตรสมบูรณ์

อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร

Farm Income Enhancement, Baan Kok Toom Kok Kok Kasetombun,

Dong Luang District, Mukdahan Province

นันทกาญจน์ เกิดมลายี่¹ ชนินทร์ วะสินนท์² วราธร พรหมนิล³

เมธาวี ยิมิน⁴ นีรมล เนื่องสิทธิ์^{5*} พัลลภ จันทรกระจ่าง⁶

^{1,2,3,4,5,6}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Nuntakan Kirdmalai¹ Chanin Vaseenonta² Warathorn Phromnil³

Methawee Yimin⁴ Niramol Nueangsittha^{5*} Panlop Chankrajang⁶

^{1,2,3,4,5,6}Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: nnueangsittha@gmail.com

(Received: August 15, 2023; Revised: August 29, 2023; Accepted: September 26, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตุม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนพื้นที่บ้านกกตุม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ และเพื่อพัฒนาระดับรายได้จากความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มกับทรัพยากรชุมชนโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้การสังเกต การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์

ผลการศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนของพื้นที่บ้านกกตุม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ พบว่า สภาพและข้อจำกัดของกลุ่มเป้าหมาย 15 ครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ทำนา ทำไร่มัน สวนยาง ทอผ้าทำผ้าขาวม้า วิถีชีวิตความเป็นอยู่ทำการเกษตรเป็นหลัก ศักยภาพมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นพื้นที่เชิงเขา 3 ลูก ภูหลวง ภูตากมอง ภูหินเหล็กไฟ 3 ถ้ำ ห้วยทราย ห้วยบังทราย ห้วยกะชะ ผลการยกระดับรายได้จากการให้ความรู้ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ใหม่ เกิดการสร้างกลุ่มผู้ประกอบการใหม่จากบ้านกกตุม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ ตำบลกกตุม จัดตั้งชื่อกลุ่ม “สามกกสมบูรณ์” กำหนดตราผลิตภัณฑ์ในชื่อ “ภูหลวง” ผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ เห็ดสามรส ใช้วัตถุดิบจากฐานทรัพยากรของชุมชน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน รายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น จำนวน 2,097 บาท (สูงสุด 12,000 บาท ต่ำสุด 800 บาท) ซึ่งมีส่วนต่างที่เพิ่มขึ้น จำนวน 24,000 บาท เฉลี่ยรายได้ที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 50 ต่อปี

คำสำคัญ: การพัฒนา, การยกระดับรายได้

Abstract

The research of farm income enhancement at Ban Kok Toom, Kok Kork, Kaset Somboon, Dong Luang District, Mukdahan Province. The objective is to study the potential of community resource of Ban Kok Toom, Kok Kok and Kaset Somboon areas and to raise the level of income from knowledge in creating added value with community resources using mainly qualitative research processes. The tools used in the research were observation, participatory observation and in-depth interview.

The results of the study of the potential of community resources in the areas of Ban Kok Tum, Kok Kok, and Kaset Somboon found that conditions and limitations of the target group: 15 households, mostly female, over 50 years of age, farming, oil farming, rubber plantation, weaving, making loincloths. The main way of life is farming. The potential is abundant in natural resources. The natural environment is the foothills of 3 mountains: Phu Luang, Phu Tak Mong, Phu Hin Lek Fai, 3 caves, Huai Sai, Huai Bang Sai, and Huai Kasa. As a result of raising the level of income from knowledge, it is possible to create additional value and generate income from new products. A new group of entrepreneurs was created from Ban Kok Tum, Kok Kok, and Kaset Sombun, Kok Tum Subdistrict, and established the group name. "Sam Kok Somboon". A new group of entrepreneurs was created from Ban Kok Tum, Kok Kok, and Kaset Sombun, Kok Tum Subdistrict, and established the group name. "Sam Kok Somboon". Set the product brand under the name "Phu Luang" and the new product is three-flavored mushrooms. In order to achieve sustainability, it used raw materials from the community's resource base. The average income increased by 2,097 baht (maximum 12,000 baht and lowest 800 baht), which had an increase difference of 24,000 baht., it is calculated as 50 percent per year.

Keywords: Delopment, Income Enhancement

บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาของท้องถิ่น ที่มีพันธกิจด้านการวิจัยและบริการวิชาการเพื่อให้เกิดการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การพัฒนาท้องถิ่น จึงใช้กระบวนการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบ

มีส่วนร่วมกับชุมชนบนพื้นฐานการพัฒนาที่หลากหลาย และได้รื้อฟื้นพระบรมราโชบายด้านการพัฒนาท้องถิ่น สืบสานศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยใช้ชุมชนเป็นฐานที่เน้นการพัฒนาที่มุ่งสร้างความสมดุลทาง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ตลอดจนสร้างความสุขแบบยั่งยืนภายใต้หลัก 3S ได้แก่ Survival (การอยู่รอด) Sufficiency (พอเพียง) และ Sustainability (ยั่งยืน) เพื่อให้ประชาชนสามารถหารายได้ด้วยตนเอง จากการเพิ่มมูลค่าทางการเกษตร โดยกระบวนการเริ่มจากการระบุปัญหา ความต้องการ และสิ่งที่เป็ความ จำเป็นเร่งด่วน และร่วมกันออกแบบโครงการ วิธีการดำเนินงาน และการประเมินผล ในการจัดกิจกรรมจัด กระบวนการเรียนรู้ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายแบบบูรณาการการทำงานร่วมกัน ให้เกิดความมั่นคง ชุมชนอยู่ ดีมีสุข สู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

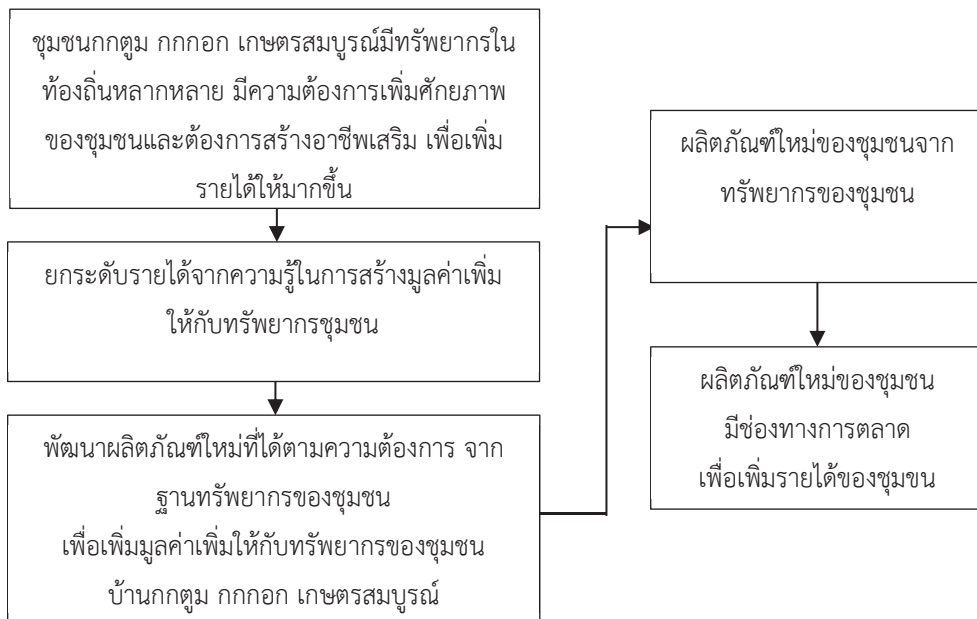
ศาสตร์พระราชา คือ หลักการทรงงานเพื่อการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช บรมนาถบพิตร ที่พระราชทานพระราชดำริและแนวปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย (กันยารัตน์ รินศรี, 2562) ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครจึงได้บูรณาการร่วมกับของสาขาวิชาต่าง ๆ ใน มหาวิทยาลัย เพื่อดำเนินการตามภารกิจของมหาวิทยาลัย โดยได้ลงพื้นที่วิเคราะห์ชุมชน สำรวจ ค้นหาประเด็น ต่าง ๆ และสรุปประเด็นปัญหาพื้นที่เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาในการดำเนินโครงการ สำหรับพื้นที่ชุมชน บ้านกกตูม กกกอกและเกษตรสมบูรณ์ ตำบลดงหลวง อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร พบว่า ชุมชนในพื้นที่ เป้าหมายส่วนใหญ่มีสภาพพื้นที่ดินราบผสมภูมิศาสตร์เป็นเชิงเขา มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ผัก คอนแคน ผักหวาน เห็ดหลินจือ ตะไคร้ เป็นต้น และประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และถือเป็น รายได้หลักของชุมชน สำหรับอาชีพเสริมคือการทอผ้า ประกอบด้วยผ้าไหมและผ้าฝ้ายควบคู่กับการเกษตร แต่ละ บ้านจะมีจะมีการปลูกพืชผักสวนครัวและผักสมุนไพรไว้อุปโภคบริโภค และยังมีการส่งเสริมให้เพาะเห็ดนางฟ้าเป็น อาชีพเสริม ปัญหาการจำหน่ายราคาตกต่ำจากการขายที่ชะลอตัว ราคาผลผลิตตกต่ำ เห็นไม่เป็นที่นิยมในตลาดทำ ให้ขายไม่ได้ ทำให้ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครและกลุ่มได้คัดเลือกกิจกรรมการแปรรูปเห็ดนางฟ้าเพื่อเพิ่ม ช่องทางการจำหน่าย (ไตรรัตน์ มาศตฺเวช และคณะ, 2564) ด้านการตลาดการขาย พบว่า ยังขาดช่องทางการ จำหน่ายที่หลากหลาย ชาวบ้านส่วนใหญ่จะขายผลิตภัณฑ์ภายในหมู่บ้าน นอกจากนี้ยังไม่มีมีการคิดแปรรูปวัตถุดิบ ทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า ปล่อยให้เน่าเสียโดยเปล่าประโยชน์ และชาวบ้านยังขาดความรู้เรื่องการถนอม อาหารการแปรรูป การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย จากสถานการณ์ดังกล่าวคณาจารย์ ที่สนใจในโครงการจึงได้ร่วมกันเสนอถึงแนวทางในการที่จะพัฒนาความร่วมมือร่วมกับชุมชนในการแก้ไขปัญหา ดังกล่าว จนนำมาสู่การได้มาของโครงการ คือ โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าเกษตร ได้แก่ ตะไคร้หอม ผักคอน แคน และเห็ดสดประเภทต่าง ๆ กิจกรรมประเพณีวัฒนธรรม ภายใต้โครงการรื้อฟื้นศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาท้องถิ่น กรณีบ้านกกตูม กกกอกและเกษตรสมบูรณ์ ตำบลดงหลวง อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนของพื้นที่บ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์
2. เพื่อยกระดับรายได้จากความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชุมชน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอคงหลวง จังหวัดมุกดาหาร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนของพื้นที่บ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ แนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัย ได้แก่ ทฤษฎีการแปรรูปอาหารจากการอบแห้ง แนวคิดตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงแนวคิดเชิงพาณิชย์ และสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

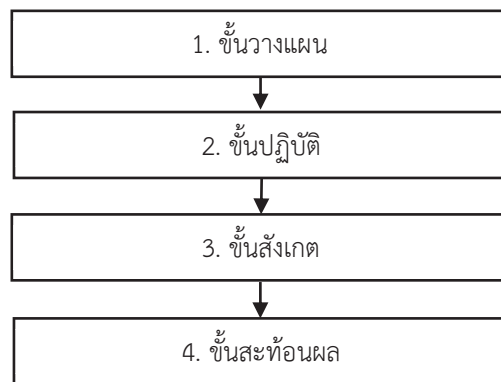
วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากบ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ ตำบลกกตูม อำเภอคงหลวง จังหวัดมุกดาหาร โดยวิธีเจาะจง จำนวน 3 หมู่บ้าน 15 คน โดยการนำของ นางสาวอภิญญา พ่อสิงห์ เจ้าหน้าที่สาธารณสุขโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลกกตูม อำเภอคงหลวง จังหวัดมุกดาหาร และสร้างเครื่องมือโดยอาศัยหลักการ แนวคิด ทฤษฎีและรูปแบบในการสร้างเครื่องมือของ บุญชม ศรีสะอาด (2556) และวาโร

เพ็งสวัสต์ (2551) ประกอบด้วยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 2 ฉบับ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์สภาพชุมชนบ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร 2) แบบสัมภาษณ์ผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรโครงการศาสตร์พระราชบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ร่วมวิจัยและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน ดังแสดงด้วยภาพที่ 2



ภาพที่ 2 วิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

จากภาพที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการวิจัยวิจัยพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรโครงการศาสตร์พระราชบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหารตามกระบวนการวิจัยด้วยวิธีการดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัย รายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Plan) การประชุมแบบมีส่วนร่วมเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาแปรรูปเห็ดนางฟ้า

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการปฏิบัติ (Action) เป็นขั้นของการปฏิบัติการ เป็นการให้ข้อมูลถึงผลการวิเคราะห์และแนวทางการจัดการแก้ปัญหาที่เหมาะสม เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ ผ่านแผนงานและโครงการในการดำเนินกิจกรรมที่วางไว้ โดยต้องมีความยืดหยุ่นตามบริบทของชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การสังเกต (Observe) การติดตามการดำเนินการตามแผนงานต่าง ๆ ประเมินผลการดำเนินการโดยการนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ผล และพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนผล (Reflect) การคืนข้อมูลผลการพัฒนา โดยการประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์พัฒนาแปรรูปเห็ดนางฟ้า ประเมินการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาพัฒนาเห็ดนางฟ้า และคืนข้อมูลสู่ผู้เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงพรรณนา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์สภาพชุมชนบ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2. แบบสัมภาษณ์ผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา และวิเคราะห์เชิงพรรณนา

3. แบบสอบถามความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

การพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร จากผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนของพื้นที่บ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ พบว่า ประชาชนในหมู่บ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์มีศักยภาพด้านทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ด้วยพื้นที่อยู่ในเขตป่าเชิงเขา สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเป็นพื้นที่เชิงเขา 3 ลูก ภูหลวง ภูตากมอง ภูหินเหล็กไฟ 3 ถ้า เป็นต้นกำเนิดของแหล่งน้ำ ห้วยทราย ห้วยบังทราย ห้วยกะเซ ที่ชุมชนใช้ประโยชน์ร่วมกัน มีทรัพยากรธรรมชาติป่าไม้ พืชสมุนไพรอุดมสมบูรณ์ สามารถนำมาพัฒนาระดับการสร้างรายได้ให้ชุมชนได้ แต่ยังไม่มีมีการรวมกลุ่มชาวบ้านเพื่อทำกิจกรรมของชุมชน ผู้วิจัยเข้าไปส่งเสริมการสร้างกลุ่มและร่วมกันกำหนดชื่อกลุ่ม จากกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ โดยให้กลุ่มเป้าหมายมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการกำหนดชื่อกลุ่มร่วมกัน จากการพูดคุยแลกเปลี่ยน และประชุมกลุ่ม ได้จัดตั้งชื่อกลุ่ม “สามกกสมบูรณ์” มาจากการรวมกลุ่มของผู้เข้าร่วมโครงการจาก 3 หมู่บ้าน บ้านกกกกอก กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ โดยการกำหนดตราผลิตภัณฑ์ในชื่อ “ภูหลวง” เป็นภูเขาที่ชาวบ้านทั้งสามหมู่บ้านได้พึงพิงอาศัยเป็นแหล่งหาอาหารตามธรรมชาติ แหล่งน้ำ และเป็นแหล่งผืนป่าธรรมชาติที่สร้างความอุดมสมบูรณ์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อยกระดับรายได้จากความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชุมชน พบว่า กลุ่มสามกกตูม พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เห็ดสามรส โดยใช้วัตถุดิบจากฐานทรัพยากรของชุมชน กำหนดตราผลิตภัณฑ์ในชื่อ “ภูหลวง” เป็นภูเขาที่ชาวบ้านทั้งสามหมู่บ้านได้พึงพิงอาศัยเป็นแหล่งหาอาหารตาม

ธรรมชาติ แหล่งน้ำ และเป็นแหล่งผืนป่าธรรมชาติที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ จากชื่อกลุ่มภูหลวง จึงได้จัดทำตรา
เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม โดยมีต้นแบบภูหลวง 5 แบบ แล้วให้กลุ่มเป้าหมายร่วมกันพิจารณาเพื่อใช้เป็นตรา
(Brand Mark) และมีมติเห็นชอบใช้ตรา ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตราภูหลวง

จากภาพที่ 3 ตราภูหลวง เป็นภาพภูเขาที่เป็นแหล่งทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์ที่สำคัญร่วมกันของชุมชน
เป็นต้นกำเนิดของแหล่งน้ำห้วยทราย ที่เป็นสายเลือดในการหล่อเลี้ยงชีวิตของชุมชนในพื้นที่บ้านกกตูม กกกอก
และเกษตรสมบูรณ์ ร่วมกัน



ภาพที่ 4 เห็ดสามรส

จากภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์เห็ดสามรส เมื่อได้ตราผลิตภัณฑ์แล้ว จึงร่วมกันพิจารณาถึงรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์
โดยพิจารณาใช้รูปแบบที่ทันสมัย เหมาะกับคนรุ่นใหม่ สีสันสดใส กลุ่มเป้าหมายเลือกสีบรรจุภัณฑ์เป็นสีส้ม
ตามหลักจิตวิทยาของสีจะส่งผลให้ดึงดูดและกระตุ้นความอยากของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้น เน้นภาพให้ชัดเจนด้วยการ
ใช้ภาพเห็ดสามรสจากผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่มไว้ตรงกลาง เน้นการเล่นสีให้ภาพเห็ดชัดเจน น่าสนใจด้วยการใส่ภาพ
กราฟฟิก ให้เห็นถึงการเข้าถึงรสชาติ โดยใช้คำโฆษณา “อร่อยดี มีประโยชน์” ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ฉลากบรรจุภัณฑ์เห็ดสามรส ด้านหน้า-หลัง

เพื่อให้ฉลากบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามกฎหมายกำหนด ผู้วิจัยจึงได้จัดส่งฉลากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับใบรายละเอียดให้เกษตรกรที่รับผิดชอบการขออนุญาตผลิตภัณฑ์อาหาร กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเกษตรสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมุกดาหาร (ภูษณิศา โทษารธรรม, 2563) จึงได้ดำเนินการจัดหาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของฉลากผลิตภัณฑ์หลังจากการปรับแก้ไข ตามข้อเสนอแนะจากทางสาธารณสุขจังหวัดมุกดาหาร เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และสามารถนำไปใช้เพื่อการจำหน่าย พร้อมสำหรับการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในอนาคตต่อไป รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ของพลาสติกบรรจุผลิตภัณฑ์เห็ดสามรส พร้อมใส่ช่องดูความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีความสด ใหม่ ไม่เหม็นหืน พร้อมทั้งการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ สด สะอาด ด้วยการใช้ฟิล์มห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ชั้นสุดท้ายอีกชั้นหนึ่ง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด และสามารถเพิ่มรายได้แก่ชุมชน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาระดับรายได้เกษตรกรบ้านกกตูม กกกอก เกษตรสมบูรณ์ อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร ในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

จากการศึกษาศักยภาพทรัพยากรชุมชนของพื้นที่บ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ สร้างกลุ่มผู้ประกอบการใหม่จากบ้านกกตูม กกกอก และเกษตรสมบูรณ์ ตำบลกกตูม อำเภอดงหลวง จังหวัดมุกดาหาร ได้จัดตั้งชื่อกลุ่ม “สามกกสมบูรณ์” มาจากการรวมกลุ่มของผู้เข้าร่วมโครงการจาก 3 หมู่บ้าน บ้านกกกอก กกตูม และเกษตรสมบูรณ์ เน้นหลักในการกระตุ้นให้ประชาชนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็น ร่วมคิดร่วมตัดสินใจร่วมดำเนินการ ร่วมประเมินผลในเรื่องที่เป็นปัญหา หรือการพัฒนาชุมชนของตนเอง (Phuangsomjit, 2014) เริ่มจากการกำหนดตราผลิตภัณฑ์ในชื่อ “ภูหลวง” เป็นภูเขาที่ชาวบ้านทั้งสามหมู่บ้านได้พึงพิงอาศัยเป็นแหล่งหา

อาหารตามธรรมชาติ แหล่งน้ำ และเป็นแหล่งผืนป่าธรรมชาติที่สร้างความอุดมสมบูรณ์ สร้างผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย เห็ดสามรส เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ แ่งน้อย บุญเนตร (2562) เกี่ยวกับกลยุทธ์การตั้งชื่อตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มากที่สุด” โดยภาพรวมความพึงพอใจค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .66 รองลงมา คือ ด้านความรู้ความเข้าใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .64 ด้านการนำความรู้ไปใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .62 ด้านความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .68 ด้านสถานที่/ระยะเวลา/อาหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .68 และน้อยที่สุดในด้านวิทยากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .69

ความพึงพอใจต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .76 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพอใจด้านรสชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .64 รองลงมา คือ ลักษณะของขนาดบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .68 และลักษณะของ บรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .63 ตามลำดับ

จากการศึกษาการยกระดับรายได้จากความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรชุมชนพบว่าการแปรรูปเห็ดสามรสใช้สีบรรจุภัณฑ์เป็นสีส้ม ตามหลักจิตวิทยาของสีส้มจะทำให้ดึงดูด และกระตุ้นความอยากอาหารของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้น เน้นภาพให้ชัดเจนด้วยการใช้ภาพเห็ดสามรสจากผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่มไว้ตรงกลาง เน้นการเล่นสีให้ภาพเห็ดชัดเจน ให้เห็นถึงการเข้าถึงรสชาติ โดยใช้คำโฆษณา “อร่อยดี มีทุรส” น่าสนใจด้วยการใส่ภาพกราฟฟิก โดยสีที่กระตุ้นการรับรู้ได้ดีที่สุดโทนสีแดงส้ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิตยา ตันเจริญ (2561) ที่พบว่าอิทธิพลของสีบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล่องพร้อมรับประทาน และการเพิ่มรายได้ จากความรู้ พบว่า สามารถเพิ่มมูลค่าจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วโดยการพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงาม มีตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น และแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีมูลค่ามากขึ้น เป็นการถนอมอาหาร การแปรรูป และบรรจุภัณฑ์ หลังจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตร สามารถแปรรูปได้ประมาณ รวมเป็นเงิน 1,250 บาท (ต้นทุนรวม 800 บาท) รายได้รายบุคคลเพิ่มขึ้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1,150 บาท (สูงสุด 4,000 บาท ต่ำสุด 500 บาท) โดยภายหลังการเข้าร่วมโครงการกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น จำนวน 2,097 บาท (สูงสุด 12,000 บาท) ซึ่งมีส่วนต่างที่เพิ่มขึ้น จำนวน 24,000 บาท เฉลี่ยรายได้ที่เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 50 ผลิตภัณฑ์เห็ดสามรส การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ McCarthy &

Pereault (1991) ที่พบว่าลักษณะผลิตภัณฑ์ตามความต้องการในตลาด (Imitative or Me-too-Product) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการ แต่ไม่ใหม่ในท้องตลาดเกิดจากที่เห็นการภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในตลาดแบบบรรจุซองชาไขว้วโหด บรรจุกล่องสวยงามในท้องตลาดเป็นที่นิยมของผู้บริโภค จึงได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขอแบ่งส่วนตลาดในปัจจุบัน และเป็นไปตามกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวคิดของ Armstrong & Kotler (2009)

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้เป็นกระป๋องพลาสติกบรรจุผลิตภัณฑ์เห็ดสามรส พร้อมใส่ซองดูดความชื้นเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้มีความสด ใหม่ ไม่เหม็นหืน พร้อมทั้งการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์และทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ สด สะอาด ด้วยการใช้ฟิล์มห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ชั้นสุดท้ายอีกชั้นหนึ่ง เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกร เทพบุรี และคณะ (2562) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้ และควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ได้พัฒนาช่องทางการจำหน่าย โดยดำเนินการทำเว็บไซต์ และวิดีโอประชาสัมพันธ์ พร้อมทำเพจสำหรับช่องทางการจำหน่ายออนไลน์เว็บไซต์ Kingwisdomsakon.com

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ประชาชนในชุมชนยังไม่เคยมีประสบการณ์การรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม ทำให้ขาดความเข้าใจ จึงควรนำระบบการบริหารจัดการเพื่อออกแบบการดำเนินงานให้เป็นระบบ เช่น การกำหนดโครงการ การระบุนำงานหน้า ที่ ความรับผิดชอบ การให้ความรู้เรื่องภาวะผู้นำ และการทำงานเป็นทีม

2. การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้สามารถตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ถึงปลายทาง เช่น ต้นทาง เริ่มตั้งแต่การกระบวนการปลูกเห็ด การทำโรงปลูก การสาธิตการให้น้ำ จนถึงกระบวนการเก็บ กลางทาง กระบวนการบรรจุผลิตภัณฑ์ตามสูตรและได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง การบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ และการจำหน่ายในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. การพัฒนาสถานที่ผลิตให้ได้มาตรฐานโดยการขออนุญาตด้วยการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน และขออนุญาตสถานที่ผลิตอาหารที่ได้มาตรฐาน ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าควรศึกษาและเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกับสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันเพื่อประโยชน์ในการบริหารงานที่ดีขึ้น

2. ควรมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และควรมีกระบวนการติดตามผลการดำเนินงานจากหน่วยงานราชการในพื้นที่ที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ทีมพี่เลี้ยงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล พัฒนาชุมชน

อำเภอ หรือร่วมกับสถาบันการศึกษาติดตามให้เกิดความต่อเนื่องเพราะเป็นการจัดตั้งกลุ่มใหม่จึงอาจมีปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการ การให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้เกิดผลในเชิงรูปธรรม

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ที่มอบทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กันยารัตน์ รินศรี. (2562). ศาสตร์พระราชากับการประกอบอาชีพในยุคประเทศไทย 4.0. **วารสารธรรมวิทย์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่**, 2(2), 257-268.
- ชูลีกร เทพบุรี และคณะ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการชุมชนเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์**, 3(1), 50-58.
- จิตยา ตันเจริญ. (2561). อิทธิพลของสื่อบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล่องพร้อมรับประทาน. **วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**.
- ไตรรัตน์ มาศตเวช และคณะ. (2564). แนวทางการส่งเสริมการเพาะเห็ดฟาร์มในชุมชน กรณีศึกษาฟาร์มเห็ดดาบตำรวจวิเชียร คงจ้อย หมู่ที่ 9 ตำบลร่มเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง. **วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**, 4(2), 1-16.
- แน่นน้อย บุญเนตร. (2562). กลยุทธ์การตั้งชื่อตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย. **วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต**, 23(1), 245-259.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ภูวนิศา โทษารธรรม. (2563). เกสัชกรกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดมุกดาหาร. **สัมภาษณ์**. 15 พฤศจิกายน 2565.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). **วิธีวิทยาการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing, An Introduction**. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mccarthy, E. J. & Perreault, W. D. (1991). **Essential of Marketing**. (5th ed.). Boston: E. Jerome McCarthy and Associates.
- Phuangsomjit. (2014). **Participatory Action Research on Research in Educational Administration**. (3rd ed.). Bangkok: Sukhothai Thammathirat Open University.

การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นโดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด

The Enhancement of Japanese Sweet Potato Community Products by Participatory
Action Research Na Charoen-Na Kratueb Community, Tha Muang Subdistrict,
Selaphum District, Roi Et Province.

สิริวิทย์ ปันคำ¹ ลลิตา พิมพ์า^{2*}

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Sriawit Pinkum¹ Lalita Pimta^{2*}

^{1,2}Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: sirawit.baac@reru.ac.th

(Received: July 22, 2023; Revised: August 22, 2023 ; Accepted: September 11, 2023)

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบและแปลงสาธิตทดลอง และยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย 1 คน นักศึกษา 10 คน รวมจำนวน 26 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถาม 26 ชุด การวิเคราะห์เนื้อหา ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล

ศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ในระดับมาก ในด้านความมีชื่อเสียง ด้านคุณค่าผลิตภัณฑ์ และด้านกิจกรรมการผลิต ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบ ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4C's คือ (1) ด้านการรับรู้ปัญหาของลูกค้า การพัฒนาตราสินค้า การสร้างชื่อตราสินค้า โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (2) ด้านต้นทุนของลูกค้า การตั้งราคาให้สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (3) ด้านความสะดวกของลูกค้า การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม (4) ด้านการสื่อสารการตลาดให้เกิดพฤติกรรมซื้อและความพึงพอใจอย่างสูงสุด การยกระดับผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เช่น ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านความสะดวกของลูกค้า และด้านต้นทุนของลูกค้า สมาชิกชุมชนยอมรับและเข้าใจวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาแปลงสาธิตร่วมกัน จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำพาความสำเร็จ การเรียนรู้การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ความเชื่อมั่นในผู้นำชุมชนที่มีความสามารถจึงเป็นการสร้างแรงบันดาลใจต่อการพัฒนาศักยภาพของสมาชิก

คำสำคัญ: การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน, มันเทศญี่ปุ่น, การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

Abstract

This research is to study the potential of community products, develop a prototype community product and experimental demonstration plots, and upgrading the products of the Japanese sweet potato model community. Key informants include 2 community leaders, 2 community product development experts, 1 distribution expert, 10 community product group members, 1 university professor, 10 students, totaling 26 people. Data collection using in-depth interview techniques, with a semi-structured interview and 26 questionnaires. Data were analyzed using content analysis, mean and standard deviation.

The potential of the community product group is at a high level, in terms of fame Product value and production activities which is an important aspect of community products. Development of prototype Japanese sweet potato community products according to the marketing mix concept, the 4C's are: (1) Awareness of customer problems, brand development, creation of brand names, logos, labels and packaging that create added value to products. (2) Customer costs Setting a price that is consistent with the value of the product. (3) Customer convenience Creating distribution channels to cover. (4) Marketing communications to create purchasing behavior and maximum satisfaction. Upgrading the original Japanese sweet potato product. Overall, it is at a high level, such as marketing communications, customer convenience and customer costs. Community members accept and understand participatory methods for jointly developing demonstration plots. Therefore, it is an important tool that will bring success. Learning to market community products and confidence in talented community leaders, it is created Inspiration for the development of members' potential.

Keywords: The Enhancement Community Products, Japanese Sweet Potato, Participatory Action Research

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2564 และ 2565 เพื่อเสริมสร้างและแก้ปัญหาพื้นฐานด้านเศรษฐกิจสังคมท่ามกลางสถานการณ์โลก ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกันหรือโลกไร้พรมแดน การพัฒนา เทคโนโลยีจะมีผลกระทบต่อกระบวนการหรือกิจกรรมของมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจ การเมืองการปกครองและ สังคม โดยให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ และความคิด สร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ประเทศไทยได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างต่อเนื่องตั้งแต่สินค้าต้นน้ำ กลางน้ำ นำไปสู่ปลายน้ำ การต่อยอดพัฒนากระบวนการทางความคิด การรักษาภูมิปัญญาไทยภูมิปัญญาท้องถิ่น การยกระดับมาตรฐานและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นสินค้าส่งออกไปยังต่างประเทศ และนารายได้กลับเข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมากเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้ประชาชนมีความมั่นคง การส่งเสริม กระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาอาชีพ การมีส่วนร่วม ความสามัคคีของประชาชนในการสร้างงาน สร้างรายได้และสร้างความเข้มแข็งความสามัคคีให้แก่ชุมชน (ชลกาญจน์ สดะบด, 2565)

เมื่อพิจารณาข้อมูลจะพบว่าสินค้าโอท็อปมากกว่าร้อยละ 40 ของโอท็อปทั้งหมดยังไม่สามารถก้าวสู่ความเป็นมาตรฐานสากลหรือแข่งขันในตลาดโลกได้ ปัญหาที่สำคัญ คือ ค่านิยมของสังคมไทยที่นิยมทำงานบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมมากกว่าการทำการเกษตรและแปรรูป ซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตสินค้า OTOP ที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจะสูญหายไป (สุดถนอม ตันเจริญ, 2561) สินค้าโอท็อปส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ชุมชน ไม่ได้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ผู้ประกอบการไม่สามารถยืดหยุ่นปรับตัวธุรกิจได้ด้วยตนเองตามหลักการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (กศิปัญญา ทองแถม และโฆสิต แพงสร้อย, 2562)

ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบอยู่ในพื้นที่บริการวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ประกอบด้วยสภาพภูมิประเทศและทรัพยากรทางธรรมชาติที่ส่งเสริมการประกอบอาชีพการเกษตร โดยอาชีพที่มีความสำคัญโดดเด่นของชุมชน คือ อาชีพเกษตร และงานหัตถกรรม จากอาชีพดังกล่าวนี้ทำให้เกิดข้อสรุปร่วมกันว่าชุมชนมีศักยภาพในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาได้เอง โดยสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเป็นหลักได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเอาพื้นที่เกษตรกรรมมาต่อยอดในการสร้างพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังคงขาดความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการยกระดับผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ ชุมชนมีความต้องการสร้างรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก ซึ่งชุมชนมีความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการปลูกมันเทศสายพันธุ์พื้นเมือง ปลูกตามวิถีธรรมชาติ ฟังพาน้ำฝนเป็นหลัก สำหรับการบริโภค โดยจะปลูกในช่วงหลังฤดูเก็บเกี่ยวจากการทำนา และเพื่อรักษาหน้าดินเท่านั้น จึงเกิดแนวคิดในการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนามันเทศญี่ปุ่น เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิกในชุมชนเป็นการนำทรัพยากรดิน และทรัพยากรบุคคลที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มากขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา เรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่น โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองทัศนคติของชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น เพื่อแก้ไขปัญหาด้านยอดขายผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบและการทดลองแปลงสาธิต
3. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบ

กรอบแนวคิดการวิจัย

นักวิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดตามรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของ จิตพนธ์ ชุมเกต (2560) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

กิจกรรมที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อประเมินศักยภาพของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย (Key Informant) ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากการตัดสินใจของนักวิจัยเองโดยลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ในช่วงเดือนเมษายน 2565 เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง แบ่งเป็น 3 ด้านคือ (1) วัตถุประสงค์ที่มีสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน (2) ภูมิปัญญาชาวบ้านท้องถิ่นเกี่ยวกับทักษะอาชีพต่าง ๆ (3) ข้อมูลพื้นฐาน

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนและศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน แล้วนำมาวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

กิจกรรมที่ 2 การสนทนากลุ่ม ได้แก่ ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ จำนวน 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย 1 คน นักศึกษา 10 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 26 คน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบและการทดลองแปลงสาธิต ในช่วงเดือน พฤษภาคม 2565 แล้วนำมาวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

กิจกรรมที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นด้วยการทดลองจากแปลงสาธิตการปลูกมันเทศญี่ปุ่นระยะเวลาในการทดลองการปลูก 3 เดือน พฤษภาคม ถึง กรกฎาคม 2565 ขนาดพื้นที่ 2 ไร่ สภาพดินร่วนปนทราย ใช้อยอดมันสำหรับการปลูก จำนวน 8,000-16,000 ยอด ทดลองปลูกมันเทศญี่ปุ่นสีส้มโอกินาวา และสีม่วงเพอร์เฟกต์สวีท ซึ่งเป็นสายพันธุ์นอกพื้นที่ เหตุผลที่ปลูกเพราะ 2 สายพันธุ์นี้ดูแลรักษาง่ายเหมาะกับเกษตรกรที่เพิ่งเริ่มปลูกมันเทศญี่ปุ่นและยังเป็นสายพันธุ์ที่มีความต้องการสูงในตลาด แล้วทำการเก็บเกี่ยวคัดแยกเกรดมันเทศญี่ปุ่นที่มีขนาดหัวได้มาตรฐาน โดยการขุดหลุมมีขนาดความกว้าง 40 เมตร และยาว 80 เมตร ผลผลิตที่ได้คือผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบและการทดลองแปลงสาธิต เครื่องมือที่ใช้คือ คู่มือบันทึกการปลูกมันเทศญี่ปุ่น

กิจกรรมที่ 4 การยกระดับผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นที่มีขนาดไม่ได้มาตรฐานด้วยการทดลอง ณ ห้องปฏิบัติการ ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ทำการทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท คือ (1) แป้งมันเทศญี่ปุ่น กระบวนการผลิตผ่านมันเทศญี่ปุ่นให้เป็นแว่นบาง แล้วนำเข้าตู้อบความร้อนให้มันเทศญี่ปุ่นแห้งแล้วนำไปปั่นให้ละเอียดทำให้ได้แป้งมันเทศญี่ปุ่นสำหรับเป็นวัตถุดิบในการทำเบเกอรี่และขนมไทย (2) ผงมันเทศญี่ปุ่นขงพร้อมดื่ม ด้วยการนึ่งมันให้สุกบิบให้ละเอียด นำเข้าตู้อบความร้อนให้มันเทศญี่ปุ่นแห้ง แล้วนำไปปั่นให้ละเอียดและนํามผงแห้งมาผสมเพื่อคุณค่าทางสารอาหารและรสชาติ (3) มันเทศญี่ปุ่นทอดกรอบ ด้วยเครื่องทอดสุญญากาศ เพื่อลดความอมน้ำมันและรสชาติที่ดีขึ้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่น ต้นแบบ โดยทำการศึกษาในช่วงเดือนมิถุนายน 2565

กิจกรรมที่ 5 การสรุปและสังเคราะห์ผล ด้วยการประเมินผลการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้นำชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย 1 คน นักศึกษา 10 คน รวมจำนวน 26 คน เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบ โดยทำการศึกษาในช่วงเดือนสิงหาคม 2565

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ในกิจกรรมที่ 5 การประเมินผลการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นต้นแบบที่เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ จำนวน 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย

1 คน นักศึกษา 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 26 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม ได้แก่ แบบสอบถาม การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นที่ป็นต้นแบบ (4C's) แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการแก้ไขปัญหาของ ลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านต้นทุนของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ด้านความสะดวกของลูกค้า จำนวน 4 ข้อ และด้านการสื่อสารการตลาด จำนวน 5 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

กิจกรรมที่ 1 การประเมินศักยภาพจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้นำชุมชน จำนวน 2 คน และ สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน พบว่า ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ประชาชน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งสามารถเห็นได้จากครัวเรือนมีการทำนา ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชุมชนมีการประกอบอาชีพเสริม เช่น การปลูกเห็ดนางฟ้านางรม เครื่องจักสาน งานหัตถกรรม และเลี้ยงวัว เป็นต้น สมาชิกในชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อสร้างอาชีพให้เกิดความเข้มแข็ง ผู้นำชุมชนมีความคิดก้าวหน้าสมัยใหม่ มีความรู้เรื่องการเกษตรเป็นอย่างดีมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ มีสภาพภูมิประเทศและทรัพยากรทางธรรมชาติที่ส่งเสริมการประกอบอาชีพการเกษตร ทำให้เกิดข้อสรุปร่วมกันว่าชุมชนมีศักยภาพในการสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาต่อยอดในการยกระดับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้ ดังภาพที่ 2 และตารางที่ 1



ภาพที่ 2 การสัมภาษณ์

ตารางที่ 1 การประเมินศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ โดยรวมและรายด้าน

ศักยภาพการจัดการ	$\bar{x}$	S.D.	ผลการประเมิน
1. ด้านคุณค่าผลิตภัณฑ์	3.81	.39	มาก
2. ด้านความสะดวกในการเข้าถึง	3.74	.39	มาก
3. ด้านระบบบริหารจัดการกลุ่ม	3.60	.32	มาก
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.55	.30	มาก
5. ด้านความสามารถในการรองรับลูกค้า	3.76	.25	มาก
6. ด้านสภาพแวดล้อม	3.64	.25	มาก
7. ด้านความมีชื่อเสียง	3.78	.32	มาก

ศักยภาพการจัดการ	$\bar{x}$	S.D.	ผลการประเมิน
8. ด้านกิจกรรมการผลิต	3.81	.20	มาก
9. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน	3.70	.28	มาก
10. ด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจชุมชน	3.67	.32	มาก
โดยรวม	3.71	.32	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาการประเมินศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ด้านคุณค่าผลิตภัณฑ์และด้านกิจกรรมการผลิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ คะแนนเฉลี่ย 3.81 รองลงมาคือ ด้านความมีชื่อเสียง คะแนนเฉลี่ย 3.78 และด้านความสามารถในการรองรับลูกค้า คะแนนเฉลี่ย 3.76 ตามลำดับ

กิจกรรมที่ 2 การสนทนากลุ่ม การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ณ ห้องประชุมมันปลา ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพราชภัฏกรีนวิว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ดผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย จำนวน 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบจำนวน 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัย 1 คน นักศึกษา 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 26 คน การสนทนากลุ่มเกี่ยวกับ 3 ประเด็น คือ 1) การจัดสรรพื้นที่ในการเพาะปลูกและการเตรียมดินพันธุ์ (ต้นน้ำ) 2) การทดลองปลูกมันเทศญี่ปุ่นในแปลงสาธิต (กลางน้ำ) และ 3) การยกระดับผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่น (ปลายน้ำ) แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาต่อในกิจกรรมที่ 3 และ 4 ต่อไปดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การสนทนากลุ่ม

กิจกรรมที่ 3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบและการทดลองแปลงสาธิต นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการพัฒนาแปลงสาธิต ณ ชุมชนนาเจริญ หมู่ 7 นักวิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ คุณกิตติ ภาควงมี ผู้จัดการออมสินฟาร์ม จังหวัดมุกดาหาร และคุณปรีชาธิ ปัทม ผู้จัดการสวนบวมสมใจเกษตรอินทรีย์ จังหวัดมุกดาหาร มาเป็นผู้ควบคุมการดำเนินการ ดังนี้ 1) การจัดสรรพื้นที่สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นต้นแบบ แปลงสาธิตการปลูกจำนวน 1 แปลง ใช้พื้นที่ 2 ไร่ ใช้ยอดมันสำหรับการปลูก จำนวน 8,000-16,000 ยอด นักวิจัยเลือกใช้ดินร่วนปนทรายซึ่งถือว่าดีที่สุดที่สุดความยาวของแปลงปลูกมีความกว้าง 40 เมตร และยาว 80 เมตร ทำให้ง่ายต่อการเตรียมดิน 2) การเตรียมดินดินร่วนปนทรายมีความเหมาะสมที่สุดเพราะมีผลต่อการลงหัวของมันหรือรูปร่างของหัวมัน ก่อนปลูกนักวิจัยใช้ปูนขาว เพื่อทำการฆ่าเชื้อในดินและปรับสภาพความเป็นกรดของดิน และใช้ปุ๋ยขี้ไก่เพื่อช่วยเพิ่มสารอาหารในดิน

ช่วยลดอัตราการใช้น้ำในโตรเจนและเพิ่มผลผลิต ช่วยเพิ่มน้ำหนักหัวของมันเทศญี่ปุ่น 3) การไถพรวน เมื่อทำการใส่ปุ๋ยขาวและปุ๋ยซีไคแล้ว นักวิจัยทำการไถดินก่อน 1 ครั้ง และทิ้งไว้ประมาณ 7-10 วัน เพื่อเป็นการหมักปุ๋ยขาวและปุ๋ยซีไคไว้ในดินให้ปรับสภาพดิน จากนั้นให้ไถพรวนแปลง 1-2 รอบ แล้วทำการยกร่องแปลงปลูกขึ้นเป็นรูปสามเหลี่ยม กว้างประมาณ 70-100 เซนติเมตร สูง 30-50 เซนติเมตร โดยความสูงของแปลงยังมีความสูงยังส่งผลต่อการลงหัวมันดี 4) การจัดระบบน้ำที่ดีในแปลงปลูกมันเทศญี่ปุ่น นักวิจัยเลือกใช้การจัดระบบน้ำแบบวางท่อสายยาง เพื่อนำน้ำเข้าสู่ร่องดินในแปลงปลูกมันเทศ ข้อดี คือ ลดอัตราการเกิดของศัตรูพืชได้ดีและต้นทุนดำเนินการไม่สูง ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การจัดสรรพื้นที่ และการเตรียมดิน

5) การเตรียมท่อนพันธุ์มันเทศญี่ปุ่น ควรจะตัดให้มีความยาวราว 30 เซนติเมตร ลิดใบทิ้งเพราะเมื่อลงปลูกจะตั้งตัวได้เร็วกว่าไม่ลิดใบ การตัดยอดใช้ส่วนที่เป็นยอดจะดีที่สุด ควรจะมัดรวมกันเป็นท่อนหรือเป็นกำ เอาใบตองหรือกระสอบปุ๋ยห่อมัดเอาไว้ หลังจากนั้นให้นำมามัดท่อนพันธุ์วางไว้ในที่ร่ม รดน้ำ เช้า-เย็น ประมาณ 2-3 วัน ยอดท่อนพันธุ์ก็จะเริ่มรากออกมา แสดงว่าท่อนพันธุ์พร้อมปลูกแล้วจะได้ผลผลิตที่ดี นักวิจัยตัดท่อนพันธุ์จากต้นที่มีอายุไม่เกิน 45 วัน หรือก่อนที่จะมีการฉีดพ่นปุ๋ยหรือสารเคมี ในพื้นที่ปลูกมันเทศญี่ปุ่น 1 ไร่ 6) การปลูกขุดลงประมาณ 1 ฝ่ามือ ความห่างของหลุม 50 เซนติเมตร นักวิจัยใช้ยอดมัน 5,000 ยอดต่อไร่ โดยให้ปลูกในแนวนอนหันไปทางเดียวกันเพื่อให้ง่ายต่อการใส่ปุ๋ยโดยจากโคนต้นลงไปดินประมาณ 3-4 ข้อมือ ให้ยกดินขึ้นพื้นแต่ไม่ตั้งตรงเพราะป้องกันการเผาไหม้ของแดดจากดินที่ร้อนและควรปลูกในช่วงเย็นเพื่อป้องกันการความร้อนจากแสงแดด 7) ใส่ปุ๋ยบำรุงรักษาประมาณ 7-10 วัน นักวิจัยเลือกใส่ปุ๋ยซีไค หนึ่งหยิบมือต่อหลุม เพื่อลดการใช้สารเคมี 8) อีกประมาณ 10-15 วันให้ใส่ปุ๋ยสูตรชีวภาพ เพื่อลดการใช้สารเคมี 9) อายุครบ 30 วันต้องทำการเด็ดยอดมันตรงส่วนปลายประมาณ 2-3 ข้อเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเร่งอาหารในการแทงยอด ทำให้เกิดการออกราก กิ่ง และหัว 10) อายุครบ 45 วัน ทำการตัดยอดมันไปเพื่อทำการขยายพันธุ์ปลูกในแปลงอื่นต่อไป และเป็นการกระตุ้นการสร้างหัวมัน 11) อายุครบ 50 วัน เริ่มมีหัวให้ใส่ปุ๋ยสูตร 0-0-60 เพื่อทำการขยายหัวให้ใหญ่แต่ไม่หวานมากรสชาติหวานปกติเพื่อเร่งการโตของหัวมัน 12) อายุครบ 60 วันให้ใส่ปุ๋ยสูตร 0-0-50 (เป็นปุ๋ยแบบเกร็ดต้องนำมาฉีดพ่นทางใบ) ดินจะเริ่มแตกแสดงว่าหัวเริ่มใหญ่ใส่ปุ๋ยเพื่อเพิ่มความหวาน 13) การป้องกันศัตรูพืช นักวิจัยเลือกใช้น้ำส้มควันไม้ในการป้องกันศัตรูพืช โดยเฉพาะแมลงวงช้างที่เข้าไปทำลายหัวมัน และยอดมัน ซึ่งจะฉีดพ่นทุก 7-15 วัน น้ำส้มควันไม้ 1 ลิตร ผสมน้ำ 200 ลิตร ความเข้มข้นระดับนี้ สามารถใช้ประโยชน์หลากหลาย เช่น ฉีดพ่นใบพืชและพื้นดินรอบ ๆ ต้นพืช เพื่อขับไล่แมลง ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 การเตรียมพันธุ์ การปลูก และการบำรุงรักษา

14) การเก็บเกี่ยวผลผลิต เมื่อทำการปลูกครบระยะเวลา 2 เดือนครึ่ง ในมันเทศญี่ปุ่น สีส้มโอกินาวา และระยะเวลา 3 เดือน สีม่วงเพอร์เฟกต์สวิต ก็สามารรถทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ แล้วนำไปคัดเกรดเพื่อแปรรูปออกวางจำหน่าย 15) การพัฒนาตราสินค้า โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ (ก) ชื่อตราสินค้า (Brand Name) คือ มันม่วง ท่าม่วง สื่อความหมายได้ว่า มันเทศญี่ปุ่นนี้ได้มีการปลูกจากพื้นที่ชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด (ข) โลโก้ คือ ภาพมันม่วงเพอร์เฟกต์สวิต และมันส้มโอกินาวา สื่อความหมายได้ว่า มันม่วงท่าม่วง พร้อมทานสำหรับลูกค้าเป้าหมาย สีฟ้าแสดงถึง การพาณิชย์ค้าขาย (ค) เครื่องหมายตราสินค้า คือ โลโก้ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี และมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด (ง) ตราสินค้า (จ) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบตาข่ายเพื่อรักษาคุณภาพของหัวมันและง่ายต่อการขนส่งการติดฉลากแสดงตราสินค้าแหล่งการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน มันม่วง ท่าม่วง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นและตราสินค้า

กิจกรรมที่ 4 การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ทำการยกระดับผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น โดยการทดลองจากตู้อบความร้อนไฟฟ้า และหม้อทอดสูญญากาศ ณ ห้องปฏิบัติการ ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทน์ พลพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นผู้ควบคุมด้านคุณภาพและกระบวนการทำงาน ดังนี้

1. การแก้ไขปัญหาของลูกค้า (Customer Solution) จากการสนทนากลุ่ม ระดมความคิดจากผู้มีส่วนได้เสีย นักวิจัยได้ออกแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.1 ผลิตภัณฑ์แป้งมันเทศญี่ปุ่น สำหรับทำเบเกอรี่และขนมไทย ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แป้งมันม่วงเพอร์เฟิลสวีท แป้งมันส้มโอกินวา

คุณสมบัติ ผงมันเทศญี่ปุ่น 100% ซึ่งเป็นผงเอนกประสงค์สามารถนำไปเป็นส่วนผสมหรือวัตถุดิบในการทำเบเกอรี่ ขนมไทยต่าง ๆ ผลิตด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีอบด้วยเครื่องอบแห้งระบบปั๊มความร้อน และการปั่นละเอียดด้วยเครื่องบดเอนกประสงค์

1.2 ผลิตภัณฑ์ ผงมันเทศญี่ปุ่นพร้อมดื่ม ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ผงมันม่วง มันส้มพร้อมดื่ม

คุณสมบัติ ผงมันเทศญี่ปุ่น 100% ซึ่งเป็นผงเอนกประสงค์สามารถนำไปเป็นส่วนผสมหรือวัตถุดิบในการทำเบเกอรี่ ขนมไทยต่าง ๆ ส่วนผสม ผงมันเทศญี่ปุ่น 70% นมเทียม 15% น้ำตาลไอซิ่ง 15%

1.3 ผลิตภัณฑ์ มันเทศญี่ปุ่นทอดกรอบ ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 มันหวานทอดกรอบ

คุณสมบัติ การทอดมันม่วง-มันส้ม โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีหม้อทอดสุญญากาศ เพื่อลดกลิ่นหืนน้ำมันและปรุงแต่งรสชาติดั้งเดิม รสซีส รสปาก้า และรสบาร์บีคิว และพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ถุงซิปป) เพื่อช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์จากความชื้น และการบรรจุภัณฑ์ด้วยระบบไนโตรเจนช่วยป้องกันความชื้นและยืดอายุการเก็บผลิตภัณฑ์ได้นานขึ้น

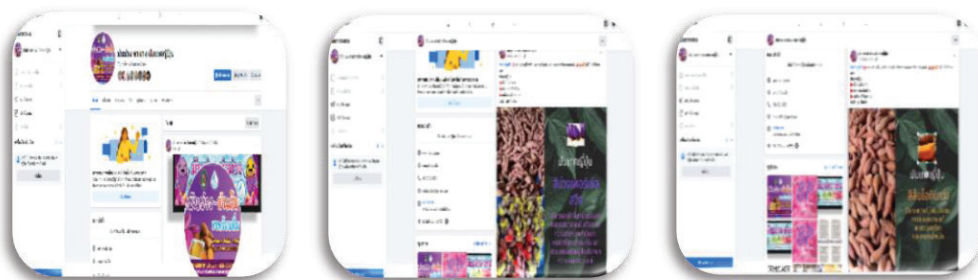
2. ต้นทุนของลูกค้า (Customer Cost) จากการสนทนากลุ่ม ระดมความคิดจากผู้มีส่วนได้เสีย นักวิจัยได้ออกแบบการตั้งราคาที่ถูกค้ายอมรับได้ ดังนี้ 1) แป้งมันม่วง-มันส้ม ราคาขาย 100 บาท ต้นทุน 40 บาท ขนาด 100 กรัม ถ้าไร 60 บาทต่อชิ้น 2) ผงมันม่วง-มันส้ม ซงพร้อมต้ม ราคา ขาย 200 บาท ต้นทุน 100 บาท ขนาด 150 กรัม/10 ซอง ถ้าไร 100 บาทต่อชิ้น 3) มันหวานทอดกรอบ ราคาขาย 30 บาท ต้นทุน 25 บาท ขนาด 75 กรัม ถ้าไร 5 บาทต่อชิ้น

3. ความสะดวกของลูกค้า (Convenience) จากการสนทนากลุ่ม ระดมความคิดจากผู้มีส่วนได้เสีย นักวิจัยได้ออกแบบการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่น 1) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (ออนไลน์) ด้วยการตลาดผ่านสื่อสังคม โดยใช้ Facebook page: มันม่วง ท่าม่วง 2) การจัดจำหน่ายทางอ้อม (แบบออฟไลน์) ผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งมีหน้าที่ในการกระจายสินค้าให้ เช่น บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด จังหวัดร้อยเอ็ด และ ออมสินฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 ช่องทางการจัดจำหน่าย

4. การสื่อสารการตลาด (Communication) จากการสนทนากลุ่ม ระดมความคิดจากผู้มีส่วนได้เสีย นักวิจัยได้ออกแบบการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook page: มันม่วง ท่าม่วง เพื่อลดต้นทุนการทำงานและสื่อสารการตลาดได้ตรงกับตลาดเป้าหมาย ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมที่ 5 การสังเคราะห์ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสอบถาม

1. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนให้ทุกคนเกิดความตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น สามารถเพิ่มรายได้ สร้างอาชีพเสริม สมาชิกชุมชนยอมรับและเข้าใจวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการแปลงสาธิตร่วมกัน การรวมใจ การเรียนรู้แนวคิดการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ความเชื่อมั่นต่อผู้นำชุมชนที่มีความเข้าใจในการดำเนินงาน จึงเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และความสัมพันธ์ที่ดี

2. การประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบมันเทศญี่ปุ่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณในกิจกรรมที่ 5 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้นำชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดจำหน่าย 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ 10 คน อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด 1 คน นักศึกษา 10 คน รวมจำนวน 26 คน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้นแบบมันเทศญี่ปุ่นตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4 C's

ส่วนประสมทางการตลาด 4C's	$\bar{x}$	S.D.	ผลการประเมิน
ด้านการรับรู้ปัญหาของลูกค้า	4.05	.35	มาก
ด้านต้นทุนของลูกค้า	4.14	.40	มาก
ด้านความสะดวกของลูกค้า	4.28	.34	มาก
ด้านการสื่อสารการตลาด	4.31	.27	มาก
โดยรวม	4.19	.13	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษการประเมินผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นต้นแบบตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4 C's โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ คะแนนเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ ด้านการสื่อสารการตลาด คะแนนเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ด้านความสะดวกของลูกค้า คะแนนเฉลี่ย 4.28 และด้านต้นทุนของลูกค้า คะแนนเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ด้านความมีชื่อเสียง เช่น การเป็นที่รู้จัก ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์และกลุ่ม ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การยอมรับจากลูกค้า และจำนวนลูกค้าที่มาก เป็นต้น รองลงมาคือ ด้านคุณค่าผลิตภัณฑ์ เช่น ความสวยงาม บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ และแสดงถึงวิถีชีวิตในชุมชน เป็นต้น และด้านกิจกรรมการผลิต เช่น การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การสร้างการเรียนรู้ ความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน และความเป็นเอกลักษณ์ของกิจกรรมการผลิตและความหลากหลายของกิจกรรมการผลิต เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร พรหมะเริง (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ปัญหาการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า มีการแข่งขันทางด้านราคามากขึ้น ราคาสินค้าตกต่ำ ขาดช่องทางการจัดจำหน่ายในต่างประเทศ และขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศญี่ปุ่นต้นแบบตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4C's)
(1) ด้านการรับรู้ปัญหาของลูกค้า ด้วยการจัดสรรที่ดินสำหรับเพาะปลูก การปลูก การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรให้มากขึ้น การพัฒนาตราสินค้า ด้วยการสร้างชื่อตราสินค้า โลโก้ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องสินค้าให้มีอายุการใช้งานที่นานขึ้นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าให้สามารถสื่อสารการตลาดจากบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่แสดงถึงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์
(2) ด้านต้นทุนของลูกค้า ด้วยการตั้งราคาที่สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์ (3) ด้านความสะดวกของลูกค้า ด้วยการจัดสรรช่องทางการจัดจำหน่ายให้ครอบคลุม และ (4) ด้านการสื่อสารการตลาด ด้วยการสื่อสารการตลาดให้ตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายสร้างพฤติกรรมซื้อและก่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด ก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพร ศรีอระยา และคณะ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอโบราณลาวซี-ลาวครั่ง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอโบราณลาวซี ลาวครั่ง จังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ บุคคลหรือพนักงาน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ราคา กระบวนการ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

3. การประเมินผลการยกระดับผลิตภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรกดังนี้ (1) ด้านการสื่อสารการตลาด เช่น การกำหนดพนักงานขายเพื่อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาสามารถกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และการส่งเสริมการขายมีความน่าสนใจและกระตุ้นในการการซื้อเพิ่มขึ้น เป็นต้น (2) ด้านความสะดวกของลูกค้า เช่น การจัดจำหน่ายทางตรงผ่านระบบออนไลน์ การกระจายสินค้า การขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และการจัดจำหน่ายหลายช่องทางอย่างครอบคลุม เป็นต้น และ (3) ด้านต้นทุนของลูกค้า เช่น ราคาสินค้ามีความเหมาะสมต้นทุน

ของลูกค้ารองลงมาคือ ราคาสินค้ามีหลายระดับราคา และการตั้งราคาสินค้าโดยพิจารณาถึงต้นทุนและกำไร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาสพงษ์ รุ้งทำนอง (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์โอท็อป น้ำพริกพออนงค์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (4C's) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีรสชาติอร่อย สะอาดมากที่สุด รองลงมาคือราคามีความเหมาะสมกับรูปแบบและลักษณะที่ได้รับ และราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ ตามลำดับ ส่วนช่องทางการซื้อสินค้าระบบออนไลน์มีความสะดวกเป็นประเด็นที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อยที่สุด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถูกปรับเปลี่ยนจากแบบพลาสติกเป็นแบบขวดแก้ว ทั้ง 6 รูปแบบ มีสีโลแกน ตราสัญลักษณ์ และอัตลักษณ์แสดงให้เห็นถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้ การประเมินผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และภาพรวมผลการพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์พบว่าเจ้าของผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

4. เมื่อพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนให้ทุกคนเกิดความตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน เพื่อให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มมากขึ้น สามารถเพิ่มรายได้ สร้างอาชีพเสริม สมาชิกชุมชนยอมรับและเข้าใจวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการแปลงสาธิตร่วมกัน การรวมใจ การเรียนรู้แนวคิดการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน ความเชื่อมั่นต่อผู้นำชุมชนที่มีความเข้าใจในการดำเนินงาน จึงเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ และมีความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรรถ อัจฉริยมนตรี (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและแปลงสาธิตเพื่อผลิตพืชผักพื้นบ้านปลอดสารพิษของกลุ่มเกษตรกรชุมชนช่อแล อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เกษตรกรยอมรับวิธีการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริหารจัดการแปลงสาธิตร่วมกัน จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะนำพาความสำเร็จมาสู่กลุ่มเกษตรกรรวมใจพอเพียงในการผลิตพืชผักพื้นบ้านปลอดภัยได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตระหนักถึงศักยภาพของชุมชนนำไปสู่กระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพได้มากขึ้น
2. การดำเนินการวิจัยอาจจะนำไปสู่การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนมันเทศ ญี่ปุ่นในเชิงการค้าให้มากขึ้น ด้วยความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการวิจัยร่วมกับนักวิจัย เช่น การพัฒนาด้านการตลาดดิจิทัล การเข้าสู่มาตรฐานการผลิต อ.ย. เป็นต้น
3. การแสดงความสามารถและศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทุกคนอย่างอิสระ ผู้มีส่วนร่วมทุกคนต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนา

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการจัดกระบวนการเรียนรู้ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและการถ่ายทอดความรู้ของการลงมือปฏิบัติการวิจัยหลากหลายแนวทางต่อไป เช่น การพัฒนาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านการบัญชีต้นทุน การพัฒนาด้าน Ecommerce และการตลาดดิจิทัลให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

นักวิจัยขอขอบพระคุณ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด ที่ให้การสนับสนุน การศึกษาการวิจัยและการนำเสนอผลงาน ขอพระขอบคุณกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนนาเจริญ-นากระต๊อบ ผู้นำชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ นักศึกษา ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้ให้ข้อมูลในการทำงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กิตพิัญญ์ ทองแกม และโฆสิต แพงสร้อย. (2562). ปัญหาและแนวทางส่งเสริมการขายสินค้าโอท็อปบนตลาดออนไลน์เชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 6(9), 4627-4644.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดเพชรบุรี. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชลกาญจน์ สดะบด. (2565). การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้า OTOP โดยใช้กลยุทธ์การตลาดผ่านน้ำสัฟฟาย สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 9(2), 178-210.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). สำนักนายกรัฐมนตรี. สืบค้นเมื่อ 21 กรกฎาคม 2566 จาก <https://www.ratchakitcha.soc.go.th>.
- สุดอนอม ดันเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชน อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7(2), 155-166.
- สุภาพร พรหมะเริง. (2561). แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 21(1), 248-258.
- สุภาสพงษ์ ภูพานทอง. (2562). การยกระดับผลิตภัณฑ์โอท็อปน้ำพริกพ่อบอนงค์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค (4C's). การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัย กำแพงเพชร ครั้งที่ 6. (765-775). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- อัคร อัจฉริยมนตรี. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และแปลงสาธิตเพื่อผลิตพืชผักพื้นบ้านปลอดสารพิษของกลุ่มเกษตรกรชุมชนข่อยแล อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนคุณภาพชีวิต, 5(1), 118 – 128.
- อรรถพร สร้อยระย้า และคณะ. (2565). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอโบราณลาว สี-ลาวครั้ง จังหวัดสุพรรณบุรี. ใน วิรัตน์ ปิ่นแก้ว (บรรณาธิการ), การประชุมวิชาการระดับชาติ “การวิจัยสร้าง Innovation and Technology เพื่อรองรับสังคมไทยสู่ยุค Digital World ครั้งที่ 14” (1776-1787). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษี
ผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากร
พื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

Technology Acceptance Affecting Decision to Use Tax E-Filing Service of
the Corporate at Bangkok Area Revenue Office 29

ศรารัม รุ่งกิตติพิพัทธ์^{1*} จิระพงศ์ เรืองกุล²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Sarat Rungkitpipat^{1*} Jirapong Ruanggoon²

^{1,2}Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: rungkitpipat.sasi@gmail.com

(Received: October 12, 2023; Revised: November 22, 2023; Accepted: December 18, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ 3) ศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และ 4) วิเคราะห์อิทธิพลของศีลธรรมทางภาษีในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวน 370 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานโดยการหาค่า t-test, F-test และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งหมด 12 ด้าน ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และผลการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 2) นิติบุคคลที่มีการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน ผู้ทำบัญชี มีประสบการณ์ในการยื่นแบบและชำระภาษีแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทุกด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต และ 4) ศีลธรรมทางภาษี

ไม่ได้เป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยี ด้านคุณภาพของระบบและด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, ศีลธรรมทางภาษี, การตัดสินใจยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต

Abstract

The research study aims to 1) study the level of technology acceptance and decision to use the service for filing forms and paying tax via internet 2) compare the differences in decision to use the service for filing forms and paying tax via internet classified according to business operating factors 3) study factors in technology acceptance that affect decision to use the service for filing forms and paying tax via internet and 4) analysis the influence of the tax moral as a moderating variable on the relationship between technology acceptance with the decision to use the service for filing forms and paying tax via internet. The sample group used in the research was 370 juristic persons in the Bangkok Area Revenue Office 29. The instruments used were questionnaires and interviews. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, F-test, and multiple regression analysis.

The results of the study were as follows: 1) Technology acceptance factors, a total of 12 aspects. In terms of performance expectations, the overall average was at the highest level, the average value was 4.56 and the results of the decision to choose to use the service for filing forms and paying taxes via the internet found that the overall level was at a high level, has an average of 3.96 2) Juristic persons with different business operations, registered capital, number of employees, accountants, and experience in filing and paying taxes. But there is no difference in choosing to use the service for filing forms and paying tax via internet. 3) Factors for accepting all aspects of technology It affects the decision to use the service for filing forms and paying tax via internet. 4) Tax ethics It is not a moderating variable of the relationship between technology adoption. Quality of the system and perception of benefits with the decision to choose to use the service for filing forms and paying tax via internet.

Keywords: Technology Acceptance, Tax Moral, Decision Use Filing the Income Tax Return by the Internet

บทนำ

กรมสรรพากรได้มีการจัดการแผนงานด้านระบบเทคโนโลยีโดยให้มีผู้เสียภาษียื่นแบบผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่ง E-Revenue หรือ กรมสรรพากรอิเล็กทรอนิกส์ เป็นหนึ่งในระบบการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ภาครัฐ ซึ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในปี 2564 ได้ส่งผลกระทบต่อการดำเนินการของกรมสรรพากร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำรงชีวิต และการดำเนินธุรกิจในบริบทใหม่ หรือ New Normal กรมสรรพากรจึงได้มีนโยบายในการพัฒนาเทคโนโลยีด้านภาษีที่ทันสมัย เพื่อช่วยผู้ประกอบการและผู้เสียภาษีจัดการเรื่องภาษีได้ง่าย สะดวกสบายยิ่งขึ้น ช่วยลดต้นทุนและลดความยุ่งยาก ในการจัดเก็บเอกสาร รวมทั้งให้คำปรึกษาเรื่องภาษีอากรกับผู้ประกอบการ

โดยสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 สามารถจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคล 2,137.745 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2563 สามารถจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลได้เพียง 1,834.527 ล้านบาท ลดลงมาร้อยละ 14.18 (กรมสรรพากร, 2565) เมื่อพิจารณาในส่วนการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตของนิติบุคคล พบว่าในปี พ.ศ.2562 มีนิติบุคคลยื่นแบบและชำระภาษีผ่านทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 78.54 ของจำนวนการยื่นแบบภาษีทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2563 นิติบุคคลยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 76.38 ของจำนวนการยื่นแบบภาษีทั้งหมด และยังพบว่ามีนิติบุคคลบางรายที่สมัครใช้บริการ E-Filing แต่ไม่ได้ยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และยังคงยื่นแบบและชำระภาษี ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ซึ่งในวันรองและวันสุดท้ายของการชำระภาษีของทุกเดือน ผู้ปฏิบัติงานจะต้องทำงานล่วงเวลา เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นั้น สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวนมากส่งผลให้บริการเกิดความล่าช้า และต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการให้บริการ (สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29, 2565) ซึ่งจากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคลจำนวนมากไม่ใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อาจเกิดจากหลายประการไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ของกรมสรรพากรยังไม่ทั่วถึง นิติบุคคลยังขาดความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของนิติบุคคล (ฉวีวรรณ ผลาหาญ, 2555) นอกจากนี้สาเหตุที่นิติบุคคล ยังคงยื่นแบบและชำระภาษีโดยยื่นแบบฟอร์มกระดาษอยู่ อันเนื่องมาจากการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ระบบยังไม่รองรับกรณีการยื่นเพิ่มเติม เฉพาะการยื่นเพิ่มเติมของสาขา หากนิติบุคคลได้ยื่นคำขอใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต แบบยื่นรวมกันสำนักงานใหญ่กับสาขาและหากต้องการยื่นเพิ่มเติมเฉพาะสาขาอย่างเดียว จะไม่สามารถทำการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตได้ จึงต้องทำการยื่นและชำระภาษีด้วยแบบฟอร์มกระดาษเท่านั้น และนิติบุคคลมีความไม่มั่นใจในการคำนวณยอดภาษีที่ต้องชำระ จึงยื่นแบบและชำระภาษีด้วยแบบฟอร์มกระดาษซึ่งจะได้คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในการกรอกแบบรายการชำระภาษี เป็นต้น

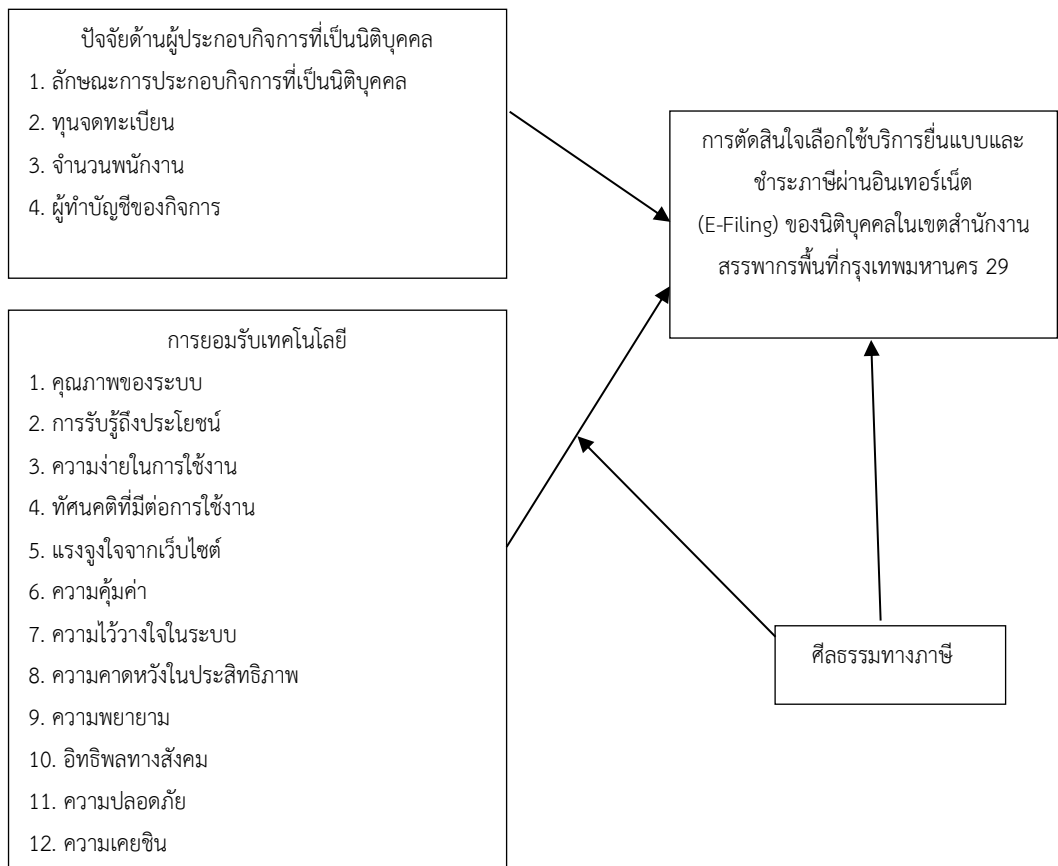
ดังนั้นการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องศึกษาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับกรมสรรพากรในการแก้ไขปรับปรุงรวมถึงพัฒนาระบบการยื่นแบบแสดงรายการภาษีทางอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อให้นิติบุคคลเกิดความมั่นใจนำไปสู่การตัดสินใจยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยี และการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบ และชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
4. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของศีลธรรมทางภาษีในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ของ Venkatesh et al. (2012) และแนวคิดของ Ajzen (1985) และการสังเคราะห์งานวิจัย มาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการกิจการที่เป็นนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวน 4,625 ราย (สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29, 2565)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกิจการที่เป็นนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวน 370 ราย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane

(1973) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 และผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายบัญชี และพนักงานฝ่ายบัญชี จำนวน 12 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งทางผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ได้รับจากการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีบริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

ส่วนที่ 3 สอบถามการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

ส่วนที่ 5 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) หรือแบบฟอร์มเสียภาษีแบบกระดาษ ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

การตรวจเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย จำนวน 4 คน โดยใช้วิธี Index of Item Congruence เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สื่อความหมายได้ตรงประเด็น และเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรในการวิจัยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ผลการวิจัยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .969 และโดยรวมทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .97 จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบบสอบถาม จำนวน 370 ฉบับ กับกลุ่มตัวอย่าง คือ นิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแล้วรอรับคืนด้วยตนเองโดยเก็บแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 1 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566 ถึงวันที่ 31 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 370 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล 12 ท่าน ประกอบด้วย ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายบัญชี พนักงานฝ่ายบัญชี ของนิติบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่

บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) ทุกครั้ง 2) กลุ่มที่ใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Filing) บางครั้ง และ 3) กลุ่มที่ใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีรูปแบบกระดาษ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเอง และนำมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ ค่าเอฟ วิเคราะห์ความแปรปรวน การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง ระดับการยอมรับเทคโนโลยีมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง ระดับการยอมรับเทคโนโลยีมาก ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง ระดับการยอมรับเทคโนโลยีปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง ระดับการยอมรับเทคโนโลยีน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง ระดับการยอมรับเทคโนโลยีน้อยที่สุด และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น บริษัทจำกัด จำนวน 226 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 61.10 และเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 144 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 38.90 มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 30 ล้านบาท จำนวน 213 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 57.60 มีพนักงานไม่เกิน 25 คน จำนวน 245 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 66.20 มีผู้ทำบัญชีจำนวน 234 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 63.20 ยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตและยื่นแบบฟอร์มกระดาษ ณ สำนักงานสรรพากร จำนวน 227 นิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 61.40

ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และการแปลผล

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
ด้านคุณภาพของระบบ	3.44	.505	-.06	-.60	ระดับปานกลาง
ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	4.43	.504	-.76	-.27	ระดับมาก
ด้านความง่ายในการใช้งาน	4.28	.591	-.43	-.72	ระดับมาก
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.31	.567	-.33	-.90	ระดับมาก
ด้านแรงจูงใจจากเว็บไซต์	4.36	.568	-.79	.05	ระดับมาก
ด้านความคุ้มค่า	4.41	.499	-.45	-.71	ระดับมาก

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
ด้านความไว้วางใจในระบบ	4.42	.555	-.87	.41	ระดับมาก
ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ	4.56	.485	-.85	-.14	ระดับมากที่สุด
ด้านความพยายาม	4.39	.575	-.80	-.31	ระดับมาก
ด้านอิทธิพลทางสังคม	4.50	.594	-1.13	.45	ระดับมาก
ด้านความปลอดภัย	4.38	.600	-.92	.36	ระดับมาก
ด้านความเคยชิน	4.50	.621	-1.15	.54	ระดับมาก
ศีลธรรมทางภาษี	4.29	.452	-.51	.06	ระดับมาก
การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	3.96	.672	-.44	-.01	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับการยอมรับเทคโนโลยี พบว่า ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านความง่ายในการใช้งาน ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านแรงจูงใจจากเว็บไซต์ ด้านความคุ้มค่า ด้านความไว้วางใจในระบบ ด้านความพยายาม ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความปลอดภัย ด้านความเคยชิน ด้านศีลธรรมทางภาษี การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า อยู่ในระดับมาก และด้านคุณภาพ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ โดยใช้ค่า (t-test) ตามลักษณะการประกอบกิจการ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	ห้างหุ้นส่วนจำกัด		บริษัทจำกัด		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีความตั้งใจใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.93	.972	3.92	.829	.014	.989
2.จะเลือกใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรกเมื่อต้องชำระภาษี	4.04	.915	4.01	.788	.268	.789
3.จะแนะนำระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ตให้บุคคลที่รู้จัก	4.27	.711	4.23	.745	.408	.683
4.ในอนาคตท่านจะยังคงใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ต	3.70	1.071	3.80	1.011	.902	.368
รวม	3.95	.714	3.96	.645	.207	.836

ตารางที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ โดยใช้ค่า (t-test) ตามลักษณะผู้ทำบัญชี

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	พนักงานบัญชี ของกิจการ		สำนักงานบริการ รับทำบัญชี		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.มีความตั้งใจใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.91	.859	3.95	.933	-.432	.666
2.จะเลือกใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรกเมื่อต้องชำระภาษี	4.05	.832	3.98	.851	.729	.466
3.จะแนะนำระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ตให้บุคคลที่รู้จัก	4.22	.690	4.29	.799	-.857	.392
4.ในอนาคตท่านจะยังคงใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.76	1.018	3.75	1.066	.172	.863
รวม	3.96	.644	3.95	.720	.096	.923

ตารางที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ โดยใช้ค่า (t-test) ตามลักษณะประสบการณ์การยื่นแบบ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	ยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต		ยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตและยื่นแบบกระดาษ ณ สำนักงานสรรพากร		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. มีความตั้งใจใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.91	.884	3.93	.890	-.235	.815
2. จะเลือกใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรกเมื่อต้องชำระภาษี	4.00	.830	4.04	.845	-.491	.623
3. จะแนะนำระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ตให้บุคคลที่รู้จัก	4.23	.738	4.26	.729	-.429	.668

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	ยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ต		ยื่นแบบผ่านอินเทอร์เน็ตและยื่นแบบกระดาษ ณ สำนักงานสรรพากร		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
4. ในอนาคตท่านจะยังคงใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	3.82	1.009	3.72	1.050	.930	.353
รวม	3.95	.699	3.96	.656	-.118	.906

ตารางที่ 5 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ โดยใช้ค่า (F-test) ตามลักษณะทุนจดทะเบียน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. มีความตั้งใจใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	3.031	2	1.516	1.937	1.46
	ภายในกลุ่ม	287.142	367	.782		
	รวม	290.173	369			
2. จะเลือกใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรกเมื่อต้องชำระภาษี	ระหว่างกลุ่ม	3.500	2	1.750	2.507	.083
	ภายในกลุ่ม	256.229	367	.698		
	รวม	259.730	369			
3. จะแนะนำระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ตให้กับบุคคลที่รู้จัก	ระหว่างกลุ่ม	.715	2	.357	.666	.514
	ภายในกลุ่ม	196.910	367	.537		
	รวม	197.624	369			
4. ในอนาคตท่านจะยังคงใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	3.205	2	1.603	1.501	.224
	ภายในกลุ่ม	391.865	367	1.068		
	รวม	395.070	369			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.433	2	.716	1.590	.205
	ภายในกลุ่ม	165.347	367	.451		
	รวม	166.780	369			

ตารางที่ 6 วิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ โดยใช้ค่า (F-test) ตามลักษณะจำนวนพนักงาน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1. มีความตั้งใจใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	.002	2	.001	.001	.999
	ภายในกลุ่ม	290.171	367	.791		
	รวม	290.173	369			
2. จะเลือกใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรกเมื่อต้องชำระภาษี	ระหว่างกลุ่ม	.354	2	.177	.251	.778
	ภายในกลุ่ม	259.376	367	.707		
	รวม	259.730	369			
3. จะแนะนำระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตให้กับคนที่รู้จัก	ระหว่างกลุ่ม	.747	2	.374	.697	.499
	ภายในกลุ่ม	196.877	367	.536		
	รวม	197.624	369			
4. ในอนาคตท่านจะยังคงใช้ระบบยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคล ผ่านอินเทอร์เน็ต	ระหว่างกลุ่ม	.87	2	.043	.040	.961
	ภายในกลุ่ม	394.984	367	1.076		
	รวม	395.070	369			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.083	2	.042	.091	.913
	ภายในกลุ่ม	166.697	367	.454		
	รวม	166.780	369			

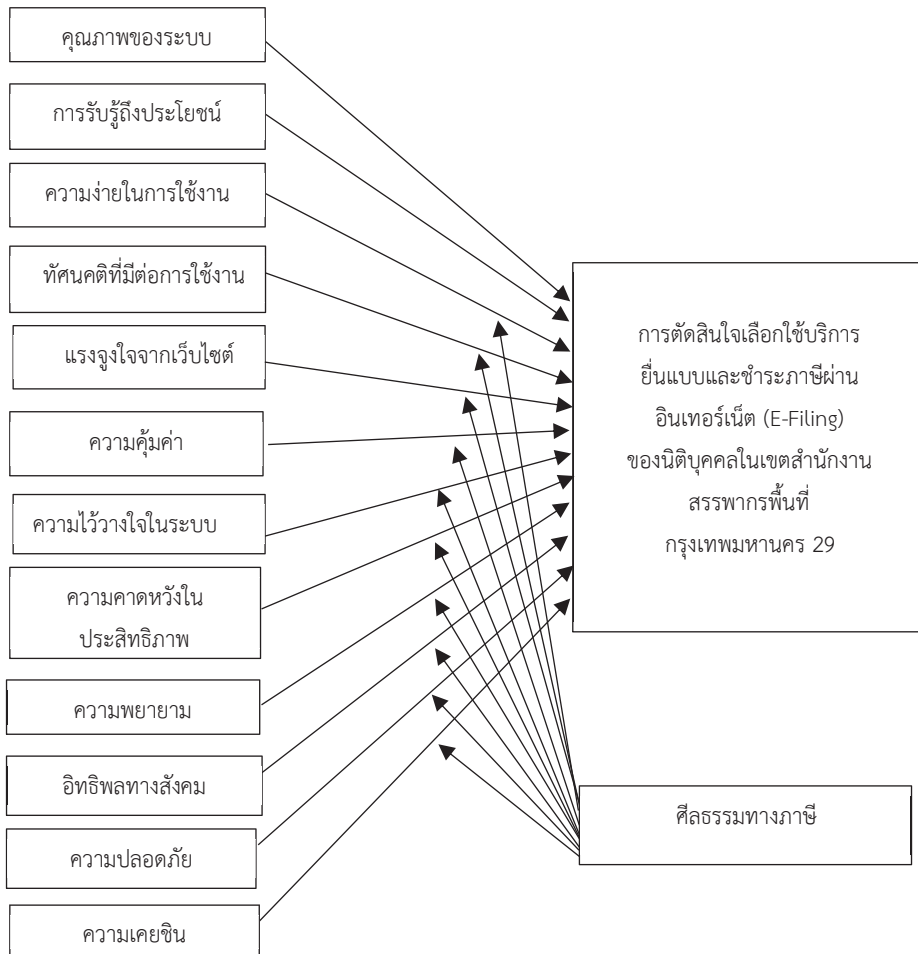
จากตารางที่ 2-6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามปัจจัยการประกอบกิจการ พบว่า นิติบุคคลที่มีลักษณะการประกอบกิจการ มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน ผู้ทำบัญชีของกิจการ และมีประสบการณ์ในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 วิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต โดยการใช้การถดถอยเชิงพหุคูณ

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	1.132	.296		3.822	0.000		
คุณภาพของระบบ	.014	.060	-.011	-.236	.813	.611	1.637
การรับรู้ถึงประโยชน์	-.016	.078	-.012	-.020	.840	.368	2.716
ความง่ายในการใช้งาน	-.010	.085	-.009	-.117	.907	.000	4.514
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	.009	.086	.007	.100	.920	.237	4.212
แรงจูงใจจากเว็บไซต์	-.038	.094	-.032	-.399	.690	.196	5.108
ความคุ้มค่า	.020	.091	.015	.220	.826	.273	3.665
ความไว้วางใจในระบบ	-.058	.088	-.048	-.653	.514	.234	4.278
ความคาดหวังในประสิทธิภาพ	.021	.105	.015	.200	.841	.217	4.617
ความพยายาม	-.102	.082	-.088	-1.250	.212	.254	3.943
อิทธิพลทางสังคม	-.169	.094	-.149	-1.786	.075	.179	5.582
ความปลอดภัย	.047	.096	.042	.492	.623	.170	5.870
ความเคยชิน	-.351	.087	-.324	-4.043	.000*	.194	5.152
ศีลธรรมทางภาษี	1.345	.066	.904	20.330	.000*	.631	1.585

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ศีลธรรมทางภาษี คุณภาพระบบ ความง่ายในการใช้งาน ความคุ้มค่า การรับรู้ประโยชน์ อิทธิพลทางสังคม ความไว้วางใจ ความพยายาม ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ทัศนคติในการใช้งาน ความเคยชิน แรงจูงใจจากเว็บไซต์ ความปลอดภัย

ความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 โดยมีศีลธรรมทางภาษีเป็นตัวแปรกำกับพบว่า ศีลธรรมทางภาษี เป็นตัวแปรกำกับของความสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับเทคโนโลยีเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านคุณภาพของระบบและด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ซึ่งศีลธรรมทางภาษีไม่ได้เป็นตัวแปรกำกับกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษารายการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า ระดับปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นิติบุคคลเกิดการรับรู้และยอมรับเทคโนโลยีในแต่ละด้าน โดยด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด เพราะนิติบุคคลมีความคาดหวังว่าช่วยสืบค้นข้อมูลย้อนหลังได้ทันที และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ เห็นว่าประหยัดเวลามีความถูกต้องและแม่นยำ ด้านความง่ายในการใช้งาน มีความง่ายในการใช้งานและการเข้าถึงระบบ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน เห็นว่าเป็นเรื่องที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน นอกจากนี้เกิดแรงจูงใจจากเว็บไซต์ กล่าวคือ การตอบสนองการใช้งานได้ดี ด้านความคุ้มค่า ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าช่องทางอื่น ส่วนด้านความไว้วางใจในระบบนั้นเพราะระบบความน่าเชื่อถือจนเกิดความเชื่อมั่น ส่วนด้านความพยายาม จะมีการทดลองใช้บริการหากมีการปรับปรุงแบบใหม่ ส่วนด้านอิทธิพลทางสังคม เจ้าหน้าที่กรมสรรพากร มีการแนะนำการใช้งานจึงทำให้ท่านเลือกใช้บริการผ่านอินเทอร์เน็ต ด้านความปลอดภัย มีระบบป้องกันข้อมูลจากบุคคลภายนอกที่ดี ส่วนปัจจัยด้านความเคยชินนั้นอาจเป็นเพราะว่า การยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเรื่องปกติที่ต้องทำทุกเดือน และด้านคุณภาพของระบบ ยังมีรายละเอียดขั้นตอนในการใช้บริการไม่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของศิริรัตน์ มุขดารา (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านศีลธรรมทางภาษี พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นิติบุคคลรู้สึกผิดหากยื่นแบบแสดงรายได้ไม่ตรงกับความเป็นจริง รู้สึกสบายใจถ้ายื่นแบบและชำระกำหนดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับพินิดา สุภาพอาภรณ์ (2561) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อผลสำเร็จของการยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ตของนิติบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ต มีผลต่อการลดทุจริต ส่วนการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ระบบมีความสะดวกและรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและต้นทุนเอกสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ นิพัทธรา ใจเป็ง (2560) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการจดทะเบียนในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 11 พบว่า ผู้ประกอบการมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบนิติบุคคลที่มีประกอบกิจการ มีทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน ผู้ทำบัญชีของกิจการ และมีประสบการณ์ในการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลแตกต่างกัน แต่มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เป็นระบบที่ใช้งานได้ง่าย สะดวก เอื้อต่อการใช้งานของนิติบุคคลทุกประเภท ดังนั้นนิติบุคคลถึงแม้จะมีลักษณะการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน ผู้จัดทำบัญชี หรือประสบการณ์ในการยื่นแบบต่างกันก็มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ ปฐมภรณ์ บำรุงผล (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม พบว่า คุณภาพของระบบโครงสร้าง ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ด้านการตอบสนอง/โต้ตอบ ด้านความปลอดภัย ด้านความคาดหวังในการพยายาม ด้านอิทธิพลสังคม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของธุรกิจภาคอุตสาหกรรม

4. ผลการศึกษาอิทธิพลของศีลธรรมทางภาษีในฐานะตัวแปรกำกับ เมื่อนิติบุคคลมีศีลธรรมทางภาษีที่มากขึ้นจะทำให้ การตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ของนิติบุคคลในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 มากขึ้นด้วย เนื่องจากนิติบุคคลมีทัศนคติด้านศีลธรรมทางภาษีที่ดีซึ่งจะทำให้การยื่นแบบภาษีหรือการขอคืนเงินภาษีด้วยข้อมูลที่เป็นจริง และไม่มีการหลบเลี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง อิทธิพลของศาสนาต่อทัศนคติในการปฏิบัติตามกฎระเบียบของผู้เสียภาษี เชิงประจักษ์จากวิธีการผสมการศึกษาในประเทศมาเลเซีย Mohdali & Pope (2014) พบว่า ความเชื่อทางศาสนาหรืออุดมคติทางศีลธรรมมีผลต่อการปฏิบัติตามระบบภาษีโดยความสมัครใจ ดังนั้น หากผู้เสียภาษีมียุคานิยมที่เกิดจากความเชื่อทางศาสนาหรืออุดมคติทางศีลธรรมที่ดีที่ได้หล่อเลี้ยงความรู้สึกในการปฏิบัติหน้าที่เป็นพลเมืองที่ดีต่อประเทศตลอดจนการมีส่วนช่วยเหลือผู้อื่นโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านคุณภาพของระบบ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ให้สามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เนื่องจากพบว่ามีส่วนของระบบยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต หรือในเรื่องของความเสถียรเมื่อมีการใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก

2. การกำหนดนโยบายทางด้านภาษาอากร โดยเฉพาะด้านศีลธรรมทางภาษา เพื่อเป็นแนวทางในการปลูกฝังค่านิยม กระตุ้นจิตสำนึกตระหนักในหน้าที่ที่ต้องเสียภาษี การสร้างแรงจูงใจในการเสียภาษีด้วยความเต็มใจ โดยการสร้างสังคมเกียรตินิยม ยกย่องนิติบุคคลที่ดำเนินการด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรมและจริยธรรมที่ดี เพื่อเป็นแบบอย่างในการให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม

3. กรมสรรพากร ควรมีการประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมโดยให้นิติบุคคลได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและทัศนคติที่ดีต่อการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต ควรกำหนดมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นิติบุคคล ยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น กำหนดระยะเวลายื่นแบบได้ 24 ชั่วโมงหรือให้ส่วนลดภาษี หรือลดค่าปรับ เพื่อเป็นการเชิญชวนให้นิติบุคคลเลือกยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกเพื่อศึกษาความต้องการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการให้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้ทุกประเภทผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งกรมสรรพากรสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดการวางแผนรูปแบบการให้บริการผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตได้

2. จากข้อค้นพบที่แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งหมดที่นำเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ตว่า ยังมีตัวแปรอื่นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น ด้านความแปลกใหม่ ด้านข้อวิตกกังวล เพื่อจะได้ทราบถึงตัวกระตุ้นของการใช้บริการยื่นแบบและชำระภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ต

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2565). ผลการจัดเก็บภาษี. สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.rd.go.th/310.html>.

ฉวีวรรณ ผลาหาญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ต: กรณีศึกษาผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มในจังหวัดปราจีนบุรี.

การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปฐมภรณ์ บำรุงผล. (2563). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการตั้งใจใช้บริการยื่นแบบภาษีเงินได้นิติบุคคลผ่านอินเทอร์เน็ตของผู้ยื่นภาษีในธุรกิจภาคอุตสาหกรรม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิพัทธ์รา ใจเป็ง. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการภาษีมูลค่าเพิ่มผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการจดทะเบียนในท้องที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 11. การศึกษาอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- พนิดา สุภาพอาภรณ์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อผลสำเร็จของการยื่นแบบภาษีทางอินเทอร์เน็ตของนิติบุคคล
ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระชั้นมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ศิริรัตน์ มุขดารา. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการยื่นแบบแสดงรายการและชำระภาษีเงินได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต
ในสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 9. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ศรีปทุม.
- สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29. (2565). รายงานการประชุมการบริหารการจัดเก็บภาษีของ
สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ประจำปี 2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานสรรพากรพื้นที่
กรุงเทพมหานคร 29.
- Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. Heidelberg:
Springer.
- Mohdali, R. & Pope, J. (2014). The Influence of Religiosity on Taxpayer's Compliance Attitudes
Empirical Evidence from a Mixed-Methods study in Malaysia. *Accounting Research
Journal University Technology Malaysia and Curtin University*, 14(1), 71-91.
- Venkatesh, V. et al. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology:
Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*,
36(1), 157-178.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row
Publications.

การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษา ในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

Work Based Education and Marketing Strategies Influencing University Admission
in the Business Organization Based University in Eastern Economic Corridor (EEC)

ศตวรรษ บุญผสม^{1*} สายพิน ปันทอง²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Sattawat Boonpasom^{1*} Saiphin Panthong²

^{1,2}Faculty of Business Administration, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author E-mail: sattawatboonp@pim.ac.th

(Received: June 10, 2023; Revised: July 18, 2023; Accepted: July 27, 2023)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ระดับปริญญาตรีของทุกคณะวิชา ประจำปีการศึกษา 2565 จำนวน 300 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 18-20 ปี มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีระดับการศึกษาก่อนการเข้ารับศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และมีรายได้ครอบครัว 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านการสร้างอาชีพ ด้านการสร้างสรณ์วัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p < .01$) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากรทางการศึกษา และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p < .05$) และมีระดับการตัดสินใจในเข้าศึกษาต่ออยู่ที่ร้อยละ 72.10

คำสำคัญ: การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง, มหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ, เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก, อีอีซี

Abstract

The objectives of this research were to study 1) Work-based education factor influence towards the decision to pursue higher education and 2) service marketing mix factors influence the decision to pursue higher education. The sample group was 300 first-year undergraduate students from all faculties, in the academic year 2022. Sampling by using multi-stage sampling. Statistics used were mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The level of significance was set at .05.

The results of the study indicate that the majority of the subjects were females aged between 18-20 years old who resided in the northeastern region. They had completed pre-admission level education at the upper secondary level and had a family income of 10,001 – 20,000 baht per month. The results of the hypothesis testing revealed that the learning factors derived from Work-based education, including lifelong learning, career building, and innovation, were statistically significant at the .01 level. ($p < .05$) The factors of the service marketing mix include the teaching and learning curriculum, teaching and learning management model, and educational personnel. Finally, the ultimate factor is the process of teaching and learning management, which has an impact on the admission of business organizations to universities located in the Eastern Economic Corridor (EEC) with a statistical significance level of .05. ($p < .05$) and there is a decision-making level for further education at 72.10 percent.

Keywords: Work Based Education, Corporate University, Eastern Economic Corridor, EEC

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) กรอบการพัฒนาทิศทางในภาพรวมกลไกสำคัญในการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับศักยภาพของประเทศเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทโลกใหม่ ด้วยการพัฒนาเชิงบูรณาการร่วมกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติเชื่อมโยงกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการศึกษาแห่งชาติและแผนด้านการอุดมศึกษา กำหนดให้มีการพัฒนาระเบียงเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ อีอีซี ในพื้นที่ 3 จังหวัด ประกอบด้วย ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง เพื่อเป็นฐานอุตสาหกรรมและบริการที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ชั้นสูงสุดเชื่อมต่อสำคัญของภูมิภาคเอเชียและอาเซียน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

สถาบันอุดมศึกษาทั้งในสังกัดและนอกสังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในเขตพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ปัจจัยสำคัญของการพัฒนาให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ด้วยการ ออกแบบการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นใช้ฐานความรู้และระบบคิดในลักษณะ สหวิทยาการ จัดการศึกษาที่สนับสนุนการวิจัย การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาเทคโนโลยีนำไปสู่การขับเคลื่อน อุตสาหกรรมเป้าหมายและการต่อยอดความต้องการแรงงานอุตสาหกรรม กำหนดความเชี่ยวชาญ ความพร้อม ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับสมรรถนะที่พึงประสงค์ ครอบคลุมทุกอุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้แผนการพัฒนากุศลกร การศึกษา การวิจัย และเทคโนโลยี (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565) สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ สถาบันอุดมศึกษาเฉพาะทาง ภายใต้บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยชูปรัชญาวิชาการประสานภาคปฏิบัติ มุ่งเน้นให้การศึกษาและฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะทางวิชาชีพสอดคล้องกับพันธ กิจและเป้าหมายขององค์กร ทางเลือกใหม่ของนักศึกษาและเน้นผลิตบัณฑิตจบแล้วพร้อมทำงานตอบโจทย์ของ ภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม (สมภพ มานะรังสรรค์, 2560) จัดการเรียนการสอนผ่านรูปแบบ Work-based Education หลักสูตรการศึกษาที่เน้นให้ผู้เรียนได้มีโอกาสเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ตอบโจทย์ความต้องการ ผ่านการสร้างคนยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรม สร้างคนแห่งอนาคตที่พร้อมทำงาน ในยุคดิจิทัล ด้วยเครือข่ายพันธมิตรและความร่วมมือตอบสนองความต้องการจ้างงานและทักษะที่จำเป็นใน ศตวรรษที่ 21 (พรวิทย์ พัชรินตะนกุล, 2562)

ปัจจุบันประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ ขาดกำลังคน ในเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และการผลิตกำลังคนที่มีสมรรถนะไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ขาดแคลน แรงงานประสพกับการแพร่ระบาดของเชื้อโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต พฤติกรรม การจัดการ ศึกษา จำนวนประชากรวัยทำงานลดน้อยลง และจำนวนนักเรียนเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยที่มีแนวโน้ม ลดลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการแข่งขันอย่างรุนแรงของมหาวิทยาลัย การเพิ่มจำนวนสถาบัน หรือขยาย วิทยาเขตใหม่ รวมถึงการเปิดหลักสูตรใหม่ๆ และแนวโน้มที่ต้องการเรียนรู้ตามความสนใจ รวมถึงภาคเอกชนเริ่ม ให้ความสำคัญกับการสรรหาและการจ้างงานตามสมรรถนะในการทำงานมากกว่าคุณวุฒิทางการศึกษาเป็นความ ท้าทายของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาในการพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับ นักศึกษาได้มีทางเลือกในสาขาวิชาชีพที่ตรงต่อความต้องการของตนเองสอดคล้องกับบริบทของสังคมในอนาคต ด้วยการพัฒนาการเรียนรู้ทั้งในและนอกระบบการเรียนการสอน สร้างการเรียนรู้ตลอดชีวิต การวิจัยนวัตกรรม และทักษะฝีมือที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพของคนตลอดช่วงชีวิต ให้มีประสิทธิภาพมีคุณสมบัติ ตรง และตอบ

โจทย์ความต้องการของประเทศ สอดรับกับแผนการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก รองรับแผนปฏิบัติการพัฒนาใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่เลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านต่างๆ ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อและนำผลที่ได้จากการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนด นโยบาย ยุทธศาสตร์ การวางแผนและเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุกที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้พร้อมสำหรับสภาพการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเป็นแนวทางสำหรับการจัดการเรียนการสอนที่เหมาะสม สร้างระบบนิเวศเพื่อสร้างเสริมมหาวิทยาลัยที่ยั่งยืนต่อไป โดยศึกษาเรื่อง “การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Work-based Education: WBE)

เลิศชัย สุธรรมานนท์ มัลลิกา บุญญาศรีรัตน์ และดารา วัฒนเวทย์ (2562) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการแข่งขันในอนาคต สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชน ล้วนเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งนำสังคมด้วยวิชาการและปัญญาที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาและเตรียมพร้อมรับกับความท้าทายในอนาคตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงคือการจัดการศึกษาตามหลักสูตรควบคู่กับฝึกเตรียมเข้าทำงานกับสถานประกอบการในทุกภาคการศึกษาเพื่อสร้างบัณฑิตให้มีทักษะในศตวรรษที่ 21 มีคุณภาพในเชิงวิชาการสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมรับกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ด้วยตนเอง ทั้งยังสามารถปฏิบัติงานได้จริงตรงตามความต้องการของสถานประกอบการด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ

การเรียนรู้ตลอดชีวิต คือ เรียนรู้กับคณาจารย์ในหลักการภาคทฤษฎีประกอบกับเรียนรู้วิชาการเรียนรู้
นอกจากตำราจากกรณีศึกษาโดยผู้ปฏิบัติงานจริงในองค์กร

การสร้างอาชีพ คือ การเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติงานจริง ด้วยการออกแบบสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการตอบสนองความต้องการจ้างงานและทักษะที่จำเป็น เพื่อไปเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจผลักดันการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายให้ตอบสนองประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ

การสร้างสรค์นวัตกรรม คือ การพัฒนาองค์ความรู้และส่งเสริมนวัตกรรม เพื่อพัฒนาองค์กรเตรียมพร้อมรับความเปลี่ยนแปลงด้วยการทดลองในสถานประกอบการจริงร่วมกับนักศึกษา คณาจารย์ข้ามสาขาวิชา ต่อยอดร่วมกันเป็นโครงการนวัตกรรมสู่เวทีประกวดในระดับสถาบัน และกลุ่มธุรกิจเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กลับสู่องค์กร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) เกี่ยวข้องกับสำหรับธุรกิจที่ให้บริการ เป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือสิ่งที่ธุรกิจเสนอขายมอบแก่ลูกค้าได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าที่มีตัวตนหรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้ซึ่งบางสิ่งบางอย่างอยู่ในรูปตัวเงินเปรียบเทียบกับคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของบริการ ก่อนการตัดสินใจซื้อควรมีการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสม

3. ช่องการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้า และบริการให้กับลูกค้า โดยพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ จูงใจเพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์ให้เกิดทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมใช้บริการ และสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผลิตภัณฑ์

5. บุคคล (People) หมายถึง บุคลากรทั้งหมดในองค์กร ครอบคลุมทุกระดับที่มีหน้าที่ในการให้บริการ มีบทบาทสำคัญสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การจูงใจ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง วิธีการ ระเบียบ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานปฏิบัติในด้านการบริการเพื่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งปลูกสร้างทางกายภาพ ตึก อาคาร สำนักงานการตกแต่งสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ เคนเตอร์ให้บริการ แบบฟอร์ม และป้ายประชาสัมพันธ์ เพื่อใช้ในการนำเสนอ สนับสนุนการขาย กำหนดกลยุทธ์การตลาด เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ

แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล (2561) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภค คือ การเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไปว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อโดยกระบวนการตัดสินใจซื้อสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้กระบวนการก่อนการตัดสินใจเป็นกระบวนการแรกที่เกิดขึ้นก่อนที่จะซื้อหรือบริโภคจะเกิดขึ้น แบ่งออกได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ คือ ผู้บริโภคจะตระหนักถึงความต้องการในสิ่งที่ตนยังขาดหายไปในชีวิตและมองหาสินค้าหรือบริการ การค้นหาข้อมูล คือ ขั้นตอนกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจากแหล่งต่างๆ นอกจากที่ระลึกจำได้ นำมาเพื่อแก้ปัญหาตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็น การประเมินทางเลือก คือ ขั้นตอนเมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่มาหนึ่งหรือหลายแหล่งที่มา

2. ขณะตัดสินใจ คือ ขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องตัดสินใจหลังจากที่รับรู้ความต้องการของตนและได้ค้นหาข้อมูลที่สามารถตอบสนองความต้องการ และประเมินทางเลือกสินค้าทั้งด้านผลประโยชน์และความเสี่ยง

3. กระบวนการหลังการซื้อ คือ ขั้นตอนสุดท้ายเรื่องของความรู้สึกหลังการซื้อและได้ทดลองสินค้าแล้ว ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษาในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

การจัดสหกิจศึกษาและการศึกษาเชิงบูรณาการกับการทำงาน Cooperative Work Integrated Education หรือ CWIE หลักสูตรการเรียนการสอนในลักษณะร่วมผลิตระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและสถานประกอบการ ภาครัฐ เอกชน ชุมชน เพื่อให้บัณฑิตพร้อมสู่โลกแห่งการทำงานจริงได้ทันที มีสมรรถนะตรงกับความต้องการของตลาดงาน สามารถพัฒนาอาชีพในปัจจุบัน และเตรียมพร้อมรองรับตำแหน่งงานอนาคตในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2564) กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาแบ่งเป็นระยะสั้น และระยะปานกลาง โดยระยะสั้นมหาวิทยาลัยในพื้นที่สามารถกำหนดความเชี่ยวชาญความพร้อมของมหาวิทยาลัย และแนวทางการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร การวิจัย และเทคโนโลยีเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายพัฒนาหลักสูตรในสาขาที่มีความพร้อมและมีความต้องการจากนักลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย และการนำผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาหลักสูตรที่ยังไม่มีหลักสูตรในประเทศไทย โดยจัดตั้งคณะทำงานประสานงานด้านการพัฒนาบุคลากรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC HDC กำหนดหลักสูตรร่วมกันระหว่างกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) กับ โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี ใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมาย หรือ 12 S Curve สอดคล้องกับอุตสาหกรรมยุคใหม่ออกแบบหลักสูตรร่วมกับผู้ประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรมด้วยรูปแบบ EEC Model หลักสูตร

การศึกษารูปแบบใหม่การผลิตบุคลากรให้ได้ตามเป้าหมาย บริหารจัดการการศึกษาตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน อาชีวศึกษา ไปจนถึงระดับอุดมศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 EEC Model Type A และกลุ่มที่ 2 EEC Model Type B

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงมีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย ได้กำหนดให้สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ วิทยาเขตอโศก เป็นสถานที่ดำเนินการวิจัย (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของทุกคณะวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 511 คน ผู้วิจัยจึงคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 225 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีการสำรองและเพิ่มขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็น 300 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

จากข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีสามารถสังเคราะห์เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

1. การทดสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามเท่ากับ .96

2. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการหาความเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อถือเท่ากับ .94

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sample) โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling)

1. เริ่มจากการสุ่มแบบโควตา (Stratified Random Sampling) โดยทำกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Sampling) หาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักศึกษาแต่ละคณะวิชา ดังนี้ คณะบริหารธุรกิจ จำนวน 196 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65.17 คณะพยาบาลศาสตร์ จำนวน 79 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.61 และคณะการจัดการธุรกิจ 25 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.22 รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 300 คน

2. การสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากสูตรสำเร็จรูป แทนค่าประชากร (N) เท่ากับ 511 คน และกลุ่มตัวอย่าง (n) เท่ากับ 300 จึงได้ค่าอัตราส่วน (k) เท่ากับ 1.70 ดังนั้นจำนวนนักศึกษา ทุกๆ 2 คน จะได้รับการสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่าง 1 คน โดยสุ่มตัวอย่าง (Random Sample) จนได้กลุ่มตัวอย่างรวม 300 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้สถิติ t-test Independent Sample, F-test Independent Sample, ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.00 มีอายุ 18 – 20 ปี ร้อยละ 76.33 ส่วนใหญ่นักเรียนอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 28.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 70.00 และรายได้ครอบครัวอยู่ในระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 40.68

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง มีความเห็นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .61) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การเรียนรู้ตลอดชีวิต มีความเห็นในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การสร้างอาชีพ มีความเห็นในระดับมาก และการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีความเห็นในระดับมาก โดยทำการวิเคราะห์แยกย่อยระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต พบว่า นักศึกษาสามารถเข้าถึงการเรียนรู้จากการลงฝึกปฏิบัติงานจริง มีความเห็นในระดับมากที่สุด ด้านการสร้างอาชีพ พบว่า รูปแบบการศึกษาสร้างโอกาสในการมีอาชีพทันทีหลังสำเร็จการศึกษา มีความเห็นในระดับมากที่สุด และด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่า นักศึกษาสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีสร้างนวัตกรรมผ่านการถ่ายทอดความรู้จากสถาบันเพื่อคิดนวัตกรรม มีความเห็นในระดับมาก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีความเห็นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = .66) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน (Process) ด้านบุคลากรทางการศึกษา (People) ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน (Place) ด้านการส่งเสริมการศึกษา (Promotion) ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา (Physical Evidence) มีความเห็นในระดับมากที่สุด ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน (Product) และด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา (Price) มีความเห็นในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลระดับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษา

ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาพรวมของการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี มีความเห็นในระดับมากที่สุด

($\bar{X} = 4.28$, S.D. = .72) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญด้านการประกอบอาชีพหลังจบการศึกษาในการตัดสินใจเรียน นักศึกษาวางแผนเป้าหมายการทำงานชัดเจนหลังจบการศึกษา นักศึกษาได้รับข้อมูลของสถาบันการศึกษาจากสื่อสารผ่านการแนะแนวและสื่อออนไลน์ นักศึกษาศึกษาหาข้อมูลของหลักสูตรของสถาบันการศึกษาเมื่อมีความต้องการการศึกษาต่อ มีความเห็นในระดับมากที่สุด และนักศึกษาเปรียบเทียบความเหมาะสมของหลักสูตรก่อนการตัดสินใจศึกษาต่อ มีความเห็นในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 และสมมติฐานข้อที่ 2 โดยการเปรียบเทียบปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับระดับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โมเมนต์ผลคูณอย่างง่ายของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ระหว่าง .414 ถึง .712 แสดงให้เห็นว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ศึกษาเป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่เกิน .08 และไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่สูงเกิน (Multicollinearity) จึงนำไปทดสอบเพื่อหาสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)									
	ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	ด้านการสร้างอาชีพ	ด้านการสร้างสรรคนวัตกรรม	ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา	ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน	ด้านการส่งเสริมการศึกษา	ด้านบุคลากรทางการศึกษา	ด้านลักษณะของสถานศึกษา	ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน
ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	1									
ด้านการสร้างอาชีพ	.636**	1								
ด้านการสร้างสรรคนวัตกรรม	.553**	.584**	1							
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	.557**	.540**	.564**	1						
ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา	.504**	.502**	.499**	.601**	1					

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)									
	ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต	ด้านการสร้างอาชีพ	ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม	ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา	ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน	ด้านการส่งเสริมการศึกษา	ด้านบุคลากรทางการศึกษา	ด้านลักษณะของสถานศึกษา	ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน
ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน	.520**	.556**	.552**	.615**	.470**	1				
ด้านการส่งเสริมการศึกษา	.414**	.485**	.475**	.491**	.526**	.604**	1			
ด้านบุคลากรทางการศึกษา	.451**	.552**	.437**	.496**	.544**	.486**	.549**	1		
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา	.525**	.532**	.474**	.577**	.559**	.581**	.579**	.636**	1	
ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน	.562**	.591**	.520**	.585**	.546**	.623**	.550**	.606**	.712**	1

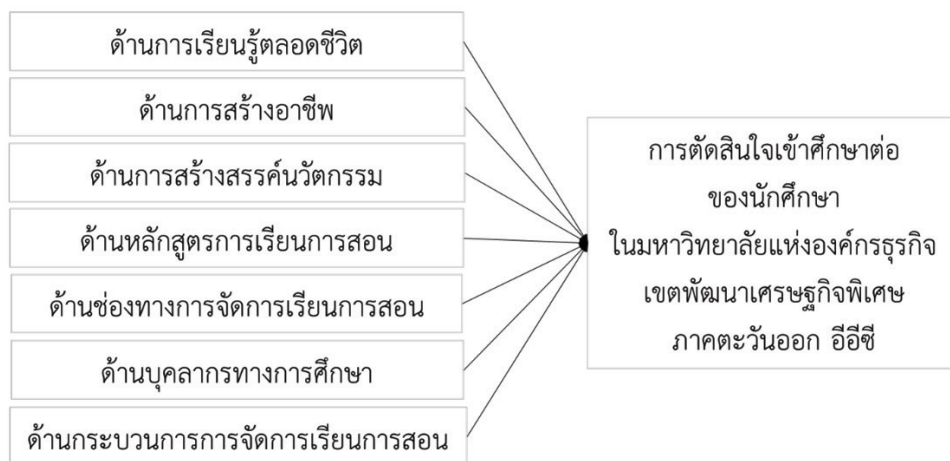
หมายเหตุ : *r.< .05, ** r.< .01

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงมีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ($\beta = .279$, Sig. = .000***) ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม ($\beta = .261$, Sig. = .000***) และด้านการสร้างอาชีพ ($\beta = .221$, Sig. = .000***) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = .421$) คิดเป็นร้อยละ 42.10 โดยสามารถเขียนให้อยู่ในรูปของสมการเชิงพหุคูณเพื่อทำนายอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

และผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการมีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ($\beta = .164$, Sig. = .009) ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน ($\beta = .197$, Sig. = .002) ด้านบุคลากรทางการศึกษา ($\beta = .161$, Sig. = .008) และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน ($\beta = .147$, Sig. = .032) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ ($R^2 = .457$) ร้อยละ 45.70 ในขณะที่ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการศึกษา และด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษานั้นไม่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากการศึกษาวิจัยผู้วิจัยสามารถพัฒนาสรุปและพัฒนาเป็นโมเดลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษา

ในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี Yamane จัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่องการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านการสร้างอาชีพ และด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ค่าสัมประสิทธิ์ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพในการพยากรณ์ คิดเป็นร้อยละ 42.10 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ

ด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักศึกษาสามารถเข้าถึงการเรียนรู้จากการลงฝึกปฏิบัติงานจริง โดยสถาบันการศึกษาเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน มีส่วนร่วมเสนอความคิดเห็นการแก้ไขปัญหาในการพัฒนาองค์กร และสามารถพัฒนาความสามารถของตนเองตามลำดับของชั้นปี จากประสบการณ์ที่ได้ลงฝึกปฏิบัติงานจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระมหาเทวินทร ชินบุตร (2564)

ได้ทำการศึกษาเรื่อง สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถาบันอุดมศึกษา ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคคลเพื่อให้มีทักษะ มีการศึกษา และค้นคว้าแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเอง มีแรงจูงใจที่จะศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง

ด้านการสร้างอาชีพ พิจารณารายด้าน พบว่า สถาบันการศึกษามีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่ช่วยเพิ่มทักษะแสดงศักยภาพในการทำงานด้านองค์กรธุรกิจ พิจารณา คัดเลือก ในตำแหน่งที่เหมาะสม สร้างโอกาสในการมีอาชีพทันทีหลังสำเร็จการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรา จันทราเกตุวิ และพรพิมล ประสงค์พร (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียนโดยใช้การเรียนรู้ในรูปแบบ Work-Based Education ผลการศึกษาพบว่า หลักสูตรสามารถออกแบบและปรับเปลี่ยนกระบวนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับบริบทสายงานอาชีพ

ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีความเห็นในระดับมาก พิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษารับรู้ถึงวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ โดยที่นักศึกษาสามารถใช้สื่อเทคโนโลยีในการสร้างนวัตกรรมผ่านการถ่ายทอดความรู้จากสถาบัน การพัฒนาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ด้วยมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นแบบสร้างสรรค์ และบูรณาการในรายวิชาที่เรียนเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาชีพมีโอกาสจัดสิทธิบัตรเพื่อเป็นผลงานส่งผลให้เกิดเป็นองค์ความรู้ด้านนวัตกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธาสินี ยอดอุดม ธนโชติ บุญวรโชติ และภฤณมา ตรีศีลวัฒนกุล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยในการพัฒนาศักยภาพทางด้านนวัตกรรมของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า บทบาทสำคัญในการเพิ่มจำนวนนวัตกรรมของประเทศคือการเปิดกว้างด้านการลงทุนระหว่างประเทศ เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนภายใต้ยุทธศาสตร์และนโยบายที่สอดคล้องกับการเพิ่มศักยภาพทางนวัตกรรม

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากรทางการศึกษา ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยแห่งองค์กรธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี แสดงให้เห็นว่า

ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน การเรียนรู้ควบคู่กับการฝึกปฏิบัติจริง Work-Based Education (WBE) หรือรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่สถาบันการศึกษาเปิดสอนมีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานใน 12 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย (12 New S-curve) ด้วยการเสริมสร้างประสบการณ์ในระหว่างช่วงเรียนและช่วงฝึกปฏิบัติในสถานประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชนนท์ อ่อนชื่น และสายพิน ปันทอง (2564) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรปราการ

ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน แสดงให้เห็นว่า สถานที่ตั้งของสถาบันการศึกษาอยู่ในพื้นที่เหมาะสม การจัดการเรียนการสอนผสมผสานระหว่างออนไซต์กับออนไลน์ และการให้บริการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ผ่าน E-Learning THAI MOOC และ PIM MOOC ที่สามารถเรียนจบภายในระยะที่กำหนด พร้อมทั้งสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคมทำให้เข้าสู่ตลาดแรงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิสามะแอะสะแม และสายพิน ปั่นทอง (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย แห่งองค์ธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ด้านบุคลากรทางการศึกษา พบว่า อาจารย์และบุคลากรทางการศึกษามีความรู้ความสามารถ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ตรงกับสาขาวิชาที่เปิดสอน มีความเชี่ยวชาญด้านอาชีพ ด้านนวัตกรรมตรงกับสาขาที่เรียน สามารถให้คำปรึกษากับนักศึกษาได้อย่างทั่วถึงด้วยความยินดี เต็มใจ เอาใจใส่ต่อการเรียนและการแก้ปัญหา ให้บริการด้วยความรวดเร็ว สนับสนุน และให้คำแนะนำดูแลนักศึกษาเป็นอย่างดีในช่วงเรียนและฝึกปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อลงกรณ์ อัมมวงค์จิตต์ ศรีรัฐ ภัคศิริณชิต และนพดล อินทรจันทร์ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ที่วิทยาลัยนวัตกรรมการ สื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน สถาบันการศึกษามีการวางแผนจัดการเรียนการสอนโดย มีปฏิทินการศึกษาและปฏิทินกิจกรรมที่เหมาะสม มีระบบการจัดการการศึกษาที่ชัดเจน ช่วยอำนวยความสะดวก ในการเรียนรู้ด้วยตนเองผ่าน E-Learning พร้อมระบบการประเมินผลการเรียน และสามารถดูผลการเรียนผ่าน ระบบ “บริการการศึกษา” (REG) ได้สะดวกรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sankham & Hamra (2016) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่จะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย แปซิฟิก (AIU) ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะด้านปัจจัยการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การเรียนรู้ตลอดชีวิต การสร้างอาชีพ และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ปัจจัยที่กล่าวมานี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย แห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า การให้ความสำคัญกับการ พัฒนาศักยภาพทุกช่วงวัย ผ่านแผนพัฒนา 4 New ได้แก่ 1) New Position การสร้าง “จุดต่าง” ด้วยการยกระดับคุณภาพการศึกษาเทียบเคียงประเทศพัฒนาแล้ว 2) New Product การพัฒนาหลักสูตรใหม่ ๆ บูรณาการสหวิทยาการวิชาใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอน ขยายโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาให้กับประชาชน ทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย 3) New Media การสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มเป้าหมายกระตุ้นให้การตัดสินใจเลือกเข้าเรียน ด้วยการปรับภาพลักษณ์ให้ชัดมากยิ่งขึ้น ถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรมแก่ชุมชน สังคม อุตสาหกรรม และ 4) New Connect เน้นย้ำและให้ความสำคัญสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางการศึกษา ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ เพื่อ

เชื่อมโยงองค์ความรู้ ทักษะอาชีพ เทคโนโลยีขั้นสูง ผ่านกระบวนการคิดการปฏิบัติ ประยุกต์และต่อยอดในการทำงานตรงกับความต้องการของภาคธุรกิจและตอบโจทย์สังคม

2. ข้อเสนอแนะด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านช่องทางการจัดการเรียนการสอน ด้านบุคลากรทางการศึกษา และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอน เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี แสดงให้เห็นว่า หลักสูตรการเรียนการสอนมีลักษณะที่โดดเด่น ดังนั้นสถาบันการศึกษาจึงจำเป็นต้องวาง Positioning เพื่อสร้างจุดขายใหม่ด้วยหลักสูตรใหม่ ๆ อาทิเช่น หลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น หลักสูตร Upskill และหลักสูตร Reskill เพื่อพัฒนาทักษะให้มีความหลากหลาย ครอบคลุมรองรับการปรับตัวในตลาดแรงงานทั้งไทยและต่างประเทศ ปรับปรุงกระบวนการจัดการเรียนการสอนเพิ่มช่องทางการจัดการเรียนการสอน ด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาแอปพลิเคชันนำเนื้อหาการเรียน รวมทั้งช่องทางการติดต่อการรับบริการจากหน่วยงานภายนอกสถาบันการศึกษา เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ข้อเสนอแนะด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษา ด้านการส่งเสริมการศึกษา ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจ เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานศึกษาที่เปิดทำการเรียนการสอนมีความใหม่ในพื้นที่ ดังนั้นการทำให้นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง ผู้ที่สนใจ ชุมชนโดยรอบ โรงเรียนวิทยาลัย มหาวิทยาลัยใกล้เคียง และสถานประกอบการ ตลอดจนหน่วยงานภายนอกรับรู้ถึงการมีตัวตนของสถาบันการศึกษา ด้วยการสร้าง Brand Awareness ที่เชื่อมโยงกับการส่งเสริมการศึกษา พร้อมกับการจัดแผนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับนักศึกษา

2. จัดทำพัฒนาแบบวัดระดับความผูกพันความคุ้มค่าของความรู้ที่ได้รับจากทุนการศึกษา สวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวกของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัย ที่จากเดิมมหาวิทยาลัยกำหนดโจทย์ เปลี่ยนเป็นนักศึกษา กำหนดโจทย์โดยใช้ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางในการสร้างระบบนิเวศกลุ่มมหาวิทยาลัยที่ยั่งยืน

3. ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง และประชากรในสถานที่ที่แตกต่างกัน เพื่อนำข้อมูลการศึกษาเปรียบเทียบกับงานวิจัยฉบับนี้ว่าแตกต่างหรือสอดคล้องกันอย่างไร ผลที่ได้จากการวิจัยจะได้นำมาพัฒนาปรับปรุง กำหนดแนวทางการพัฒนาในลำดับถัดไป

4. นำไปต่อยอดในการทำแผนพัฒนารูปแบบกลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก อีอีซี

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล และสถานที่ในการทำวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- จิตรรา จันทราเกตุรวี และพรพิมล ประสงค์พร. (2564). การเสริมสร้างสมรรถนะของผู้เรียนโดยใช้การเรียนรู้ในรูปแบบ Work-based Education. *วารสารปัญญาภิวัฒน์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์*, 13(1), 308–317.
- ณัฐชนนท์ อ่อนชื่น และสายพิณ ปั่นทอง. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนในระบบทวิภาคี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ของผู้ปกครองในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(3), 63–77.
- พรวิทย์ พชรินตะนกุล. (2562). มหาวิทยาลัยไม่ใช่แค่สอนหนังสือ แต่เรามีหน้าที่พัฒนามนุษย์. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2566 จาก <http://www.cp-enews.com/news/details/cptalk/3421>.
- พระมหาเทวินทร์ ชินบุตร. (2564). สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตในสถาบันอุดมศึกษา. *พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*.
- เลิศชัย สุธรรมานนท์ มัลลิกา บุญญาศรีรัตน์ และดารา วัจนเวทย์. (2562). การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงทางเลือกใหม่ของอุดมศึกษาไทย. *นันทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์*.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). *หลักการตลาด*. (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสาร จำกัด.
- สมภพ มานะรังสรรค์. (2560). ก้าวอย่างมุ่งมั่นของ PIM สู่มหาวิทยาลัยแห่งองค์ธุรกิจชั้นนำของอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2565 จาก <http://www.cp-enews.com/news/details/cptalk/1410>.
- สุธาสินี ยอดอุดม ธนโชติ บุญวรโชติ และกฤษณา ตรีศีลวัฒนกุล. (2563). ปัจจัยในการพัฒนาศักยภาพทางด้านนวัตกรรมของประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(3), 19–38.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2564). *อีอีซี โมเดลต้นแบบการศึกษายุคใหม่ทั่วประเทศ*. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565 จาก <https://www.securitysystems.in.th/2021/04/eec-model-master-of-thai-modern-education/?fbclid=IwAR0DiuYBp7s>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *จำนวนสถาบันอุดมศึกษาจำแนกตามประเภทสถาบันอุดมศึกษา ปีการศึกษา 2564*. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565 จาก <https://info.mhesi.go.th/>.

- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). **จำนวนสถาบันอุดมศึกษา
จำแนกตามประเภทสถาบันอุดมศึกษา ในเขตพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
ปีการศึกษา 2564**. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565 จาก <https://info.mhesi.go.th/>.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579**. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม
2565 จาก <http://www.onec.go.th/th.php/page/category/CAT0000018>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่
13 พ.ศ. 2566-2570**. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2565 จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt_
news.php?nid=6420&filename=develop_issue](https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue).
- เหมือนจิต จิตสุนทรชัยกุล. (2561). **พฤติกรรมผู้บริโภคกับธุรกิจค้าปลีก**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บริษัท
ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- อลงกรณ์ อัมมวงศ์จิตต์ ศรีรัฐ ภักดีรินชิต และนพดล อินทรจันทร์. (2565). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก
เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีที่วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.
- อิสามะแอะ สะแม และสายพิน ปั่นทอง. (2565). **อิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย
แห่งองค์กรธุรกิจของนักศึกษาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วารสารสุทธิปริทัศน์, 36(3), 226-244.**
- Kotler, P. & Keller, K. (2016). **Marketing Management**. (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sankham, S. & Hamra, W. A. (2016). **Factors Affecting Student Decisions to Study at Asia-
Pacific International University**. Retrieved from March 12, 2023, from
<https://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope>.
- Yamane, T. (1970). **Statistics: An Introductory Analysis**. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง

Branding and Marketing Mix Towards the Perception of Community Product Value
in Lampang Province

อัจฉรา เมฆสุวรรณ^{1*} ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช² พอใจ สิงหนะตร³ ปัทมา อภิชัย⁴

^{1,2,3}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

⁴คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Atchara Meksuwan^{1*} Kajohnsak Wongvirach² Porjai Singhanate³ Pattama Apichais⁴

^{1,2,3}Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University

⁴Faculty of Sciences, Lampang Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: atchara@g.lpru.ac.th

(Received: October 1, 2023; Revised: October 31, 2023 Accepted: November 3, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของการสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษา พบว่าอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ($\beta = .352$) และการสร้างแบรนด์ ($\beta = .230$) มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากการกระตุ้นทางการตลาดของผู้ประกอบการทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายมากขึ้น อย่างไรก็ตามการสร้างแบรนด์ก็เป็นสิ่งจำเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: การสร้างแบรนด์, ส่วนประสมทางการตลาด, การรับรู้คุณค่า, ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

This research aims to test the influence of branding and marketing mix on the perceived value of community products in Lampang Province. The sample group was tourists who purchased community products in Lampang Province. During the month of November Until December 2022, there are 385 people. The instrument used in the research is a questionnaire, and statistics used in data analysis include mean, standard deviation. and stepwise multiple regression analysis.

The results of the study found that the influence of the marketing mix ($\beta = .352$) and branding ($\beta = .230$) influence the perceived value of community products in Lampang Province with statistical significance at the .05 level. Most tourists are aware of community products from the marketing incentives of entrepreneurs, making it easier to make purchasing decisions. However, creating a brand is also a necessity of buying community products.

Keywords: Branding, Marketing Mix, Perceived Value, Community Products

บทนำ

ในปัจจุบันการทำธุรกิจต้องอาศัยการสร้างแบรนด์เพื่อแสดงถึงความเป็นตัวตน โดยผู้ประกอบการมักจะมีการใช้แบรนด์ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดด้วยการสื่อสารแบรนด์เพื่อให้เกิดภาพจำต่อผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่มีต่อสินค้าและบริการ หรือองค์การทางธุรกิจ ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงการนำเสนอภาพจำหรือสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์หรือองค์การทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้เกิดการตัดสินใจภายใต้ความคาดหวังที่มีต่อเจ้าของแบรนด์ (สุธาสินี วียาภรณ์ ขวนชม ชินะดังกูร และกมลมาลย์ ไชยศิริธัญญา, 2560) การบริหารแบรนด์ขององค์การเป็นประเด็นและความท้าทายของผู้ประกอบการหรือองค์การที่เป็นเจ้าของเนื่องจากความเข้าใจผิดของการบริหารแบรนด์เป็นเพียงการออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์เท่านั้น ในทางตรงกันข้ามการสร้างแบรนด์เป็นการเข้าใจตัวตนของธุรกิจทั้งจุดยืน บุคลิก ภาพลักษณ์ และความเป็นตัวของตัวเองของธุรกิจเพื่อนำไปสู่การนำเสนอให้คนอื่นได้รับรู้และเข้าใจตัวตนของธุรกิจภายใต้การสื่อสารที่ถูกต้องและสอดคล้องกับการกำหนดตัวตนของแบรนด์อาจจะผ่านการสื่อสารด้วยข้อความหรือโลโก้และใช้ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด หรืออาจกำหนดเป็นกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ดัง (Branding) (สุรเดช สุเมธาวิวัฒน์, 2565)

การสร้างและพัฒนาแบรนด์มีแนวทางในการดำเนินการ 2 ประเภท คือ แบรนด์สินค้าหรือบริการ (Product Brand) และแบรนด์องค์กร (Corporate Brand) ซึ่งทั้ง 2 ประเภทมีความแตกต่างกันอยู่บ้างเนื่องจาก

แบรนด์สินค้าหรือบริการมุ่งนำเสนอเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการตลาดใจซื้อสินค้าหรือบริการ แต่ในทางกลับกันแบรนด์องค์กรไม่ได้มุ่งเป้าหมายเพื่อการขายสินค้าหรือบริการเท่านั้น แต่ยังมีเป้าหมายในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการยอมรับ ความรักดีและความเชื่อมั่นที่สะท้อนมาจากภาพลักษณ์ขององค์กร (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2563; มารุต จิรชุตติพร, 2565) ในขณะเดียวกันต่างมีความพยายามขององค์กรในการสร้างและพัฒนาแบรนด์เพื่อใช้ในการสื่อสาร แต่ทว่าไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากความเข้าใจผิดในการสร้างและพัฒนาแบรนด์ที่มุ่งเน้นไปที่โลโก้ของสินค้า ข้อความที่ปรากฏในโลโก้ การแยกแยะและการนำเสนอระหว่างชื่อองค์กรกับแบรนด์ การมองข้ามจุดเน้นของแบรนด์ที่ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างของแบรนด์ที่ต้องการพัฒนากับแบรนด์อื่น ๆ ที่อยู่ในท้องตลาด (ปิ่นปิ่น จ๋าตา, 2562)

ด้วยสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นอันเนื่องมาจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ รวมทั้งโอกาสในการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่เกิดแพลตฟอร์มทางการตลาดออนไลน์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนในประเทศไทยดำเนินการในการสร้างตราสินค้าให้มีอัตลักษณ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าที่นำไปสู่การสร้างยอดขาย (มานิชย์ นวลสระ น้ำเพชร เตปินสาย และชัชชญา ชุตินัฐ ภูวดล, 2564) เช่นเดียวกันการพัฒนาแบรนด์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอความแตกต่างและอัตลักษณ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละจังหวัดจึงมีแนวคิดในการพัฒนาแบรนด์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่นด้วยภูมิปัญญาซึ่งมีหลายจังหวัดได้ดำเนินการในการพัฒนาเป็นแบรนด์ของจังหวัด เช่น จังหวัดเชียงรายที่ใช้แนวคิดการพัฒนาเชียงรายแบรนด์, Samut Sakhon Brand ซึ่งเป็นแบรนด์ของจังหวัดสมุทรสาคร (สยามรัฐ, 2560) รวมทั้งลำปางแบรนด์ ซึ่งการพัฒนาแบรนด์ในระดับจังหวัดดังกล่าวเกิดจากแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีกระบวนการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภายใต้เกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดซึ่งผู้ประกอบการมีความประสงค์และขอใช้เครื่องหมายเพื่อนำไปแสดงบนบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งเพื่อได้รับสิทธิหรือโอกาสในการรับการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด

ทั้งนี้ลำปางแบรนด์ เป็นหนึ่งในการส่งเสริมการตลาดและสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความน่าเชื่อถือสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีกระบวนการดำเนินการเพื่อการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีจำหน่ายในจังหวัดลำปาง โดยหวังให้กลุ่มเป้าหมายอันได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในจังหวัดลำปาง ได้รับรู้และเห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปางผ่านการรับรู้และส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่ทางจังหวัดลำปางได้เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 โดยมีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปางเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานและมีการดำเนินงานในลักษณะคณะกรรมการที่แต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง แต่ทว่าในช่วงที่ผ่านมาการนำลำปางแบรนด์ไปใช้แสดงบนผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ผู้ประกอบการได้สะท้อนปัญหาและอุปสรรคในการขอใช้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ผวนกับการสร้างการรับรู้ของลำปางแบรนด์บนผลิตภัณฑ์หรือบริการที่นำไปใช้ของ

ผู้ประกอบการ และผลที่เกิดจากการนำไปใช้ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้ลำปางแบรนด์ไม่เป็นที่แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่จังหวัดลำปาง (สุธานี เยาวพัฒน์, 2566) จากประเด็นข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาและการสื่อสารด้วยแบรนด์ของ “ลำปางแบรนด์” และการส่งเสริมการตลาดรูปแบบที่เหมาะสม เพื่อให้ทุกคนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบอิทธิพลของการสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมของงานวิจัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนตามแนวคิด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดการสร้างแบรนด์

Kotler (1998) ได้นิยามความสำคัญของแบรนด์ คือ สิ่งที่จะช่วยทำให้เกิดความแตกต่างในตัวสินค้า หากสินค้าไม่มีแบรนด์จะถูกมองว่าเป็นสินค้าชิ้นหนึ่งเท่านั้น ซึ่งการสร้างแบรนด์เป็นเหมือนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค ผู้บริโภคสามารถรับรู้ผลิตภัณฑ์ได้จากการตลาดที่ถ่ายทอดจากลักษณะทางกายภาพสื่อสารออกมาเป็นการออกแบบแบรนด์ของสินค้า ในการออกแบบแบรนด์ประกอบด้วย ชื่อและแนวคิด เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ รวมถึงเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อแบรนด์ เกคินี บัวดิศ และกัลยา พิมพ์เพราะ (2564) กล่าวว่าโดยกระบวนการสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ผ่านเพื่อสื่อสารไปยังบุคคลต้องมีการสร้างความแตกต่างของแบรนด์ให้รับรู้ถึงคุณค่าที่แบรนด์มีกับลูกค้า และสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับแบรนด์

2. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

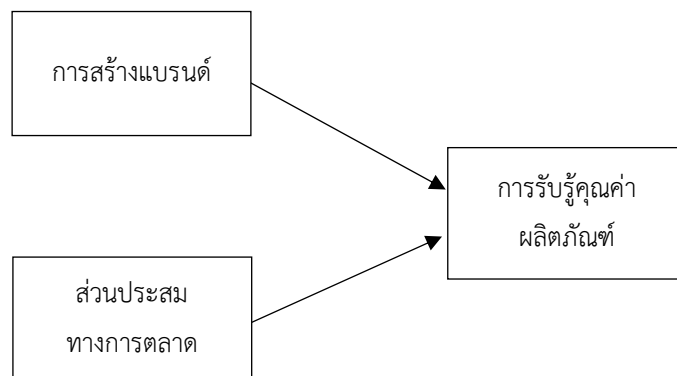
ตามแนวคิดของ Kotler (2003) ส่วนประสมทางการตลาดเป็นกลไกการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการสร้างคุณค่าของสินค้าให้ลูกค้าได้รับรู้และเกิดความรู้สึกอันดีในเชิงบวก เกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการ จนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้านที่สามารถสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ธุรกิจเสนอขายให้กับผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นทั้งคุณสมบัติของสินค้าหรือแม้แต่ส่วนผสมในสินค้า 2) ด้านราคา หมายถึง ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของตัวผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของเงินตรา การกำหนดราคาที่เหมาะสมจะทำให้ลูกค้ายินดีและเต็มใจจ่าย รวมถึงการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของคู่แข่งในตลาด 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่จัดจำหน่าย และทำเลที่ตั้งของธุรกิจ การขนส่ง การติดต่อสื่อสาร การกระจายสินค้า

ไปยังลูกค้าได้ทันตามกำหนด และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึงเครื่องมือที่ผู้ประกอบการใช้สื่อสารกับ
ผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าธุรกิจของตน

3. แนวคิดการรับรู้คุณค่าสินค้า

การรับรู้คุณค่าตามมุมมองของ ธนพร มหิทธิธัญญาณิชย์ เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ และสมบุรณ์
สารพัด (2561) กล่าวว่าลูกค้าที่เลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้านั้นต้องมีความต้องการและผ่านการพิจารณาถึง
คุณประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อต้องเสียเงิน สำหรับการรับรู้คุณค่าในมุมมองแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันตาม
กระบวนการรับรู้ ซึ่งมาจากกระบวนการทางความคิด ความรู้ การสัมผัสหรือจากประสบการณ์เดิม และความ
เข้าใจผ่านลักษณะทางกายภาพเช่น ขนาด สีซึ่งผู้บริโภคเกิดการเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์เกิดเป็นความ
พอใจและไม่พอใจ (Schiffman & Kanuk, 2010) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้มุ่งการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน จึง
ประกอบด้วยการรับรู้คุณค่าใน 2 มิติ คือ ด้านคุณภาพ และด้านราคา ถูกพัฒนาจากแนวคิดของ Sánchez-
Fernández & Iniesta-Bonillo, 2007; Sweeney & Soutar, 2001; Zeithaml (1988) โดย 1) การรับรู้ด้าน
คุณภาพ หมายถึง อรรถประโยชน์ที่เกี่ยวกับคุณภาพและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาจำหน่าย อาจมี
เครื่องหมายรับรองคุณภาพชัดเจน เช่น อย. GMP เป็นต้น และ 2) การรับรู้คุณค่าด้านราคา หมายถึง ผลิตภัณฑ์
ชุมชนที่ได้รับความนิยมคุ้มค่า ยอมรับได้ และสมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับราคาที่ตั้งไว้ของผลิตภัณฑ์ชุมชน หลายธุรกิจ
พยายามปรับกลยุทธ์เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเฉพาะตัว
และพบว่ากุญแจแห่งความสำเร็จ คือ การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านการออกแบบ ผลิตภัณฑ์และความตั้งใจซื้อ
ซึ่งผู้ซื้อใช้เงินแลกเปลี่ยนกับสินค้าที่ตนเชื่อว่ามีประโยชน์ (Habicht & Thallmaier, 2017) ดังนั้น ความแปลก
ใหม่ของผลิตภัณฑ์สามารถกระตุ้นความอยากรู้ ด้วยการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่อย่างเหมาะสม สำหรับผลิตภัณฑ์ที่
สามารถมอบประสบการณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภค ซึ่งมีความเฉพาะเจาะจงมาก

คณะผู้วิจัยขอนำเสนอกรอบแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมดังภาพที่ 1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

H1: การสร้างแบรนด์มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง

H2: ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจน คณะผู้วิจัยได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่, ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของการสร้างแบรนด์ ส่วนประสมทางการตลาด และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ในส่วนที่ 3 ได้กำหนดระดับคะแนนความคิดเห็นเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ตามที่ Wade (2006) ได้กล่าวไว้ คือ น้อยที่สุด = 1, และมากที่สุด = 5 ซึ่งจะได้ระดับแนวโน้มความคิดเห็น คือ ระดับ 4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด 3.41 – 4.20 หมายถึง มาก 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย และ 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบถึงความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามที่ได้พัฒนาขึ้นกับเนื้อหาในทฤษฎี ด้วยเทคนิคการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งข้อคำถามที่ผ่านการคัดเลือกมีค่า IOC ตั้งแต่ .5 ขึ้นไปมาใช้ ตามเกณฑ์ของ Rovinelli & Hambleton (1977) สำหรับข้อคำถามบางข้อที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะเพิ่มเติม คณะผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะ และได้ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ฉบับ แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เป็นรายด้านทั้งฉบับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach' s Alpha Coefficient) หากค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงสูง (Nunnally, 1978) ซึ่งพบว่า มาตรวัดของการสร้างแบรนด์

มีค่าเท่ากับ .964 มาตรวัดรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเท่ากับ .934 และมาตรวัดรวมการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ .850 และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าตั้งแต่ .30 ขึ้นไป (Field, 2013) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนต่อไปได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปาง ในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งการเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ได้แก่ กาดกองต้า ร้านขายของที่ระลึก ตลาดสด และวัด ใช้ระยะเวลา 2 เดือนในการเก็บแบบสอบถาม โดยในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นจำนวนมาก ทำให้เก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายได้ครบและง่าย สำหรับการตรวจสอบข้อมูลในแบบสอบถามมีความครบถ้วนสมบูรณ์ที่ได้รับทั้งหมดทำให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 385 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามลักษณะข้อคำถาม ได้แก่ (1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ (2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการสร้างแบรนด์ส่วนประสมทางการตลาด และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเป็นการทดสอบความสัมพันธ์เบื้องต้น และการวิเคราะห์ความเป็นอิสระของตัวแปรสาเหตุด้วยค่าสถิติ Variance Inflation Factor (VIF) ทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และการรับรู้คุณค่า และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานของรัฐ ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางเพื่อการตกแต่งร่างกาย อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า หรือผลิตภัณฑ์ผ้าทอ รองลงมา เพื่อการบริโภค อาทิเช่น ผลิตภัณฑ์อาหาร

หรือผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง และเพื่อการใช้สอย อาทิเช่น ภาชนะประกอบอาหารหรือผลิตภัณฑ์เซรามิก ประเภทผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางที่เลือกซื้อมากที่สุด คือ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยเฉพาะประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า รองลงมา คือ ประเภทของใช้และของที่ระลึก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์จักสานและเซรามิก ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางจากแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และร้านขายของที่ระลึกในจังหวัดลำปาง ช่วงเวลาที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ ช่วงเทศกาลหรือวันสำคัญ มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางมากที่สุด คือ ผู้ขายแนะนำและโฆษณาเชิญชวนให้ซื้อ รองลงมา คือ มีความตั้งใจว่าถ้ามาจังหวัดลำปางจะต้องซื้อ

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับการรับรู้คุณค่า ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์กันในช่วง .560 - .757 โดยความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดกับการรับรู้คุณค่า มีค่าสูงสุด และการสร้างแบรนด์กับการรับรู้คุณค่า มีค่าต่ำสุด ในแต่ละด้าน พบว่าตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ โดยใช้ค่า VIFs พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 2.430 – 2.537 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 (Gujarati & Porter, 2009) จึงไม่ทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Hair et al., 2010)

ตารางที่ 1 การทดสอบอิทธิพลของการสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

ปัจจัย	การรับรู้คุณค่า						
	B	Std. Error	β	t	P	Tolerance	VIF
การสร้างแบรนด์ (Brand)	.231	.018	.230	3.397	.000*	.184	2.430
ส่วนประสมทางการตลาด (MK)	.400	.140	.352	2.862	.000*	.394	2.537

$R^2_{adj} = .825$, $F = 1883.270$, $R^2 = .826$, $R = .909$, $Sig. = .000^*$, Constant = .342

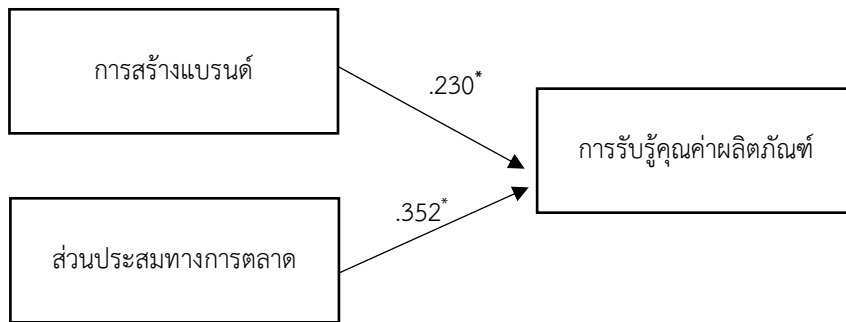
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 1 พบว่า การสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 และ 2 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ส่วนประสมทางการตลาด ($\beta = .352$) และการสร้างแบรนด์ ($\beta = .230$) มีค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 2.537 ซึ่งไม่เกิน 10 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ (R square) เท่ากับ .826 หมายความว่า การรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง ขึ้นอยู่กับการสร้างแบรนด์

ร้อยละ 82.60 โดยมีค่าสถิติทดสอบ F เท่ากับ 1883.270 และค่า Tolerance มีค่าไม่เข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นในระดับต่ำ สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระจากกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการทดสอบอิทธิพลการสร้างแบรนด์และส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง สามารถสรุปผลเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยตามสมมติฐานการวิจัยได้ว่า สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง มากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางมีการเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นโดยผ่านช่องทางจำหน่ายทางระบบออนไลน์หรือหลากหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งสะดวกต่อการรับรู้ประเภทของสินค้า ราคา สรรพคุณของสินค้าได้โดยง่าย จึงช่วยให้ลูกค้าง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นกลไกการดำเนินงานของธุรกิจด้วยการสร้างคุณค่าของสินค้าให้ลูกค้าได้รับรู้และเกิดความรู้ อันดีในเชิงบวก เกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการจนทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ สำหรับผลการทดสอบอิทธิพลสมมติฐานที่ 1 การสร้างแบรนด์มีผลต่อการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง เห็นได้ว่าการสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่เพียงแค่ตราโลโก้ที่ติดบนสินค้าที่จำหน่ายเท่านั้น แต่เมื่อลูกค้ารับรู้ได้ถึงสินค้าที่ตรงความต้องการของลูกค้าแล้ว ยิ่งทำให้ง่ายต่อการจดจำและมีการซื้อหาในครั้งต่อไปได้ง่าย เช่นเดียวกับแนวคิดของ เกตินี บัวดิศ และกัลยา พิมพ์เพราะ (2564) กล่าวว่ากระบวนการสร้างการรับรู้และจดจำแบรนด์ผ่านเพื่อสื่อสารไปยังบุคคลต้องมีการสร้างความแตกต่างของแบรนด์ให้รับรู้ถึงคุณค่าที่แบรนด์มีกับลูกค้า และสร้างความภักดีให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ จากการวิจัยครั้งนี้การสร้างแบรนด์มาจากจุดเริ่มต้นในการส่งเสริมการขายในระดับจังหวัดลำปาง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปางเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นผ่านการจดจำแบรนด์สินค้าประจำจังหวัดลำปางร่วมกับการกระตุ้นและส่งเสริมการตลาดให้ลูกค้าในจังหวัดลำปางและลูกค้าต่างจังหวัดที่ได้เข้ามาจับจ่ายซื้อหาผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดลำปางได้สัมผัสคุณภาพของสินค้าแต่ละประเภทจากผลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้แสดงออกม้างภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดลำปาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การสร้างแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ส่วนหนึ่งมองเห็นแบรนด์เป็นสิ่งจำเป็น เพราะง่ายต่อการซื้อหาหรือสืบค้นผ่านช่องทางการส่งเสริมการตลาดรูปแบบต่างๆ การสร้างแบรนด์จึงควรทำให้เป็นที่ยอมรับและเกิดภาพจำแก่นักท่องเที่ยวและคนในจังหวัดลำปางต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดลำปางจากแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด หากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรยกประเด็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดจำหน่ายสินค้าของทั้งจังหวัด เพื่อให้เป็นจุดกระจายสินค้าชุมชนได้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาภายใต้โครงการวิจัย การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้แนวคิดลำปางแบรนด์ ประจำปีงบประมาณ 2566 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารในการอนุมัติโครงการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- เกศินี บัวดีติ และกัลยา พิมพ์เพระ. (2564). การสร้างแบรนด์ให้ประสบความสำเร็จด้วยเครื่องมือนวัตกรรมทางการสื่อสารการตลาด. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(2), 308-320.
- ธนพร มหัทธัญญาวณิชย์ เจษฎา วงศ์แสนสุขเจริญ และสมบูรณ์ สารพัด. (2561). ส่วนประสมการตลาดบริการ และการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ จังหวัดชลบุรี. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 8(1), 69-82.
- ปรีดี นุกุลสมปรารณา. (2563). *วิธีสร้าง Brand Experience ให้ประทับใจ*. สืบค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.popticles.com/branding/create-impressive-brand-experience/>.
- ปิ่นปิ่นท์ จำตา. (2562). การทำแบรนด์ในยุคดิจิทัล. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 5(1), 67-73.
- มานิชย์ นวลสระ น้ำเพชร เตป็นสาย และชัชชญา ชุตินันท์ ภูวดล. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเส้นใยธรรมชาติ จังหวัดเชียงราย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 3(2), 42-58.
- มารุต จิรชุตีพร. (2565). การสร้างแบรนด์องค์กรผ่านการสร้างประสบการณ์: กรณีศึกษา คณะดนตรีและการแสดง มหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 30(2), 197-222.
- สยามรัฐ. (2560). *สมุทรสาครโชว์แบรนด์สัญลักษณ์สินค้าคุณภาพจังหวัด*. สืบค้นเมื่อ 17 มิถุนายน 2566 จาก <https://siamrath.co.th/n/24590>.
- สุธานี เยาวพัฒน์. (2566). ผู้ประกอบการข้าวแต่นจังหวัดลำปาง. *สัมภาษณ์*. 19 เมษายน 2566.
- สุธานี วิทยาภรณ์ ขวนชม ชินะดังกูร และกมลมาลย์ ไชยศิริธัญญา. (2560). องค์ประกอบการพัฒนาแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 6(1), 125-135.
- สุเดช สุเมธาวิวัฒน์. (2565). กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ในตลาดดิจิทัล. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 16(2), 107-119.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. (4th ed.). California: SAGE Publications.
- Gujarati, D. N. & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics*. (5th ed.). New York: McGraw Hill.

- Habicht, H. & Thallmaier, S. R. (2017). Understanding the Customer Value of Co-designing Individualised products. **International Journal of Technology Management**, **73**(1-3), 114-131.
- Hair, J. F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th Ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1998). A Generic Concept of Marketing. **Marketing Management**, **7**(1), 48-54.
- Kotler, P. (2003). **Marketing Management**. (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Nunnally, J. C. (1978). **Psychometric Theory**. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced Test Item Validity. **Tijdschrift Voor Onderwijs Research**, **2**(1), 49-60.
- Sánchez-Fernández, R. & Iniesta-Bonillo, A. (2007) The Concept of Perceived Value: A Systematic Review of the Research. **Marketing Theory**, **7**(1), 427-451.
- Schiffman, L. & Kanuk, L. (2010). **Consumer Behavior**. (10th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Sweeney, J. C. & Soutar, G. N. (2001). Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale. **Journal of Retailing**, **77**(2), 203–220.
- Wade, V. M. (2006). **Likert-type Scale Response Anchors**. South Carolina: Clemson University.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. **Journal of Marketing**, **52**(3), 2-22.

ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีและการจัดการกำไรของบริษัทจดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Value Relevance of Accounting Information and Earnings Management of Thai Listed Companies

อนุวัฒน์ ภักดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Anuwat Phakdee

Faculty of Management Sciences, Chandrakasem Rajabhat University

E-mail: anuwat.ph@chandra.ac.th

(Received: August 9, 2023; Revised: October 4, 2023; Accepted: October 12, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการจัดการกำไรต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุดียูมิ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย จากข้อมูลทั้งหมด 4,164 ตัวอย่างครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี ระหว่างปีพ.ศ. 2547 – 2561

ผลการวิจัยพบว่าบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร แต่เพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าในบริบทของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งถือเป็นประเทศตลาดเกิดใหม่ข้อมูลบัญชีที่ได้รับผลกระทบเชิงลบจากการจัดการกำไร คือ ข้อมูลกำไร ดังนั้น นักลงทุนที่สนใจลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรนำปัจจัยด้านการจัดการกำไรไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจ

คำสำคัญ: การจัดการกำไร, ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

The research aims to investigate the impact of earnings management on the value relevance of accounting information using data from listed companies on the Stock Exchange of Thailand. The study uses a multiple regression model to test hypotheses, and the data cover a sample of 4,164 listed companies over 15 years from 2004 to 2018.

The research results found that firms with high levels of earnings management affect the relevance of accounting information to stock prices. Companies with high earnings management levels reduce the value relevance of earnings but increase the value relevance of book value. In the context of the Stock Exchange of Thailand, an emerging market country, the study indicates that earnings data is negatively affected by earnings management, implying that earnings manipulation can undermine the usefulness of earnings as a reliable indicator for investors making investment decisions. Based on the results, the research recommends that investors interested in investing in companies listed on the Stock Exchange of Thailand should consider earnings management factors as part of their decision-making process.

Keywords: Earnings Management, Value Relevance, Thai Listed Companies

บทนำ

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดทำและนำเสนองบการเงินโดยใช้มาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศ (International Financial Reporting Standards: IFRS) ซึ่งเป็นหลักการเดียวกันกับประเทศอื่น ๆ ที่ใช้ IFRS แต่ในบริบทของประเทศไทย สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับดูแลได้แปล IFRS ดังกล่าวให้เป็นภาษาไทยและเรียกชื่อย่อว่า “TFRS” มาตรฐานการรายงานทางการเงินดังกล่าวช่วยให้งบการเงินของกิจการที่นำเสนอสอดคล้องภายใต้หลักการเดียวกัน จึงทำให้การนำเสนองบการเงินมีคุณภาพ (Barth, Landsman & Lang, 2008) แต่หลักฐานในอดีตพบว่าคุณภาพของงบการเงินอาจแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และกฎหมายต่าง ๆ (Ali & Hwang, 2000; Chebaane & Othman, 2014; Srinivasan & Narasimhan, 2012) การวิเคราะห์ราคาหุ้น หรือมูลค่าหลักทรัพย์จำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากงบการเงิน แต่นักลงทุนจะทราบได้อย่างไรว่าข้อมูลดังกล่าวปราศจากความลำเอียงในการนำเสนองบการเงิน เช่น ผู้บริหารเลือกจัดการกำไรเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว (Jiraporn et al., 2008) หรือให้ผลการดำเนินงานเป็นที่น่าสนใจ (Lev, 1989) เป็นต้น

ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงคุณภาพของข้อมูลในงบการเงิน ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ งานวิจัยในอดีตวัดวัดความมีคุณค่าของข้อมูลบัญชีจากผลกระทบที่มีต่อราคาหลักทรัพย์ (Francis et al., 2004) หากข้อมูลบัญชีมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์จะถือว่าข้อมูลบัญชีมีคุณค่า ซึ่งสะท้อนถึงความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีที่มีต่อราคาหลักทรัพย์ (Barth, 2000) หรือกล่าวได้ว่าข้อมูลทางบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ Tucker & Zarowin (2006) พบว่า ความสม่ำเสมอของกำไรช่วยเพิ่มประโยชน์ของข้อมูลกำไร แต่ Cheng & Li (2014) พบว่า

ความสม่ำเสมอของกำไรส่งผลเพียงเล็กน้อยกับประโยชน์ของข้อมูลกำไร ซึ่งการศึกษาดังกล่าวไม่ได้สะท้อนถึงการใช้พฤติกรรมฉวยโอกาสของผู้บริหารที่เรียกว่า “การจัดการกำไร” จึงทำให้กำไรของบริษัทมีความสม่ำเสมอ กล่าวคือ ความสม่ำเสมอของกำไร อาจเกิดจากการบิดเบือนข้อมูลที่ผู้บริหารใช้ปกปิดนักวิเคราะห์และบุคคลอื่น เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว (Watts & Zimmerman, 1986)

กิจการที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะทำให้ความน่าเชื่อถือของข้อมูลลดลง และทำให้ประสิทธิภาพในการประเมินมูลค่าของบริษัทลดลง ซึ่งจะสร้างความเสียหายต่อผู้ถือหุ้นหรือนักลงทุน Mostafa (2017) พบว่าบริษัทในประเทศอียิปต์จัดการกำไรเพื่อปกปิดผลการดำเนินงานที่แย่ง และลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี แสดงให้เห็นว่าหากผู้บริหารใช้เทคนิคการจัดการกำไรจะส่งผลให้ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีลดลง (Habib, 2004; Shan, 2015) รวมทั้ง งานวิจัยในอดีตพบว่าการจัดการกำไรส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี (Marquardt & Wiedman, 2004; Habib, 2004; Tucker & Zarowin, 2006; Cheng & Li, 2014; Mostafa, 2017) กล่าวคือ บริษัทที่มีการจัดการกำไรส่งผลให้ความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไรลดลง (Feltham & Pae, 2000; Marquardt & Wiedman, 2004) เนื่องจากการจัดการกำไรจะลดคุณภาพกำไร (Lev, 1989) และลดความน่าเชื่อถือของงบการเงินในการประเมินมูลค่าของนักลงทุน รวมถึงส่งผลต่อราคาหุ้นและผลตอบแทน (Kumari & Mishra, 2023)

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลการวิจัยในอดีตพบหลักฐานในต่างประเทศ (Habib, 2004; Shan, 2015; Mostafa, 2017) ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวไม่สามารถอ้างอิงมายังบริษัทในประเทศไทยได้ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศตลาดเกิดใหม่ (Rahman, Yammeesri & Perera, 2010) และตลาดหลักทรัพย์มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ตุลยา ตูลาดิลก และเดชนันต์ บังกิโล, 2564) รวมทั้ง ความแตกต่างในสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ และลักษณะของกฎหมาย (Chebaane & Othman, 2014) ตลอดจนการนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศมาถือปฏิบัติ (Barth, Landsman & Lang, 2008) งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการจัดการกำไรต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งมีบริบทและลักษณะข้อมูลที่ใช้ศึกษาแตกต่างจากงานวิจัยในต่างประเทศ และงานวิจัยนี้ได้ขยายผลการวิจัยของ อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันทพร (2563) ที่ใช้ข้อมูลจากบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน และพิจารณาเพียงความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2561 โดยไม่ได้กล่าวถึงในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น

งานวิจัยมีประโยชน์ 3 ประการ ประการแรก ผลงานวิจัยนี้เพิ่มหลักฐานงานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของระดับการจัดการที่มีผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี โดยใช้ข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศตลาดเกิดใหม่ (Rahman, Yammeesri & Perera, 2010) และตลาดมีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ตุลยา ตูลาดิลก และเดชนันต์ บังกิโล, 2564) รวมทั้ง งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลในระยะยาว 15 ปี เพื่อให้เข้าใจถึงผลกระทบว่าในบริบทของตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยระดับการจัดการกำไรมีผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีต่อราคาหลักทรัพย์อย่างไร ประการที่สอง แบบจำลองที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาผลกระทบของ

ระดับการจัดการกำไรซึ่งเป็นตัวแปรกลุ่มในการพิจารณาผลกระทบร่วม อาจารย์ผู้สอนสามารถนำแบบจำลองดังกล่าวไปประยุกต์ในการเรียนการสอนรายวิชาการบัญชีวิธีวิจัย หรือการวิจัยทางบัญชี หรือนำแบบจำลองจากงานวิจัยนี้ไปพัฒนาเพื่อศึกษาในเรื่องอื่น ๆ และประการที่สาม นักลงทุนและผู้สนใจทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยที่พบครั้งนี้ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจ เพื่อให้การตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น หรือผู้สนใจอาจนำแบบจำลองในงานวิจัยนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์เพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจลงทุนได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อทดสอบผลกระทบของการจัดการกำไรต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การใช้ข้อมูลจากประเทศไทยในงานวิจัยนี้มีช่องว่างในการวิจัย (Research Gap) ด้วยเหตุผล 3 ประการ ประการแรก ประเทศไทยถือเป็นประเทศตลาดเกิดใหม่ (Rahman et al, 2010) และเป็นประเทศที่ตลาดหลักทรัพย์มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ตุลยา ตูลาติก และเดซอนันต์ บังกิโล, 2564) ในขณะที่ผลการวิจัยในกลุ่มประเทศอาเซียนพบว่าตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทยมีประสิทธิภาพในระดับต่ำ (Guidi & Gupta, 2011) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอในปัจจุบันและในอดีตจะมีผลกระทบต่อราคาหุ้น โดยนักลงทุนต้องรอข้อมูลข่าวสารที่เปิดเผยก่อนหรือเป็นข้อมูลในอดีตจึงจะตัดสินใจได้ ดังนั้น หากในรอบระยะเวลาดำเนินงานบริษัทมีการจัดการกำไรจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลบัญชีและคุณภาพกำไร ซึ่งจะทำความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีลดลง (Feltham & Pae, 2000; Marquardt & Wiedman, 2004)

ประการที่สอง ในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2561 เป็นช่วงที่ประเทศไทยทยอยนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศมาถือปฏิบัติ ซึ่งการนำ IFRS มาถือปฏิบัติจะส่งผลกระทบต่อระดับการจัดการกำไรแตกต่างกัน (Wijayana & Gray, 2019) อาจทำให้ผลกระทบที่มีต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์ในประเทศไทยแตกต่างจากหลักฐานในอดีต (Marquardt & Wiedman, 2004; Habib, 2004; Tucker & Zarowin, 2006; Cheng & Li, 2014; Mostafa, 2017) นอกจากนี้ ค่านิยมทางวัฒนธรรมและระดับของการบังคับใช้ IFRS ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความแตกต่างของการจัดการกำไรในแต่ละประเทศ (Wijayana & Gray, 2019) งานวิจัยในประเทศไทยพบว่านักลงทุนของบริษัทในกลุ่ม SET100 ใช้ข้อมูลกำไรในการตัดสินใจมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าตามบัญชี (Acaranupong, 2017) ดังนั้น หากข้อมูลกำไรเกิดจากการจัดการกำไรจะส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของนักลงทุนอย่างไร เมื่อพิจารณาผ่านแบบจำลองความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี โดย Badu & Appiah (2018) พบว่าในประเทศกานาเมื่อนำมาตรฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศมาใช้ส่งผลให้ความเกี่ยวข้องของกำไรสุทธิและมูลค่าตามบัญชีลดลงในช่วงปี ค.ศ. 2004 – 2014 ซึ่งเป็นการเพิ่ม

หลักฐานในประเทศตลาดเกิดใหม่ รวมทั้ง อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันทพร (2563) พบว่ากำไรต่อหุ้นและมูลค่าตามบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มธุรกิจการเงินในช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2561 ซึ่งหลักฐานในอดีตยังไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของระดับการจัดการกำไรต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยช่วงปี พ.ศ. 2547 – 2561

ประการที่สาม ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์มีความสำคัญต่อนักลงทุนต่างชาติ เนื่องจากการลงทุนในประเทศตลาดเกิดใหม่ (Srinivasan & Narasimhan, 2012) แต่การพัฒนาเศรษฐกิจ อิทธิพลทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย และการเมือง ส่งผลกระทบต่อการรายงาน ดังนั้น การศึกษาจึงไม่สามารถสรุปอ้างอิงในภาพรวมได้ และจำเป็นต้องมีการศึกษาเฉพาะในแต่ละประเทศ (Ali & Hwang, 2000; Srinivasan & Narasimhan, 2012) รวมทั้ง ประเทศไทยมีกฎหมายแบบ Code Law ซึ่งหลักฐานในอดีตพบว่าความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นในประเทศที่มีกฎหมายแบบ Common Law มากกว่าประเทศที่มีกฎหมายแบบ Code Law (Chebaane & Othman, 2014) จากเหตุผลข้างต้นจึงทำให้สนใจศึกษาโดยใช้ข้อมูลจากประเทศไทย รวมทั้ง การศึกษาในอดีตยังมีจำนวนน้อยเกี่ยวกับการจัดการกำไรและความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีในประเทศตลาดเกิดใหม่

สมมติฐานของตลาดมีประสิทธิภาพ

สมมติฐานตลาดทุนที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market Hypothesis) แบ่งได้ 3 ระดับ (Fama, 1970) โดยระดับของตลาดมีประสิทธิภาพจะกล่าวถึงความสามารถของข้อมูลในการสะท้อนราคาหลักทรัพย์ กล่าวคือ ตลาดมีประสิทธิภาพในระดับต่ำข้อมูลในอดีตสะท้อนราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบัน ตลาดมีประสิทธิภาพในระดับปานกลางข้อมูลในปัจจุบันจะสะท้อนราคาหลักทรัพย์ และตลาดมีประสิทธิภาพในระดับสูงข้อมูลทั้งหมด รวมทั้งข้อมูลภายในและภายนอกกิจการจะสะท้อนราคาหลักทรัพย์ (ศุภวัฒน์ วัฒนธนปติ, พิรุณา ไบโลว์ส และเวทวงศ์ พ่วงทรัพย์, 2555) ดังนั้น หากตลาดหลักทรัพย์ไม่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลก่อนตัดสินใจ เช่น งานวิจัยในอดีตพบว่าข้อมูลบัญชี (เป็นข้อมูลในอดีต) ที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (Ohlson, 1995) แต่ด้วยความแตกต่างของระดับตลาดนักลงทุนจำเป็นต้องใช้ข้อมูลบัญชีเพื่อใช้สนับสนุนการตัดสินใจซึ่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจัดเป็นตลาดประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ตุลยา ตูลาดิลก และเดชนันต์ บังกิโล, 2564; ศุภวัฒน์ วัฒนธนปติ, พิรุณา ไบโลว์ส และเวทวงศ์ พ่วงทรัพย์, 2555)

ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี

ความมีคุณค่าของข้อมูลบัญชีวัดจากความสัมพันธ์ของข้อมูลบัญชีที่มีต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดจากฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์ (Francis et al, 2004) หากข้อมูลบัญชีสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์แสดงว่าข้อมูลบัญชีมีคุณค่า (Barth, 2000) ซึ่งสะท้อนถึงความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ โดยความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจถือ

เป็นลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงินที่ระบุไว้ในกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงการนำเสนองบการเงินอย่างมีคุณภาพ

ข้อมูลทางบัญชีเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการวิเคราะห์หลักทรัพย์ของนักลงทุน ประกอบด้วยข้อมูล 2 แหล่ง คือ งบแสดงฐานะการเงินและงบกำไรขาดทุน หากข้อมูลดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์จะถือว่าข้อมูลมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจตามวัตถุประสงค์ของงบการเงิน ตามลักษณะเชิงคุณภาพของงบการเงิน (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) งานวิจัยในอดีตศึกษาว่าข้อมูลบัญชี (สินทรัพย์สุทธิและกำไรสุทธิ) มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์หรือไม่ หากข้อมูลบัญชีมีประโยชน์จะต้องสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ (Ball & Brown, 1968; Barth, 2000) โดย Ohlson (1995) ได้นำเสนอแบบจำลองที่ใช้วัดค่าความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของมูลค่าตามบัญชีและกำไรต่อหุ้นที่มีต่อราคาหลักทรัพย์ งานวิจัยนี้ใช้แบบจำลองของ Ohlson (1995) เป็นพื้นฐานในการพิจารณาผลกระทบของความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์ เช่นเดียวกับงานวิจัยในอดีต (ตุลยา ตูลาดิลก และเดชนันต์ บังกิโล, 2564; อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันทพร, 2563; Acaranupong, 2017) ดังนี้

$$P = \beta_0 + \beta_1 EPS + \beta_2 BVS + \varepsilon$$

เมื่อ : P คือ ราคาหุ้น ณ วันที่ 31 มีนาคม ของปีถัดไป, EPS คือ กำไรต่อหุ้น, BVS คือ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น และ ε คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง

การจัดการกำไรและความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี

การจัดการกำไรเกิดขึ้นเมื่อผู้บริหารใช้ดุลยพินิจ เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายสัญญาจากตัวเลขทางการเงิน (Healy & Wahlen, 1999) ซึ่งเป็นเครื่องมือใช้สร้างกำไรในระยะสั้น (Sevin & Schroeder, 2005) ซึ่งจะส่งผลให้ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีลดลง โดยไม่แสดงข้อมูลอย่างเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2563) หากผู้ถือหุ้นไม่กำกับติดตามอย่างเข้มงวด อาจทำให้ผู้บริหารใช้พฤติกรรมฉวยโอกาสในการบิดเบือนของมูลทางบัญชี โดยเลือกวิธีทางบัญชีให้ตนเองได้รับประโยชน์ (Watts & Zimmerman, 1986)

วัตถุประสงค์ทั่วไปของงบการเงิน คือ การให้ข้อมูลผลการดำเนินงานและฐานะการเงินที่สะท้อนความจริงตามเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ หากข้อมูลในงบการเงินไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่ากิจการจะถือว่าข้อมูลดังกล่าวไม่มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ (Ball & Brown, 1968; Barth, 2000) งานวิจัยในอดีตพบว่า การจัดการกำไรส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี (Marquardt & Wiedman, 2004; Habib, 2004; Tucker & Zarowin, 2006; Cheng & Li, 2014; Mostafa, 2017; Kumari & Mishra, 2023) โดย Kumari & Mishra (2023) พบว่าผู้บริหารที่ใช้รายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับการดุลยพินิจจะยาวจะลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไรที่มีต่อราคาหลักทรัพย์ในภาคอุตสาหกรรม รวมทั้ง Habib (2004) ใช้ข้อมูลจากประเทศญี่ปุ่นพบว่าการจัดการกำไรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีทั้งมูลค่าตามบัญชีและกำไรทั้งในตัวแบบรวม และการจัดการกำไรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ

ความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร อาจแสดงให้เห็นว่า หากบริษัทมีการจัดการกำไรอาจทำให้ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีลดลง สอดคล้องกับ Mostafa (2017) ที่พบว่าการจัดการกำไรมีความสัมพันธ์กับความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีในประเทศอียิปต์

การพัฒนาสมมติฐานในการวิจัย

ข้อมูลบัญชีเป็นข้อมูลสำคัญในการประเมินมูลค่ากิจการ และสอดคล้องกับลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานของงบการเงินในเรื่องความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ หากความน่าเชื่อถือของข้อมูลกำไรลดลง นักลงทุนอาจพิจารณามูลค่าตามบัญชีเป็นพื้นฐานในการประเมินมูลค่า (Whelan & McNamara, 2004) Whelan & McNamara (2004) กล่าวถึงงานวิจัยของ Collins, Pincus & Xie (1999) ในการทดสอบความสัมพันธ์ของกำไรกับราคาหลักทรัพย์ หากแบบจำลองละเว้นมูลค่าตามบัญชีจะทำให้เกิดความผิดพลาด และยังพบข้อบ่งชี้ที่สำคัญในกรณีที่ความล้มเหลวของบริษัทเพิ่มขึ้น ข้อมูลกำไรจะไม่ให้ข้อมูลในการสร้างความคาดหวังในอนาคต ดังนั้น ข้อมูลกำไรจึงมีความเกี่ยวข้องกับราคาหลักทรัพย์ลดลง และมูลค่าตามบัญชีจะมีความเกี่ยวข้องกับราคาหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นข้อมูลที่จะใช้พิจารณาเมื่อเลิกกิจการ (Whelan & McNamara, 2004) ในอนาคตได้ หรือมูลค่าตามบัญชีจะเป็นแหล่งข้อมูลที่นักลงทุนจะนำไปใช้ประเมินมูลค่าต่อไป Badu & Appiah (2018) พบว่าเมื่อนำ IFRS มาใช้ ทำให้ความเกี่ยวข้องของกำไรสุทธิและมูลค่าตามบัญชีลดลง ในขณะที่ Whelan & McNamara (2004) พบว่ารายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจจะลดความเกี่ยวข้องของกำไร แต่เพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชีในประเทศออสเตรเลีย Callao, Cimini & Jarne (2016) ให้หลักฐานสนับสนุนว่าความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไรลดลง แต่ความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้นในกิจการที่มีการจัดการกำไรในประเทศยุโรป

หลักฐานข้างต้นเป็นการศึกษาในต่างประเทศ และมีสภาพแวดล้อมแตกต่างจากประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงคาดว่าจัดการกำไรจะมีผลต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี โดยลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร และเพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี เนื่องจากนักลงทุนจะให้ความสำคัญกับข้อมูลกำไรน้อยลง และให้ความสนใจกับมูลค่าตามบัญชีมากกว่า (Callao, Cimini & Jarne, 2016, Whelan & McNamara, 2004) หากข้อมูลบัญชีเกิดจากการจัดการกำไร จึงกำหนดสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

H1: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี

H2: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร

H3: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงเพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ยกเว้น กลุ่มบริษัทจดทะเบียนที่อยู่ในระหว่างฟื้นฟูกิจการ กลุ่มธุรกิจการเงินและประกันภัย และกลุ่มกองทุนและธุรกิจขนาดกลาง (MAI) เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีรายการบัญชีและข้อกำหนดที่แตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ โดยข้อมูลดังกล่าวครอบคลุมระยะเวลา 15 ปี ระหว่างปีพ.ศ. 2547 - 2561 คิดเป็น 6,019 ชุดข้อมูล และเมื่อหักบริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนในการวัดค่าตัวแปรวิจัย และบริษัทที่มีค่าผิดปกติ ส่งผลให้มีจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคงเหลือเท่ากับ 4,164 ตัวอย่าง เหตุผลที่ใช้ช่วงเวลาดังกล่าวถือเป็นช่วงที่ประเทศไทยทยอยนำมาตราฐานการรายงานทางการเงินระหว่างประเทศมาถือปฏิบัติ ซึ่งการนำมาตรฐานดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อระดับ การจัดการกำไรในแต่ละประเทศ (Wijayana & Gray, 2019) และความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี (Badu & Appiah, 2018) รวมทั้ง เป็นช่วงหลังวิกฤตการเงิน ซึ่งจะทำให้บริษัทต่าง ๆ มีผลการดำเนินงานอยู่ในสภาวะปกติ และงานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลในระยะยาวช่วงเวลาดังกล่าวจึงมีความเหมาะสมต่อผลการวิจัย

การพัฒนาแบบจำลองในการวิจัย

งานวิจัยนี้ประยุกต์วิธีวิจัยของ Mostafa (2017) และนำแบบจำลองความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของ Ohlson (1995) ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคาหุ้นกับข้อมูลบัญชี (มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้น และกำไรต่อหุ้น) สำหรับการทดสอบผลกระทบของการจัดการกำไรกับความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีใช้ 3 แบบจำลอง คือ ตัวแบบความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี Ohlson (1995) โดย แบบจำลองที่ 1 คือ แบบจำลองต้นแบบที่แสดงถึงความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชีต่อราคาหลักทรัพย์ และแบบจำลองที่ 2 (ไม่มีตัวแปรควบคุม) และ 3 (มีตัวแปรควบคุม) เป็นการประยุกต์ เพื่อพิจารณาผลกระทบของการจัดการกำไรที่มีต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี ดังนี้

$$P_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 EPS_{i,t} + \beta_2 BVS_{i,t} + \varepsilon_{i,t} \quad \dots (1)$$

$$P_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 EPS_{i,t} + \beta_2 BVS_{i,t} + \beta_3 EMHL_{i,t} + \beta_4 EPS_{i,t} * EMHL_{i,t} + \beta_5 BVS_{i,t} * EMHL_{i,t} + Year + Industry + \varepsilon_{i,t} \quad \dots (2)$$

$$P_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 EPS_{i,t} + \beta_2 BVS_{i,t} + \beta_3 EMHL_{i,t} + \beta_4 EPS_{i,t} * EMHL_{i,t} + \beta_5 BVS_{i,t} * EMHL_{i,t} + \beta_6 ROA_{i,t} + \beta_7 Leverage_{i,t} + \beta_8 Growth_{i,t} + Year + Industry + \varepsilon_{i,t} \quad \dots (3)$$

เมื่อ $P_{i,t+1}$ คือ ราคาหุ้นของบริษัท i ณ วันที่ 31 มีนาคม ของปีที่ $t+1$, $EPS_{i,t}$ คือ กำไรต่อหุ้นของบริษัท i ปีที่ t , $BVS_{i,t}$ คือ มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นของบริษัท i ปีที่ t , $EMHL_{i,t}$ คือ ตัวแปรหุ่น กำหนดให้บริษัทที่มีการจัดการกำไร (DACC) ของบริษัท i ปีที่ t สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมให้มีค่าเท่ากับ 1 หากไม่ใช่เท่ากับ 0 โดยตัวแปรการจัดการกำไรประมาณค่าตามแบบจำลอง Modified Jones (Dechow, Sloan & Sweeney, 1995) ส่วนตัวแปรควบคุม $ROA_{i,t}$ คือ ผลการดำเนินงาน วัดค่าจากอัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ของบริษัท i ปีที่ t , $Leverage_{i,t}$ คือ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ปีที่ t , $Growth_{i,t}$ คือ อัตราส่วนมูลค่าตลาดของส่วนผู้ถือหุ้น ต่อมูลค่าตามบัญชีของผู้ถือหุ้นของบริษัท i ปีที่ t , $Year$ คือ ปีพ.ศ.

ตัวแปรหุ่นกำหนดให้ปีที่สนใจเท่ากับ 1 หากไม่ใช่เท่ากับ 0 และ Industry คือ อุตสาหกรรม ตัวแปรหุ่น กำหนดให้
อุตสาหกรรมที่สนใจเท่ากับ 1 หากไม่ใช่เท่ากับ 0

การวัดค่าระดับการจัดการกำไร

งานวิจัยนี้ใช้แบบจำลองรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจตามตัวแบบ Modified Jones ซึ่ง Dechow, Sloan & Sweeney (1995) ได้พัฒนาจากแบบจำลองของ Jones Model เพื่อลดความผิดพลาดในการประมาณค่ารายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหาร (ดูการคำนวณจาก Dechow, Sloan & Sweeney, 1995) งานวิจัยนี้จึงใช้ตัวแบบ Modified Jones ในการวัดค่าระดับการจัดการกำไร เนื่องจากเป็นตัวแบบที่สามารถประมาณค่ารายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจได้เหมาะสม (Bartov, Gul & Tsui, 2000) การประมาณค่าสัมประสิทธิ์จากแบบจำลองในงานวิจัยนี้แยกประมาณในรายอุตสาหกรรมในแต่ละปี และใช้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจเป็นตัวแทนการจัดการกำไร หากค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจมีจำนวนมาก (น้อย) แสดงว่ามีระดับการจัดการกำไรมาก (น้อย) เมื่อคำนวณได้ค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของแต่ละบริษัทแล้ว จะนำค่าสัมบูรณ์ของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจแบ่งเป็น 2 กลุ่ม โดยใช้ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมในแต่ละปี คือ กลุ่มบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูง และบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรต่ำ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนาเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สถิติพรรณนาสำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

Panel: A ค่าต่อเนื่อง	n	Mean	Median	Min	Max
P	4,164	23.515	5.873	.027	1,050
EPS	4,164	1.822	.443	.000	104.951
BVS	4,164	15.328	3.560	-15.169	543.733
Growth	4,164	2.206	1.356	-9.674	107.758
Leverage	4,164	.435	.444	.004	2.761
ROA	4,164	.075	.062	-.169	3.670
Panel: B ตัวแปรหุ่น					
EMHL	4,164	D = 1 1,264	D = 0 2,900	% of D = 1 30.36%	% of D = 0 69.64%

ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณงานวิจัยนี้ได้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิเคราะห์ในแต่ละคู่ผ่านการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระแต่ละคู่มีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง -.041 ถึง .825 ซึ่งไม่เกิน .90 (Hair et al, 2010) แสดงว่าไม่เกิดปัญหา Multicollinearity สามารถนำตัวแปรอิสระไปใช้วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณได้ นอกจากนี้ได้ตรวจสอบปัญหา Autocorrelation ผ่านค่า Durbin-Watson (D.W.)

ในทุกแบบจำลองในการวิเคราะห์ ซึ่งต้องอยู่ระหว่าง 1.50 – 2.50 จะถือว่าไม่เกิดปัญหา Autocorrelation (ภูมิฐาน รังकुณวัฒน์, 2558) สำหรับผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแสดงดังตารางที่ 3

การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยนี้ได้นำแบบจำลอง 1 (Model 1) มาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (แยกวิเคราะห์ในกรณีที่ไม่มีตัวแปรควบคุม และมีตัวแปรควบคุม) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีระดับการจัดการกำไรสูง (High_EM) และกลุ่มที่มีระดับการจัดการกำไรต่ำ (Low_EM) เพื่อพิจารณาผลในภาพรวมของความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีที่มีต่อการตัดสินใจเมื่อพิจารณาผ่านราคาหลักทรัพย์ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแยกตามกลุ่มระดับการจัดการกำไรสูง (ต่ำ)

ตัวแปร	High_EM (n = 1,264)				Low_EM (n = 2,900)			
	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Constant	4.987***	.000	-1.491	.699	3.333***	.000	-15.502***	.002
EPS	3.568***	.000	3.397***	.000	9.865***	.000	9.821***	.000
BVS	.617***	.000	.654***	.000	.223***	.000	.255***	.000
Growth			1.156***	.000			1.803***	.000
Leverage			1.892	.561			9.980**	.023
ROA			1.743	.764			-26.326	.129
Year & Industry	No		Yes		No		Yes	
F-value	1431.060***		127.061***		2178.489***		197.699***	
Adj.R ²	69.4%		71.4%		60%		62.9%	
D.W.	1.904		1.978		1.925		1.960	

หมายเหตุ : *p-value < .10, **p-value < 0.05, ***p-value < .01, Yes คือ รวมตัวแปรไว้ในแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอย, No คือ ไม่รวมตัวแปรไว้ในแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอย, การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS)

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยขออธิบายผลเฉพาะแบบจำลองที่มีตัวแปรควบคุม พบว่าตัวแปร EPS มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Coef.) เท่ากับ 3.397 รวมทั้ง ตัวแปร BVS มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ .654 จึงกล่าวได้ว่ากลุ่ม High_EM ข้อมูลบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เมื่อพิจารณาในกลุ่ม Low_EM พบว่าตัวแปร EPS มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย เท่ากับ 9.821 รวมทั้ง ตัวแปร BVS มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .255 แสดงให้เห็นว่าในกลุ่ม Low_EM ข้อมูลบัญชีมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

จากผลในตารางที่ 2 งานวิจัยนี้มีข้อสังเกตในค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Coef.) และค่า Adj. R² ของทั้ง 2 กลุ่ม พบว่า EPS ในกลุ่ม Low_EM มี Coef. สูงกว่ากลุ่ม High_EM เท่ากับ 6.424 (9.821 - 3.397) ในทางตรงข้ามพบว่า BVS ในกลุ่ม High_EM มี Coef. สูงกว่ากลุ่ม Low_EM เท่ากับ .399 (.654 - .255) รวมทั้ง ความสามารถในการพยากรณ์ (Adj.

R²) ในกลุ่ม High_EM มีระดับสูงกว่ากลุ่ม Low_EM เท่ากับ 8.5% (71.4% - 62.9%) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการกำไรโดยรวมเป็นเทคนิคที่ผู้บริหารใช้ เพื่อให้มีกองทุนภายนอกเชื่อมั่นในผลการดำเนินงาน และผู้บริหารต้องการได้รับผลประโยชน์ส่วนตัว (Jiraporn, et al. 2008) ทำให้มีความสามารถในการอธิบายสูงกว่า ถึงแม้ว่าการจัดการกำไรจะเป็นการดึงดูดความสนใจของนักลงทุน แต่ข้อมูลก็อาจจะมิขนาดผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ลดลง

ตารางที่ 3 ใช้ตัวแปรผลกระทบร่วมของระดับการจัดการกำไร (EMHL) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1-3 (H1 - H3) ใน Model 1 ตัวแปร EPS และ BVS มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญ มีค่า Coef. เท่ากับ 7.292 และ .396 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโดยใช้ตัวแปรผลกระทบร่วมของระดับการจัดการกำไร (EMHL)

ตัวแปร	Model 1 (n=4,164)		Model 2 (n=4,164)		Model 3 (n=4,164)	
	Coef.	p-value	Coef.	p-value	Coef.	p-value
Constant	-7.878**	.019	-7.946**	.016	-12.143***	.000
EPS	7.292***	.000	9.867***	.000	9.688***	.000
BVS	.396***	.000	.233***	.000	.264***	.000
EMHL			3.224**	.022	2.506*	.073
EPS*EMHL			-6.234***	.000	-6.226***	.000
BVS*EMHL			.382***	.000	.392***	.000
Growth					1.565***	.000
Leverage					8.385***	.005
ROA					-5.915	.430
Year & Industry	No		Yes		Yes	
F-value	292.572***		285.423***		268.710***	
Adj.R ²	60.6%		63.1%		64.3%	
D.W.	1.929		1.952		1.960	

หมายเหตุ : *p-value < .10, **p-value < .05, ***p-value < .01, Yes คือ รวมตัวแปรไว้ในแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอย, No คือ ไม่รวมตัวแปรไว้ในแบบจำลองการวิเคราะห์ถดถอย, การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS)

Model 2 พบว่า ระดับการจัดการกำไรสูง (EMHL) มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญมีค่า Coef. เท่ากับ 3.224 แสดงให้เห็นว่าการจัดการกำไรมีความเกี่ยวข้องกับราคาหลักทรัพย์ เมื่อพิจารณาตัวแปรผลกระทบร่วมซึ่งเป็นผลคูณระหว่างกำไรต่อหุ้นกับระดับการจัดการกำไรสูง (EPS*EMHL) มีผลกระทบเชิงลบต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญมีค่า Coef. เท่ากับ -6.234 แต่ตัวแปรผลกระทบร่วมสำหรับผลคูณระหว่างมูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นกับระดับ

การจัดการกำไรสูง (BVS*EMHL) มีผลกระทบเชิงบวกต่อราคาหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญมีค่า Coef. เท่ากับ .382 อย่างไรก็ตาม ใน Model 3 เป็นการพิจารณาเมื่อมีตัวแปรควบคุม พบผลการวิจัยที่ไม่แตกต่างจาก Model 2

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการจัดการกำไรต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากข้อมูลทั้งหมด 4,164 ตัวอย่าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2561 ผลการวิจัยพบว่าบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร แต่เพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะส่งผลให้ความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไรต่อหุ้นกับราคาหลักทรัพย์ลดลง แต่จะช่วยเพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี จากผลการวิจัยจึงยอมรับสมมติฐาน H1: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงส่งผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี เนื่องจากการจัดการกำไรมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับข้อมูลในงบกำไรขาดทุน และงบแสดงฐานะการเงิน ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่นักลงทุนนำมาใช้ในการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shan (2015) และ Mostafa (2017) พบว่ารายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจมีผลกระทบต่อความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมยังสะท้อนให้เห็นว่าอำนาจในการอธิบายราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มที่มีระดับการจัดการกำไรต่ำจะมีระดับที่ต่ำกว่ากลุ่มที่มีระดับการจัดการกำไรสูง แต่เมื่อพิจารณาขนาดของผลกระทบของกำไรต่อหุ้น และมูลค่าตามบัญชี พบว่ากลุ่มกิจการที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะมีขนาดผลกระทบของกำไรต่อหุ้นกับราคาหลักทรัพย์ต่ำกว่า กลุ่มกิจการที่มีระดับการจัดการกำไรต่ำ แต่ในทางตรงข้าม กลุ่มกิจการที่มีระดับการจัดการกำไรสูง มูลค่าตามบัญชีต่อหุ้นมีขนาดผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์มากกว่ากลุ่มกิจการที่มีระดับการจัดการกำไรต่ำ

ผลการวิจัยนี้พบว่ากลุ่มกิจการที่มีระดับการจัดการกำไรสูงจะลดผลกระทบของข้อมูลกำไร และเพิ่มผลกระทบของมูลค่าตามบัญชี จึงยอมรับสมมติฐาน H2: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงลดความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไร และยอมรับสมมติฐาน H3: บริษัทที่มีระดับการจัดการกำไรสูงเพิ่มความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชี เนื่องจากนักลงทุนอาจไม่มั่นใจในผลการดำเนินงานผ่านข้อมูลกำไรที่น่าเสนอ เพราะผู้บริหารใช้ดุลยพินิจในการจัดการกำไรเพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และทำให้กำไรไม่มีประโยชน์ที่จะนำมาใช้พยากรณ์กำไรในอนาคต นอกจากนี้ ข้อมูลในงบการเงินที่เปิดเผยจะช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถพิจารณาถึงระดับของรายการคงค้างที่ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจในมุมมองของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่อยู่ในลักษณะของตลาดที่มีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ศุภวัฒน์ วัฒนธนปติ, พิรุณา ไบโลว์ส และเวทวงศ์ พ่วงทรัพย์, 2555) จึงทำให้ผลกระทบของกำไรต่อหุ้นกับราคาหลักทรัพย์ลดลง ผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับมุมมองของประสิทธิภาพของตลาดในระดับกลาง ข้อมูลที่เปิดเผยจะสะท้อนราคาหลักทรัพย์ในปัจจุบัน (Fama, 1970) รวมทั้ง ระดับการจัดการกำไรยังสะท้อนถึงคุณภาพของงบการเงินในระดับต่ำ เนื่องจากเป็น

เทคนิคที่ผู้บริหารนำมาใช้เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเข้าใจผิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของบริษัท หรือให้บรรลุปเป้าหมายของสัญญาตามตัวเลขทางการเงิน (Healy & Wahlen, 1999) และเป็นเทคนิคในการสร้างกำไรในระยะสั้น (Sevin & Schroeder, 2005) จึงลดผลกระทบของกำไรต่อหุ้นที่สะท้อนผลการดำเนินงานของกิจการในงวดปัจจุบันกับราคาหลักทรัพย์ที่ผู้ใช้งบการเงินนำไปใช้ในการตัดสินใจ และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shan (2015) ที่พบว่าบริษัทที่มีการจัดการกำไรมีผลกระทบเชิงลบต่อความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชี

นอกจากนี้ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าระดับการจัดการกำไรสูงจะให้ความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้น เนื่องจากข้อมูลกำไรที่ไม่น่าเชื่อถือจะทำให้ผู้ใช้งบการเงินให้ความสนใจกับมูลค่าตามบัญชีมากกว่า (Whelan & McNamara, 2004) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ Collins, Pincus & Xie (1999) กล่าวว่ากิจการที่มีระดับความล้มเหลวเพิ่มขึ้น กำไรต่อหุ้นจะไม่ได้รับความคาดหวังจากนักลงทุน เนื่องจากผู้บริหารอาจใช้เทคนิคการจัดการกำไรในการจูงใจนักลงทุนตามวัตถุประสงค์ส่วนตัว (Watts & Zimmernan, 1986) ดังนั้น มูลค่าตามบัญชีจึงเป็นข้อมูลที่นักลงทุนนำไปใช้ตัดสินใจ รวมทั้ง งานวิจัยของ Callao, Cimini & Jame (2016) พบว่าในกิจการที่มีการจัดการกำไรจะมีความเกี่ยวข้องของข้อมูลกำไรลดลง แต่ความเกี่ยวข้องของมูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้พบว่าการใช้ข้อมูลระยะยาวในบริบทของตลาดหลักทรัพย์ประเทศไทยระดับการจัดการกำไรมีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ ซึ่งจะให้ความเกี่ยวข้องของกำไรต่อหุ้นลดลง แต่ทำให้มูลค่าตามบัญชีเพิ่มขึ้น นักลงทุนและผู้สนใจทั่วไปควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจ และควรพิจารณาถึงผลกระทบดังกล่าว รวมทั้ง ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากงบการเงินที่เปิดเผยต่อสาธารณชน ประกอบกับข้อมูลในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เพื่อหาข้อบ่งชี้ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการกำไร เช่น รายได้ ลูกหนี้ ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ ค่าเสื่อมราคา เป็นต้น เพื่อให้การตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ นักลงทุนหรือผู้ใช้งบการเงินอาจนำแบบจำลองในงานวิจัยนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์เพิ่มเติมได้

งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการใช้ตัวแปรวัดระดับการจัดการกำไรเพียงแบบจำลอง Modified Jones (Dechow, Sloan & Sweeney, 1995) อาจทำให้ผลการวิจัยที่พบครั้งนี้เป็นเพียงผลที่ได้จากแบบจำลองดังกล่าวเท่านั้น งานวิจัยในอนาคตอาจนำข้อจำกัดจากงานวิจัยนี้ไปศึกษาเพิ่มเติม เพื่อพิจารณาว่าผลการวิจัยที่พบมีความเหมือนหรือแตกต่างกันจากผลการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคต สามารถนำแบบจำลองจากงานวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาเพิ่มเติมในช่วงสถานการณ์ที่ไม่ปกติ เช่น สถานการณ์โควิด-19 ซึ่งอาจทำให้พบผลการวิจัยที่ขัดแย้งกับงานวิจัยครั้งนี้ได้ เนื่องจากมีปัจจัยอื่นในตลาดที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานโดยตรงหรือนำแบบจำลองในการวัดค่าการจัดการกำไรผ่านกิจกรรมทางธุรกิจ (Real Earnings Management) หรือจัดกลุ่มที่มีระดับการจัดการกำไรสูงหรือต่ำด้วยค่าควอไทล์ (Quartile) เพื่อให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ตุลยา ตูลาติลิก และเดชนันต์ บังกิโ. (2564). ผลกระทบของความเกี่ยวข้องกับมูลค่าหลักทรัพย์ของข้อมูลทางบัญชีจากการบังคับใช้ TFRS 15 หลักฐานเพิ่มเติมจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. **วารสารวิชาชีพบัญชี**, 17(54), 30-51.
- ภูมิฐาน รังคุลณวัฒน์. (2558). **เศรษฐกิจเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภวัฒน์ วัฒนธนปติ พิรุณา ไบโลว์ส และเวทวงศ์ พ่วงทรัพย์. (2555). การทดสอบความมีประสิทธิภาพของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในมิติของข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับนโยบายทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา. **วารสารสุทธิปริทัศน์**, 26(79), 109-130.
- สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2563). **กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/135175>.
- อนุวัฒน์ ภักดี และศิลปพร ศรีจันทเพชร. (2563). ความเกี่ยวข้องของข้อมูลบัญชีกับราคาหลักทรัพย์ในกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน : มุมมอง 15 ปี. **วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**, 9(1), 196-214.
- Acaranupong, K. (2017). Comparative Value Relevance of Earnings, Book Values and Cash Flows: Empirical Evidence from Listed Companies on SET100 in Thailand. **Journal of Accounting Profession**, 13(38), 95-114.
- Ali, A., & Hwang, L. S. (2000). Country-specific Factors Related to Financial Reporting and The Value Relevance of Accounting Data. **Journal of Accounting Research**, 38(1), 1-21.
- Badu, B., & Appiah, K. O. (2018). Value Relevance of Accounting Information: An Emerging Country Perspective. **Journal of Accounting & Organizational Change**, 14(4), 473-491.
- Ball, R., & Brown, P. (1968). An Empirical Evaluation of Accounting Income Numbers. **Journal of Accounting Research**, 6(2), 159-178.
- Barth, M. E. (2000). Valuation-based Research Implications for Financial Reporting and Opportunities for Future Research. **Accounting And Finance**, 40, 7-31.
- Barth, M. E., Landsman, W. R. & Lang, M. H. (2008). International Accounting Standards and Accounting Quality. **Journal of Accounting Research**, 46(3), 467-498.
- Bartov, E., Gul, F. A., & Tsui, J. S. (2000). Discretionary-Accruals Models and Audit Qualifications. **Journal of accounting and economics**, 30(3), 421-452.

- Callao, S., Cimini, R. & Jarne, J. I. (2016). Value Relevance of Accounting Figures in Presence of Earnings Management. Are Enforcement and Ownership Diffusion Really Enough?. **Journal of Business Economics and Management**, 17(6), 1286-1299.
- Chebaane, S., & Othman, H. B. (2014). The Impact of IFRS Adoption on Value Relevance of Earnings and Book Value of Equity: The Case of Emerging Markets in African and Asian Regions. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 145, 70-80.
- Cheng, C. S. A. & Li, S. (2014). Does Income Smoothing Improve Earnings Informativeness? A Comparison Between the US and China Markets. **China Accounting and Finance Review**, 16(2), 128-147.
- Collins, D. W., Pincus, M. & Xie, H. (1999). Equity Valuation and Negative Earnings: The Role of Book Value of Equity. **The Accounting Review**, 74(1), 29-61.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. & Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management. **The Accounting Review**, 70(2), 193-225.
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work. **The Journal of Finance**, 25(2), 383-417.
- Feltham, G. A. & Pae, J. (2000). Analysis of the Impact of Accounting Accruals on Earnings Uncertainty and Response Coefficients. **Journal of Accounting, Auditing and Finance**, 15(3), 199-220.
- Francis, J., et al. (2004). Costs of Equity and Earnings Attributes. **The Accounting Review**, 79(4), 967-1010.
- Guidi, F. & Gupta, R. (2011). Are ASEAN Stock Market Efficient? Evidence from Univariate and Multivariate Variance Ratio Tests. **Discussion Papers in Finance**, 201113, 488-502.
- Habib, A. (2004). Impact of Earnings Management on Value - Relevance of Accounting Information: Empirical Evidence from Japan. **Managerial Finance**, 30(11), 1-15.
- Hair, J. F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis**. (7th ed.). New York: Pearson Prentice Hall.
- Healy, P. M. & Wahlen, J. M. (1999). A Review of The Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. **Accounting Horizons**, 13(4), 365-383.
- Jiraporn, P. et al. (2008). Is Earnings Management Opportunistic or Beneficial? An Agency Theory Perspective. **International Review of Financial Analysis**, 17(3), 622-634.

- Kumari, P. & Mishra, C. S. (2023). Value Relevance of Earnings and Book Value of Equity in Profit Versus Loss Reporting Firms: Significance of Intangible Intensity. **Accounting Research Journal**, 36(2/3), 166-182.
- Lev, B. (1989). On The Usefulness of Earnings and Earnings Research: Lessons and Directions from Two Decades of Empirical Research. **Journal of Accounting Research**, 27(1), 153-192.
- Marquardt, C. A. & Wiedman, C. I. (2004). The Effect of Earnings Management on The Value Relevance of Accounting Information. **Journal of Business Finance and Accounting**, 31(3/4), 297-332.
- Mostafa, W. (2017). The Impact of Earnings Management on The Value Relevance of Earnings: Empirical Evidence from Egypt. **Managerial Auditing Journal**, 32(1), 50-74.
- Ohlson, J. A. (1995). Earnings, Book Values, and Dividends in Equity Valuation. **Contemporary Accounting Research**, 11(2), 661-687.
- Rahman, A. Yammeesri, J. & Perera, H. (2010). Financial Reporting Quality in International Settings: A Comparative Study of the USA, Japan, Thailand, France and Germany. **The International Journal of Accounting**, 45(1), 1-34.
- Sevin, S. & Schroeder, R. (2005). Earnings Management: Evidence from SFAS No. 142 Reporting. **Managerial Auditing Journal**, 20(1), 47-54.
- Shan, Y. G. (2015). Value Relevance, Earnings Management and Corporate Governance in China. **Emerging Markets Review**, 23, 186-207.
- Srinivasan, P. & Narasimhan, M. S. (2012). The Value Relevance of Consolidated Financial Statements in an Emerging Market: The Case of India. **Asian Review of Accounting**, 20(1), 58-73.
- Tucker, J. W. & Zarowin, P. A. (2006). Does Income Smoothing Improve Earnings Informativeness?. **The Accounting Review**, 18(1), 251-270.
- Watts, R. & Zimmerman, J. (1986). **Positive Accounting Theory**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Whelan, C. & McNamara, R. P. (2004). **The Impact of Earnings Management on The Value-Relevance of Earnings and Book Value: A Comparison of Short-Term and Long-Term Discretionary Accruals**. Doctoral dissertation, Bond University.
- Wijayana, S. & Gray, S. J. (2019). Institutional Factors and Earnings Management in the Asia-Pacific: is IFRS Adoption Making a Difference?. **Management International Review**, 59(2), 307-334.

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29

Knowledge and Understanding for People's Personal Income Tax of Online
Entrepreneurs in Bangkok Area Revenue Office 29

เกษร รมัง¹ ภัทรา สุขะสุนต์^{2*}

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Kesorn Ramang¹ Patra Sukasukont^{2*}

^{1,2}Faculty of Management Sciences, Dhonburi Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: kessa192@gmail.com

(Received: October 3, 2023; Revised: December 13, 2023; Accepted: December 18, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 2) เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวน 333 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที ค่าเอฟ หรือ ANOVA และ LSD

ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยได้คะแนนในภาพรวมเฉลี่ยเท่ากับ 28.77 คะแนน จากคะแนนเต็ม 35 คะแนน เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่าด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ ได้คะแนนเฉลี่ย 10.33 คะแนน จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน ด้านการคำนวณภาษี ได้คะแนนเฉลี่ย 10.31 คะแนน จากคะแนนเต็ม 13 คะแนน ด้านการชำระภาษี ได้คะแนนเฉลี่ย 4.93 คะแนน จากคะแนนเต็ม 6 คะแนน และด้านบทลงโทษ ได้คะแนนเฉลี่ย 3.20 คะแนน จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน 2) ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจออนไลน์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ แหล่งที่มาของรายได้หลักและช่องทางการยื่นเสียภาษีแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลที่ได้จากการวิจัยนี้ จะช่วยให้สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงกลยุทธ์การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแก่ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ต่อไป

คำสำคัญ: ความรู้ความเข้าใจ, ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา, ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์

Abstract

This research has the objective 1) to study the knowledge and understanding of People's Personal Income Tax of Online Entrepreneurs in Bangkok Area Revenue Office 29 and 2) to compare the knowledge and understanding of People's Personal Income Tax of Online Entrepreneurs in Bangkok Area Revenue Office 29. Using a questionnaire as a tool to collect the data. The sample group consists of 333 online business operators in the Bangkok Metropolitan Area Revenue Office 29. Statistics used for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test (ANOVA), and LSD (Least Significance Difference).

The research findings indicate that: 1) respondents have knowledge and understanding of individual income tax payment, with an average overall score of 28.77 out of a possible 35 points. When categorized by specific aspects, respondents scored an average of 10.33 out of 12 points for basic income tax information, 10.31 out of 13 points for tax calculation, 4.93 out of 6 points for tax payment, and 3.20 out of 4 points for penalty-related knowledge. 2) The comparative analysis of knowledge and understanding of online business operators with different levels of education, types of online businesses, operation duration, primary income sources, and tax filing methods reveals statistically significant differences in their knowledge and understanding of individual income tax payment at a .05 significance level. The findings from this research can assist the Bangkok Metropolitan Area Revenue Office 29 in improving strategies to enhance knowledge and understanding of individual income tax payment among online business operators in the future.

Keywords: Knowledge and Understanding, Personal Income Tax, Online Entrepreneurs

บทนำ

กรมสรรพากรเป็นหน่วยงานจัดเก็บรายได้หลักของประเทศ มีภารกิจที่ทำทนายอย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ Covid-19 เนื่องจากรัฐบาลจำเป็นต้องใช้งบประมาณเพื่อการดูแลด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่ไปกับการรักษานโยบายการคลัง เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศในระยะยาว จึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของการจัดเก็บรายได้ทางภาษีอากรภายใต้ข้อจำกัดต่าง ๆ เช่น การหยุดชะงักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศการชะลอตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ เป้าหมายหลักของกรมสรรพากรจึงมุ่งสู่การจัดเก็บภาษีอากรอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเป็นธรรมผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ รวมถึงการนำหลักการบริหารจัดการที่ทั่วโลกใช้กันอย่างแพร่หลาย เป็นทิศทางการทำงานของบุคลากรและขับเคลื่อนการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาใช้ในการขยายฐานภาษีอากร และการเพิ่มประสิทธิภาพการตรวจสอบทางภาษีอากร (กรมสรรพากร, 2564)

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ ETDA ได้ทำการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2563 พบว่า ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรืออีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีมูลค่าเท่ากับ 3,782,174.26 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 6.11 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) ซึ่ง ETDA ได้วิเคราะห์ว่าการเติบโตดังกล่าวบ่งชี้ว่าภาคธุรกิจปรับเปลี่ยนการดำเนินธุรกิจผ่านระบบดิจิทัลหรืออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ส่งผลให้มีผู้ประกอบการออนไลน์เพิ่มขึ้น และในปี พ.ศ. 2564 สถานการณ์โรคระบาด COVID-19 เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) โดยการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถขายได้มากขึ้น ลูกค้าสามารถเข้ามาเยี่ยมชมสินค้าและบริการได้มากขึ้น

ทั้งนี้ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ถือว่าเป็นผู้มีเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(8) แห่งประมวลรัษฎากร ซึ่งได้แก่ เงินได้จากการทำธุรกิจ การพาณิชย์ การเกษตรการอุตสาหกรรม การขนส่ง การขายอสังหาริมทรัพย์หรือการอื่น รวมทั้งในกรณีที่ผู้ประกอบการได้ขายสินค้าที่ไม่มีรูปร่าง ได้แก่ เว็บไซต์ รูปแบบหน้าเว็บไซต์ ลิขสิทธิ์โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาเป็นระบบต่าง ๆ สิทธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการชื่อเสียงทางการค้า หรือก๊วนวิลล์ จะต้องเสียภาษีเช่นเดียวกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่อยู่ในประเทศไทย แม้ว่ากรมสรรพากรในฐานะหน่วยงานที่จัดเก็บภาษีจะมีนโยบายประชาสัมพันธ์ รมรณรงค์ให้ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ มีความรู้ ความเข้าใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ เช่น การนำคู่มือแนะนำการยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ให้กับผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ การแนะนำการเสียภาษีผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ของกรมสรรพากร การจัดสัมมนาให้กับผู้ประกอบการ การเปิดบริการแนะนำการเสียภาษีผ่านทางโทรศัพท์ (Call Center) ผ่านทาง Webchat เป็นต้น แต่ยังมีผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์จำนวนมากที่ยังไม่ทราบว่าเมื่อมีรายได้จำเป็นต้องชำระภาษีเหล่านั้นให้กับสรรพากรด้วย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และยังพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าที่ยื่นแบบแสดงรายการภาษีมีการคำนวณภาษีผิดพลาดหรือไม่ถูกต้องในอัตราที่สูง เป็นปัญหาที่ต้องดำเนินการลดจำนวนความผิดพลาดในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีลง (กรมสรรพากร, 2564)

ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะพนักงานของกรมสรรพากรมีความสนใจที่จะช่วยกรมสรรพากรศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการในการศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 เพื่อนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีอากรของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ของกรมสรรพากรในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29
2. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 โดยมีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับทฤษฎีข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ (กรมสรรพากร, 2565) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้ (Bloom, 1975) สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์

1. ระดับการศึกษา
2. ประเภทธุรกิจร้านค้าออนไลน์
3. ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
4. แหล่งที่มาของรายได้หลัก
5. รายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ตัวแปรตาม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้

บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์

1. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้
2. การคำนวณภาษี
3. การชำระภาษี
4. บทลงโทษ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำนวน 1,981 คน (สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29, 2565)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตพื้นที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 333 คน ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 333 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำฉลากตามลำดับรายชื่อผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ของสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 แล้วทำการจับฉลากจนกระทั่งได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 333 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้รับจากการศึกษาวิเคราะห์ นำมาสร้างแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended) แบบให้เลือกตอบ ได้แก่ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจร้านค้าออนไลน์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ แหล่งที่มาของรายได้หลัก รายได้ของธุรกิจต่อเดือน และช่องทางในการยื่นเสียภาษี

ส่วนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ การคำนวณภาษี การชำระภาษี และบทลงโทษ โดยแบบสอบถามใช้วิธีตอบคำถามแบบ ใช่ หรือ ไม่ใช่

การตรวจหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน โดยใช้วิธี Index of Content Validity และได้ทำการปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงความถูกต้องและครบถ้วน ของคำถาม จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถามโดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อประเมินความ น่าเชื่อถือโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ผลการวิจัยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา โดยรวมทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .80 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ .70 (Nunnally & Bernstein, 1994) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 แล้วดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับระหว่างเดือนมีนาคม 2566 ถึงเดือนพฤษภาคม 2566 ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 333 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยค่าความถี่และค่าร้อยละ

2. ศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ กรณีที่มีการเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม จะใช้การทดสอบค่าที (t-test) และกรณีที่มีการเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม จะใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) หรือ ANOVA และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วย LSD (Least Significance Difference)

ผลการวิจัย

1. จากข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 333 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประเภทธุรกิจร้านค้าออนไลน์สำหรับการขายสินค้า มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1 – 5 ปี มีแหล่งที่มาของรายได้หลักจากการประกอบธุรกิจร้านค้าออนไลน์ มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือน 20,000 – 50,000 บาท และมีช่องทางในการยื่นเสียภาษีผ่าน E-Filing

2. จากผลการศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า คำถามที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกทุกคน มีจำนวน 5 ข้อ โดยอยู่ในด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ จำนวน 3 ข้อ ด้านการคำนวณภาษี จำนวน 1 ข้อ และด้านการชำระภาษี จำนวน 1 ข้อ ส่วนคำถามที่มีผู้ตอบผิดมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยอยู่ในด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ จำนวน 1 ข้อ ด้านการชำระภาษี จำนวน 1 ข้อ และด้านการคำนวณภาษี จำนวน 1 ข้อ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์

ข้อคำถาม	ผลการทดสอบ			
	จำนวนผู้ตอบถูก	ร้อยละ	จำนวนผู้ตอบผิด	ร้อยละ
ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้				
1. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา คือ ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปที่มีเงินได้ไม่ว่าประเภทใด ชนิดใด ถ้าไม่มีกฎหมายยกเว้นก็อยู่ในข่ายที่ต้องเสียภาษี	300	90.09	33	9.91
2. ผู้มีเงินได้บางกรณีกฎหมายกำหนดให้ยื่นแบบฯ เสียภาษีตอนครึ่งปี	256	76.88	77	23.12
3. สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจริงในช่วงครึ่งปีแรก กฎหมายกำหนดให้ไม่ต้องยื่นแบบแสดงรายการเสียภาษีตอนครึ่งปี	288	86.49	45	13.51
4. รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปยื่นแบบแสดงรายการตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ของปีถัดไป	299	89.79	34	10.21
5. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจัดเก็บจากห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชติบุคคล	289	86.79	44	13.21
6. กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่งไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	166	49.85	167	50.15
7. ผู้ถึงแก่ความตายระหว่างปีภาษีมีหน้าที่เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	311	93.39	22	6.61
8. วิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชติบุคคล ไม่มีหน้าที่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	222	66.67	111	33.33
9. เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า “เงินได้พึงประเมิน” หมายถึง เงินได้ของบุคคลใด ๆ หรือหน่วยภาษีที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใด	333	100	0	.00

ข้อความถาม	ผลการทดสอบ			
	จำนวนผู้ตอบถูก	ร้อยละ	จำนวนผู้ตอบผิด	ร้อยละ
10. เงินได้เนื่องจากหน้าที่หรือตำแหน่งงานที่ทำหรือจากการรับทำงานให้ไม่ว่าจะเป็นค่าธรรมเนียม ค่านายหน้า ค่าส่วนลด เงินอุดหนุนในงานที่ทำ เบี้ยประชุม บำเหน็จ โบนัส ถือว่าเป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(2)	311	93.39	22	6.61
11. บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้ตามมาตรา 40(1) เงินเดือน จะต้องยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 ภายในเดือนมกราคม – มีนาคม ของปีถัดไป	333	100	0	.00
12. บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินทุกประเภท จะต้องยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 ภายใน เดือน มกราคม – มีนาคม ของปีถัดไป	333	100	0	.00
ด้านการคำนวณภาษี				
13. การคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดานั้น กฎหมายให้นำค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อนตามที่กำหนดมาหักออกจากเงินได้พึงประเมิน ก่อนที่จะนำเงินได้พึงประเมินสุทธิไปคำนวณภาษีตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	311	93.39	22	6.61
14. ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาคำนวณจากยอดเงินได้สุทธิคูณด้วยอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่กำหนดเป็นอัตราก้าวหน้า	322	96.70	11	3.30
15. เงินได้สุทธิ เกิน 300,000 - 500,000 บาท เสียภาษีอัตราร้อยละ 15	222	66.67	111	33.33
16. การยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในส่วนของเงินได้สุทธิเฉพาะส่วนที่ไม่เกิน 150,000 บาท ปัจจุบันได้ถูกยกเลิกไปแล้ว	267	80.18	66	19.82
17. การคำนวณภาษีตามวิธีที่ 2 คือการนำเงินได้พึงประเมินทุกประเภทลบเงินได้พึงประเมินประเภทที่ 1	267	80.18	66	19.82
18. การชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ต้องชำระเป็นเงินสดเท่านั้น	300	90.09	33	9.91
ด้านการคำนวณภาษี				
19. การหักค่าใช้จ่ายตามจริงและสมควรเจ้าหน้าที่สรรพากรจะเป็นผู้คำนวณให้ ผู้เสียภาษีไม่ต้องมีการจัดทำบัญชีรับ จ่าย แต่อย่างใด	234	70.27	99	29.73
20. เงินได้ประเภทดอกเบี้ย เงินปันผล กฎหมายไม่ยินยอมให้หักค่าใช้จ่าย	267	80.18	66	19.82
21. การให้เช่าทรัพย์สิน กฎหมายให้หักค่าใช้จ่ายเหมาเพียงอย่างเดียว	222	66.67	111	33.33
22. ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์หักค่าใช้จ่ายเหมาร้อยละ 60 เท่านั้น	244	73.27	89	26.73
23. การหักค่าลดหย่อนอุปการะเลี้ยงดูบิดามารดา สามารถหักลดหย่อนบิดามารดาของผู้มีเงินได้คนละ 30,000 บาท	333	100	0	.00
24. การหักค่าลดหย่อนดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเพื่อซื้อ เช่าซื้อ หรือสร้างอาคารอยู่อาศัย โดยจำนองอาคารที่ซื้อหรือสร้างเป็นประกันการกู้ยืมนั้น ให้ได้รับลดหย่อนและยกเว้นภาษีตามจำนวนเงินที่จ่ายจริงในปีภาษีนั้นได้ไม่จำกัด	255	76.58	78	23.42
25. เงินบริจาคเพื่อการศึกษา การกีฬาลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริง สูงสุดไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้หลังจากหักค่าลดหย่อนภาษี	188	56.46	145	43.54
ด้านการชำระภาษี				
26. ถ้ามีภาษีที่ต้องชำระจำนวนตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไป ทั้งภาษีครึ่งปีและภาษีสิ้นปี ผู้เสียภาษีมียกข้อผ่อนชำระภาษีได้เป็น 3 งวดเท่า ๆ กัน	333	100	0	.00

ข้อคำถาม	ผลการทดสอบ			
	จำนวน ผู้ตอบถูก	ร้อยละ	จำนวน ผู้ตอบผิด	ร้อยละ
27. ผู้เสียภาษีสามารถติดต่อขอผ่อนชำระภาษีได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาโดยใช้แบบ บ.ช.35	300	90.09	33	9.91
28. ผู้เสียภาษีที่ต้องการยื่นแบบแสดงรายการผ่านช่องทางการชำระภาษีทางไปรษณีย์ไม่สามารถทำได้	245	73.57	88	26.43
29. ช่องทางชำระภาษีทาง Internet web site ของกรมสรรพากรที่ www.rd.go.th หรือจะยื่นผ่าน RD Smart Tax Application ทางโทรศัพท์มือถือ	321	96.40	12	3.60
30. การยื่นแบบฯ ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจะกระทำเฉพาะในกรณีเมื่อคำนวณภาษีแล้วไม่มีภาษีต้องชำระเท่านั้น	267	80.18	66	19.82
31. บุคคลธรรมดาผู้มีเงินได้พึงประเมินที่ถึงเกณฑ์ต้องยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90/91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ทุกแห่ง	177	53.15	156	46.85
ด้านบทลงโทษ				
32. กรณีไม่ยื่นแบบแสดงรายการ ภ.ง.ด.90 , ภ.ง.ด.91 ภายในกำหนดเวลาต้องระวางโทษปรับทางอาญาไม่เกิน 2,000 บาท	265	79.58	68	20.42
33. กรณีจงใจแจ้งข้อความเท็จ หรือแสดงหลักฐานเท็จหรือฉ้อโกง เพื่อหลีกเลี่ยงหรือพยายามหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอากร มีโทษจำคุกอย่างเดียว	233	70.00	100	30.00
34. กรณีเจตนาละเลยไม่ยื่นแบบแสดงรายการเพื่อหลีกเลี่ยงการเสียภาษีอากรมีโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท อย่างเดียว	244	73.27	89	26.73
35. กรณีไม่ชำระภาษีภายในกำหนดเวลาหรือชำระภาษีไม่ถูกต้องจะต้องเสียเงินเพิ่ม ร้อยละ 1.5 ต่อเดือน หรือเศษของเดือนของเงินภาษีที่ต้องชำระเพิ่มเติมนับตั้งแต่วันพ้นกำหนดเวลาการยื่นแบบแสดงรายการฯ จนถึงวันชำระภาษี	322	96.70	11	3.30

เมื่อพิจารณาคะแนนรวมทุกข้อ พบว่า จากคะแนนเต็ม 35 คะแนน ได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 28.77 คะแนน เมื่อแยกตามรายด้าน พบว่า ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน ได้คะแนนเฉลี่ย 10.33 คะแนน ด้านการคำนวณภาษี จากคะแนนเต็ม 13 คะแนน ได้คะแนนเฉลี่ย 10.31 คะแนน ด้านการชำระภาษี จากคะแนนเต็ม 6 คะแนน ได้คะแนนเฉลี่ย 4.93 คะแนน และด้านบทลงโทษ จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน ได้คะแนนเฉลี่ย 3.20 คะแนน แสดงผลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนเฉลี่ยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ ในภาพรวมและรายด้าน

ความรู้ความเข้าใจ	คะแนนเต็ม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้	12	10.33	1.31
2. ด้านการคำนวณภาษี	13	10.31	2.37
3. ด้านการชำระภาษี	6	4.93	1.06
4. ด้านบทลงโทษ	4	3.20	.83
รวมทั้งหมด	35	28.77	5.77

3. ผลการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ พบว่า

3.1 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามระดับการศึกษา

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับภาษีเงินได้	Between Groups	13.17	2	6.58	3.93	.02*
	Within Groups	552.83	330	1.68		
	Total	566.00	332			
2. ด้านการคำนวณภาษี	Between Groups	211.06	2	105.53	21.11	.00*
	Within Groups	1649.70	330	5.00		
	Total	1860.76	332			
3. ด้านการชำระภาษี	Between Groups	19.18	2	9.59	8.90	.00*
	Within Groups	355.37	330	1.08		
	Total	374.55	332			
4. ด้านบทลงโทษ	Between Groups	8.69	2	4.34	6.47	.00*
	Within Groups	221.62	330	.67		
	Total	230.31	332			
รวม	Between Groups	369.86	2	184.93	11.01	.00*
	Within Groups	5543.33	330	16.80		
	Total	5913.20	332			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีประเภทรูจออนไลน์ต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามประเภทรูจร้านค้าออนไลน์

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ประเภทรูจกร้านค้าออนไลน์				t	Sig.
	การขายสินค้า (274)		การให้บริการ (59)			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้	10.41	1.35	9.97	1.00	2.91	.00*
2. ด้านการคำนวณภาษี	10.51	2.22	9.37	2.81	2.91	.00*
3. ด้านการชำระภาษี	5.06	1.00	4.36	1.17	4.29	.00*
4. ด้านบทลงโทษ	3.25	.81	2.93	.89	2.70	.01*
รวม	29.23	3.94	26.63	4.81	3.88	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.3 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีระยะเวลาในการดำเนินการต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินการ

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับภาษีเงินได้	Between Groups	41.77	2	20.88	13.15	.00*
	Within Groups	524.23	330	1.59		
	Total	566.00	332			
2. ด้านการคำนวณ ภาษี	Between Groups	161.58	2	80.79	15.69	.00*
	Within Groups	1699.18	330	5.15		
	Total	1860.76	332			
3. ด้านการชำระภาษี	Between Groups	43.75	2	21.88	21.82	.00*
	Within Groups	330.80	330	1.00		
	Total	374.55	332			
4. ด้านบทลงโทษ	Between Groups	15.80	2	7.90	12.15	.00*
	Within Groups	214.51	330	.65		
	Total	230.31	332			

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ การเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		SS	df	MS	F	Sig.
รวม	Between Groups	761.48	2	380.74	24.39	.00*
	Within Groups	5151.71	330	15.61		
	Total	5913.20	332			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีแหล่งที่มาของรายได้หลักต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้หลัก

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดา	แหล่งที่มาของรายได้หลัก				t	Sig.
	ประกอบอาชีพ อื่น ๆ (78)		ประกอบธุรกิจร้านค้า ออนไลน์ (255)			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้	9.41	1.60	10.62	1.05	-6.26	.00*
2. ด้านการคำนวณภาษี	9.59	2.00	10.53	2.43	-3.09	.00*
3. ด้านการชำระภาษี	4.58	.90	5.04	1.08	-3.79	.00*
4. ด้านบทลงโทษ	3.00	.76	3.25	.85	-2.53	.01*
รวม	26.58	3.66	29.44	4.16	-5.46	.00*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.5 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีรายได้ของธุรกิจต่อเดือนต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามรายได้ของธุรกิจต่อเดือน

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับภาษีเงินได้	Between Groups	51.61	3	17.20	11.00	.00*
	Within Groups	514.39	329	1.56		
	Total	566.00	332			

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา		SS	df	MS	F	Sig.
2. ด้านการคำนวณภาษี	Between Groups	115.22	3	38.41	7.24	.00*
	Within Groups	1745.54	329	5.31		
	Total	1860.76	332			
3. ด้านการชำระภาษี	Between Groups	26.55	3	8.85	8.37	.00*
	Within Groups	348.00	329	1.06		
	Total	374.55	332			
4. ด้านบทลงโทษ	Between Groups	35.45	3	11.82	19.95	.00*
	Within Groups	194.86	329	.59		
	Total	230.31	332			
รวม	Between Groups	745.45	3	248.48	15.82	.00*
	Within Groups	5167.74	329	15.71		
	Total	5913.20	332			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.6 ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีช่องทางการยื่นเสียภาษีต่างกันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการคำนวณภาษี ด้านการชำระภาษีและด้านบทลงโทษแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ไม่แตกต่างกัน แสดงผลดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามช่องทางการยื่นเสียภาษี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	ช่องทางการยื่นเสียภาษี				t	Sig.
	สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา (44)		E-Filing (289)			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้	10.50	.51	10.31	1.39	1.72	.09
2. ด้านการคำนวณภาษี	9.00	2.58	10.51	2.27	-3.66	.00*
3. ด้านการชำระภาษี	4.50	1.13	5.00	1.04	-2.94	.00*
4. ด้านบทลงโทษ	3.50	.88	3.15	.82	2.63	.01*
รวม	27.50	4.55	28.96	4.14	-2.15	.03*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และการเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจในการจำแนกตามข้อมูลของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจออนไลน์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ แหล่งที่มาของรายได้หลัก และช่องทางการยื่นเสียภาษีแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกทุกคน มีจำนวน 5 ข้อ โดยอยู่ในด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้จำนวน 3 ข้อ คือ 1) เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เรียกว่า “เงินได้พึงประเมิน” หมายถึง เงินได้ของบุคคลใด ๆ หรือหน่วยภาษีที่เกิดขึ้นระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 ธันวาคม ของปีใด 2) บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(1) เงินเดือน ค่าจ้าง ประเภเดียว จะต้องยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.91 ภายในเดือนมกราคม – มีนาคม ของปีถัดไป 3) บุคคลธรรมดาที่มีเงินได้พึงประเมินทุกประเภท จะต้องยื่นแบบฯ ภ.ง.ด.90 ภายใน เดือน มกราคม – มีนาคม ของปีถัดไป ด้านการคำนวณภาษีจำนวน 1 ข้อคือ การหักค่าลดหย่อนอุปการะเลี้ยงดูบิดามารดา สามารถหักลดหย่อนบิดามารดาของผู้มีเงินได้คนละ 30,000 บาท และด้านการชำระภาษี จำนวน 1 ข้อ คือ ถ้ามีภาษีที่ต้องชำระจำนวนตั้งแต่ 3,000 บาทขึ้นไปทั้งภาษีครึ่งปีและภาษีสิ้นปี ผู้เสียภาษีสืสิทธิขอผ่อนชำระภาษีได้เป็น 3 งวดเท่า ๆ กัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นพวรรณ คงสฤษฎ์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบและการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา: กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบและการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดามากที่สุดคือ เรื่องการยื่นแบบ ภ.ง.ด.90, 91 สามารถยื่นได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาธนาคารกรุงไทยทางอินเทอร์เน็ต www.rd.go.th และส่งทางไปรษณีย์ รองลงมาคือเรื่อง กำหนดเวลายื่นแบบ ภ.ง.ด. 90, 91 ภายในเดือนมกราคม - มีนาคม ของปีถัดไป ทั้งนี้ข้อเหล่านั้นมีความเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับผู้เสียภาษีทำให้สามารถตอบคำถามได้ทุกคน

ส่วนคำถามที่มีผู้ตอบผิดมากที่สุด 3 ลำดับแรก โดยอยู่ในด้านข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับภาษีเงินได้ จำนวน 1 ข้อ คือ กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่งไม่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา รองลงมาอยู่ในด้านการชำระภาษีจำนวน 1 ข้อ คือ บุคคลธรรมดาผู้มีเงินได้พึงประเมินที่ถึงเกณฑ์ต้องยื่นแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา สามารถยื่นแบบ ภ.ง.ด. 90/91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ทุกแห่ง และด้านการคำนวณภาษี จำนวน 1 ข้อ คือ เงินบริจาคเพื่อการศึกษา การกีฬา ลดหย่อนได้ตามที่จ่ายจริง สูงสุดไม่เกินร้อยละ 10 ของเงินได้หลังจากหักค่าลดหย่อนภาษี ซึ่งข้อเหล่านี้ไม่ได้เกี่ยวข้องกับผู้เสียภาษีทุกคน ทำให้ผู้เสียภาษีบางคนอาจไม่สนใจจำเป็นต้องมีความรู้ จึงไม่สามารถตอบคำถามได้

2. การเปรียบเทียบ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 จำแนกตามข้อมูลผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ที่มีระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจออนไลน์ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

แหล่งที่มาของรายได้หลัก และช่องทางการยื่นเสียภาษีแตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วลัยพร แก้วสาร (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณีศึกษาผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 3” ผลการศึกษา พบว่า ผู้เสียภาษีที่มีระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน เงินเดือนและรายได้อื่นต่อเดือน และช่องทางในการยื่นแบบมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กาญจนา สมัครการ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของพนักงานบริษัท สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด” ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากการเสียภาษีเป็นเรื่องใกล้ตัวและมีระเบียบกฎหมายเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมทั้งมีบทลงโทษสำหรับผู้ไม่ชำระภาษีหรือไม่ยื่นแบบในเวลาที่กำหนด ดังนั้น กรมสรรพากรควรออกแนวทางปฏิบัติของผู้มีเงินได้แต่ละประเภทให้ชัดเจนและควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเภทธุรกิจออนไลน์มีกี่ประเภท ระยะเวลาในการดำเนินกิจการต้องยื่นภาษีเมื่อไหร่ แหล่งที่มาของรายได้หลักควรมีการจัดเก็บและจัดการข้อมูลภาษีของตนอย่างไร และช่องทางการยื่นเสียภาษีควรดำเนินการอย่างไร เพื่อป้องกันการเสียภาษีที่ไม่ถูกต้องและเกิดความเป็นธรรม และนำมาซึ่งการรักษาสิทธิประโยชน์ของตนเองซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์มีความเข้าใจที่เหมือนกันและยังสามารถสร้างทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับภาษีอากร ก่อให้เกิดการตื่นตัว การสนใจ และเต็มใจเสียภาษีของผู้มีเงินได้และสามารถวางแผนภาษีตลอดจนกำหนดแนวทางในการบริหารการจัดการเก็บภาษีให้กับผู้เสียภาษีได้ในอนาคตต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

1. ควรให้ความสำคัญกับเรื่องความรู้ความเข้าใจของผู้มีหน้าที่เสียภาษี เช่น กองมรดกที่ยังไม่ได้แบ่งมีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือวิสาหกิจชุมชนตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เฉพาะที่เป็นห้างหุ้นส่วนสามัญหรือคณะบุคคลที่มีโชตินิติบุคคลมีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ดังนั้น กรมสรรพากรควรจะต้องมีมาตรการที่ทำให้ผู้เสียภาษีเงินได้เข้าใจถึงเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กรมสรรพากรกำหนด หรือการออกแบบฟอร์มการยื่นภาษีที่ชัดเจนและเข้าใจง่ายต่อผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้
2. ควรให้ความสำคัญกับเรื่องสิทธิประโยชน์ทางภาษี เช่น เงินบริจาคเพื่อการศึกษา การกีฬา สามารถลดหย่อนได้ หรือเงินได้จากการให้เช่าทรัพย์สินกฎหมายกำหนดให้หักค่าใช้จ่ายได้ทั้งแบบเหมาและหักค่าใช้จ่ายได้ตามจริง ซึ่งสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่าง ๆ หรือการหักค่าใช้จ่าย จะเห็นว่ายังมีผู้เสียภาษีเกิดความสับสนและเข้าใจผิดค่อนข้างมาก ดังนั้น กรมสรรพากรควรมีการออกคู่มือเรื่องของสิทธิประโยชน์ทางภาษีในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนสามารถดาวน์โหลดฟรีและยังสามารถทำให้ผู้มีเงินได้นำไปศึกษาหาข้อมูลได้ง่าย และลดภาระการติดต่อเข้าสู่ศูนย์บริการข้อมูลของกรมสรรพากรอีกด้วย
3. ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีเงินได้ทราบถึงเงินได้ที่ถึงเกณฑ์ต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษี สามารถยื่นแบบ ภ.ง.ด.90/91 ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาทุกแห่ง การยื่นผ่านระบบ E-Filing ซึ่งปัจจุบันผู้มีเงินได้ส่วน

ใหญ่มีความรู้เรื่องเทคโนโลยีมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ถึงผลดีของการยื่นภาษีผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกไม่ต้องเดินทางไปยื่นที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาและยังสามารถขยายระยะเวลาในการยื่นชำระภาษีได้อีกด้วย นอกจากนี้การชำระภาษีสามารถชำระได้หลากหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นการหักผ่านบัญชีหักผ่านบัตรเครดิต หรือเคาเตอร์เซอร์วิส เป็นต้น

4. ควรให้ความสำคัญกับบทลงโทษทางภาษี กรณีจงใจแจ้งข้อความเท็จ หรือแสดงหลักฐานเท็จหรือฉ้อโกงเพื่อหลีกเลี่ยงหรือพยายามหลีกเลี่ยงภาษี เนื่องจากกรมสรรพากรมีปริมาณงานค่อนข้างมาก การตรวจสอบจึงเป็นไปอย่างล่าช้า อาจทำให้เกิดช่องว่างในการจงใจในการยื่นแบบแสดงรายการที่เป็นเท็จได้ ดังนั้นกรมสรรพากรควรมีการตั้งทีมงานเพื่อตรวจสอบคุณสมบัติหรือแหล่งที่มาของรายได้ของผู้เสียภาษีและมีการแจ้งให้ผู้มีรายได้ทราบถึงโทษที่จะได้รับหากเจ้าหน้าที่ตรวจสอบว่ามีการจงใจแจ้งข้อความที่เป็นเท็จ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือการออกมาตรการภาษีอากรใหม่ ๆ เกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เช่น การหักค่าลดหย่อนเรื่องบุตร หรือการหักเงินบริจาคที่สามารถหักได้เพิ่มขึ้น

2. ควรมีการศึกษาถึงทัศนคติ หรือความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจชำระภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพากร. (2564). รายงานประจำปี 2564. กรุงเทพฯ: กรมสรรพากร.

กรมสรรพากร. (2565). กิจการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.rd.go.th/53537.html>.

กรมสรรพากร. (2565). ประเด็นสำคัญทางภาษี. สืบค้นเมื่อ 7 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.rd.go.th/26218.html>.

กรมสรรพากร. (2565). ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565 จาก <https://www.rd.go.th/62337.html>.

กาญจนา สมัครการ. (2565). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของพนักงานบริษัท
สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นพวรรณ คงสัณ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการยื่นแบบและการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา: กรณีศึกษาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วลัยพร แก้วสาร. (2562). ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา กรณีศึกษา ผู้เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่ชลบุรี 3. งานนิพนธ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.

กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.

สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29. (2565). รายงานการประชุมการบริหารการจัดเก็บภาษีของ

สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 29 ประจำปี 2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานสรรพากรพื้นที่
กรุงเทพมหานคร 29.

Bloom, B . S. (1975). **Taxonomy of Education**. New York: David McKay Company.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). **Psychometric theory**. (3rd ed.). New York, NY: McGraw- Hill.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harper and Row
Publications.

ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ Organizational Engagement of The Support Staff Thaksin University

จรรยา ชูทับ^{1*} อรจันทร์ ศิริโชติ²

^{1,2}คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Chanya Chootup^{1*} Orachan Sirichote²

^{1,2}Faculty of Economics and Business Administration Thaksin University

*Corresponding Author E-mail: chanya@tsu.ac.th

(Received: April 26, 2023; Revised: August 8, 2023; Accepted: August 10, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำนวน 248 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า Independent t-test F-test และเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธีของ Least -Significant Different (LSD)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านจิตใจ ด้านบรรทัดฐาน และด้านการคงอยู่ในองค์กร ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนมหาวิทยาลัยทักษิณที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .897 และผลการเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน สถานภาพ และรายได้ มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ทั้ง 3 ด้าน คือด้านจิตใจด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐาน และอายุมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันในด้านจิตใจและด้านการคงอยู่ในองค์กร

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร, บุคลากรสายสนับสนุน, มหาวิทยาลัยทักษิณ

Abstract

This research has the objective 1) to study the level of organizational engagement of the support staff Thaksin University and 2) to compare the organizational engagement of support staff Thaksin University classified by personal factors. Sample group is 248 support staff Thaksin University. Data were collected by using a questionnaire. The statistics used were frequency,

percentage, mean, standard deviation, independent t-test, F-test, and pairwise comparison by Least-Significant Different (LSD) method.

The research results were found that as follows 1) The level of organizational engagement of support Staff Thaksin University overall and each aspect is at a high level. When considering each aspect arranged in order from highest to lowest average as follows: Psychological, Normative and persistence in the organization, respectively. 2) The results of the comparison of the organizational engagement of support staff Thaksin university classified by personal fundamentals, it was found that support Staff Thaksin University education level Work experience, status, average monthly income and different affiliated agencies There was a significant difference in overall organizational engagement at .05 questionnaire confidence .897 The results of the pairwise comparison by LSD method revealed that the organizational commitment of the support staff Thaksin university classified by fundamentals education level work experience, status and income have different attachment to the organization in 3 aspects: psychological aspect, persistence in the organization; and the norm ages have different organizational commitments in terms of mental and organizational persistence.

Keywords: Organizational Engagement, Support Staff, Thaksin University

บทนำ

ทิศทางการพัฒนามหาวิทยาลัยทักษิณ เพื่อการบรรลุวิสัยทัศน์ “มุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยนวัตกรรม สังคมระดับแนวหน้าของประเทศ ภายในปี 2570” การประยุกต์ใช้แนวคิดใหม่และเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สังคม สิ่งแวดล้อมและการเป็นผู้ประกอบการ (มหาวิทยาลัยทักษิณ ฝ่ายแผนงาน, 2566) การประเมินตามเกณฑ์การจัดกลุ่มสถาบันอุดมศึกษา เชิงยุทธศาสตร์ กลุ่ม 2 การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยการประยุกต์ใช้แนวคิดและเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อม และการเป็นผู้ประกอบการ การพลิกโฉมมหาวิทยาลัยไปสู่ “The University of Glocalization” มหาวิทยาลัยสร้างสภาวะแวดล้อมเพื่อความสำเร็จ โดยสร้างวัฒนธรรมมุ่งเน้นผู้เรียน ลูกค้ำและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกระบวนการทำงาน การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ในองค์กร และความคล่องตัวในการทำงานทบทวนโครงสร้างการบริหารงานแบบโครงข่ายและแบบแนวราบ เพื่อลดขั้นตอนและกระจายอำนาจลงสู่ส่วนงาน และการปรับบทบาทของบุคลากร เพื่อให้มีความเหมาะสมสอดคล้องและสามารถให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อ การปรับตัวในการทำงานและสภาพจิตใจของพนักงาน ดังนั้น จำเป็นต้องศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ เพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนา ปลุกฝังหรือสร้างจิตสำนึกให้ บุคลากรภายในองค์กรเกิดความพึงพอใจ ความผูกพัน ความซื่อสัตย์ และจงรักภักดีที่จะร่วมมือและปฏิบัติงาน

ให้กับองค์กร และหาแนวทางในการสร้างความผูกพันที่ตรงกับความต้องการของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล เมื่อบุคลากรมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งส่วนเดียวกับองค์กร ก็จะส่งผลทำให้เกิดแรงผลักดัน แรงจูงใจ และกระตุ้นให้บุคลากรพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อปฏิบัติงานหรือหน้าที่ของตนจนสุดความสามารถให้กับองค์กร เพราะด้วยความรู้สึกที่ว่าตนเองก็มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าขององค์กรเช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

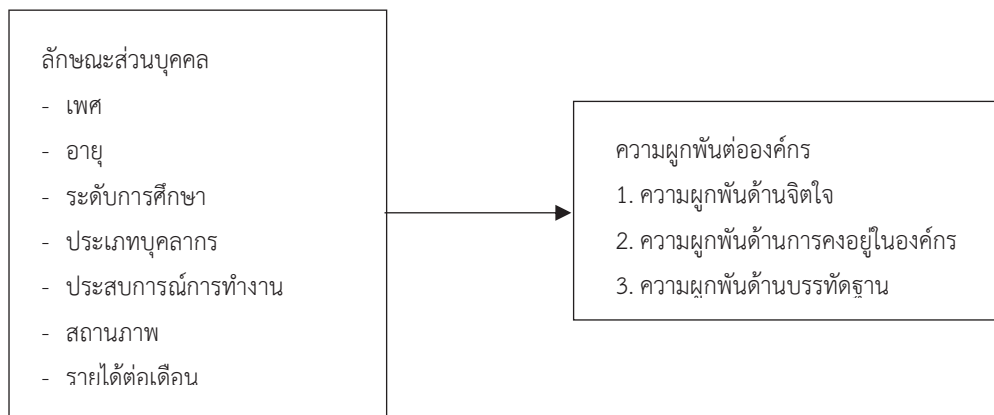
1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ
2. เพื่อเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ คือปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตัวแปรตาม คือความผูกพันต่อองค์กร ประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ 1) ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ หมายถึง ความรู้สึกผูกพันที่เกิดจากอารมณ์ของพนักงานที่ต้องการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และมีส่วนร่วมในองค์กร พนักงานที่มีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ 2) ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร หมายถึง ความรู้สึกผูกพันที่เกิดจากการจ่ายค่าตอบแทนแลกเปลี่ยนกับการคงอยู่ในองค์กร ซึ่งการคงอยู่ในองค์กรเกิดจากการได้รับประโยชน์มากกว่าการเสียประโยชน์ และ 3) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ความรู้สึกผูกพันที่เกิดจากหน้าที่ความรับผิดชอบ ซึ่งการอยู่ในองค์กรเป็นสิ่งที่ควรกระทำเพื่อความถูกต้องเหมาะสมในสังคมเชิงบรรทัดฐาน Allen & Meyer (1990) ดังภาพที่ 1 สาเหตุของการอยู่ในองค์กร พนักงานที่มีความผูกพันด้านจิตใจจะอยู่ในองค์กรด้วยความเต็มใจ พนักงานที่มีความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กรจะอยู่ด้วยความจำเป็นหรือไม่มีทางเลือกอื่น ส่วนพนักงานที่มีความผูกพันด้านบรรทัดฐานจะอยู่เพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องควรทำ ในความเป็นจริงแล้วพนักงานคนหนึ่งสามารถมีความผูกพันต่อองค์กรได้ทั้ง 3 ลักษณะ แต่จะมีระดับแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น พนักงานที่มีความผูกพันด้านจิตใจและด้านบรรทัดฐานในระดับสูง แม้ว่าจะมีระดับความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กรต่ำ แต่ยังคงตัดสินใจที่จะอยู่ในองค์กรต่อไป ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าถึงการมีความผูกพันต่อองค์กร จึงกล่าวได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมที่พนักงานคนหนึ่งมีต่อองค์กรของตนนั้นจะสะท้อนมาจากผลรวมของความผูกพันต่อองค์กรในแต่ละประเภทย่อย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ ฝ่ายบริหารกลางและทรัพยากรบุคคล (2565) บุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยทักษิณที่ปฏิบัติงานอยู่ จำนวน 653 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการกำหนดตัวอย่าง ของ Taro Yamane จากจำนวนประชากร 653 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ ± 5 ได้จำนวน 248 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นบุคลากรของมหาวิทยาลัยทักษิณ จำนวน 248 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ด้วย Google Form ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน ตุลาคม – พฤศจิกายน 2565 ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวคิดของ Allen & Meyer (1990) ซึ่งได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ มีลักษณะคำถามให้เลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำนวน 3 ด้าน ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ในองค์กร ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's Scale) เป็นคำถามปลายปิด โดยกำหนดระดับคะแนนประเมินเป็น 5 คะแนน ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ทั้งนี้ นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) มีค่า IOC เท่ากับ .63 และ Try Out จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่น .897

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้ 1) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย 1.1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ การแจกแจงความถี่ และการคำนวณเป็นร้อยละ 1.2) ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 1.3) การเปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กับความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ ค่า Independent t-test การทดสอบ ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธีของ Least -Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบว่าคู่ใดมีความแตกต่างกัน

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาวเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 174 คน ร้อยละ 70.20 มีอายุระหว่าง อายุ 36 – 45 ปี จำนวน 130 คน ร้อยละ 52.40 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 137 คน ร้อยละ 55.20 ประเภทบุคลากรพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 173 คน ร้อยละ 69.80 มีประสบการณ์ในการทำงาน 16 – 20 ปี จำนวน 82 คน ร้อยละ 33.10 มีสถานภาพสมรส จำนวน 137 คน ร้อยละ 55.20 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 68 คน ร้อยละ 27.40

ส่วนที่ 2 ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น ของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า ความคิดเห็นด้านความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยทักษิณ ภาพรวมและรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ด้านจิตใจ และด้านบรรทัดฐาน ค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมาคือ ด้านการคงอยู่ในองค์กร และแยกตามหัวข้อย่อย ความผูกพันด้านจิตใจ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่มีความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณเต็มใจที่จะอุทิศตน ท่วมเท ทำงานที่องค์กรแห่งนี้จนเกษียณ คุณมีส่วนร่วมในการพัฒนาและขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย และคุณรู้สึกว่าเป็นปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเปรียบเสมือนปัญหาของตนเอง ส่วนหัวข้อที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ คุณรู้สึกว่าค่านิยมขององค์กรสอดคล้องกับค่านิยมในการดำเนินชีวิตของคุณ ด้านการคงอยู่ในองค์กร ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่มีความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณรู้สึกว่า องค์กรแห่งนี้ได้มอบโอกาสให้พนักงานได้ปฏิบัติงานตามความถนัด และความสามารถ และคุณอยากทำงานในองค์กรนี้ต่อไป เนื่องจากคุณได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสม รองลงมา คุณคิดว่าการทำงานในองค์กรใด องค์กรเดียวตลอดชีวิตจะส่งผลให้บุคคลผู้นั้นสามารถพัฒนาศักยภาพและความสามารถของตนได้ดี ส่วนหัวข้อที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ คุณจะรู้สึกผิด หากต้องตัดสินใจลาออกจากองค์กรที่ทำงานอยู่ เมื่อคุณได้รับข้อเสนอจากองค์กรอื่นที่ดีกว่า ด้านบรรทัดฐานส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อที่มีความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ คุณรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ปฏิบัติงานใน

องค์กรแห่งนี้ คุณรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการบริหารงานขององค์กร คุณไม่คิดจะลาออกจากการงาน เนื่องจากคุณรู้สึกผูกพันกับเพื่อนร่วมงานในองค์กรแห่งนี้ และส่วนหัวข้อที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ คุณไม่คิดจะลาออกจากการงานนี้เพราะต้องการสนับสนุนกิจกรรม และเป้าหมายขององค์กรต่อไป

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุนที่มี อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความผูกพันด้านจิตใจ และด้านการคงอยู่ในองค์กร บุคลากรสายสนับสนุนที่มี ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

ในขณะที่ บุคลากรที่มี เพศ ประเภทบุคลากร ที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กร ไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยดำเนินการแปลผล ดังนี้ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับความผูกพันด้านจิตใจและด้านการคงอยู่ในองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยทำการจัดเรียงด้วยสูตร LSD (ดังตารางที่ 1 - 2) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความผูกพันด้านจิตใจด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยทำการจัดเรียงด้วยสูตร LSD (ดังตารางที่ 3 - 5) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน พบว่า บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีประสบการณ์ในการทำงาน แตกต่างกันมีระดับความผูกพันด้านจิตใจด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยทำการจัดเรียงด้วยสูตร LSD (ดังตารางที่ 6 - 8) จำแนกตามสถานภาพ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีสถานภาพ แตกต่างกันมีระดับความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยทำการจัดเรียงด้วยสูตร LSD (ดังตารางที่ 9 - 11) จำแนกตามรายได้ พบว่า บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีรายได้ แตกต่างกันมีระดับความผูกพันด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยทำการจัดเรียงด้วยสูตร LSD (ดังตารางที่ 12 - 14)

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านจิตใจ จำแนกตามอายุ รายคู่ด้วยวิธี LSD

อายุ	$\bar{x}$	น้อยกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
น้อยกว่า 25 ปี	3.560		-.135	-.244	-.430	-.773
25 - 35 ปี	3.695			-.109	-.295	-.638*
36 - 45 ปี	3.804				-.186	-.529*
46 - 55 ปี	3.990					-.343
มากกว่า 55 ปี	4.333					

จากตารางที่ 1 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีความผูกพันด้านจิตใจต่างจากกลุ่มอายุ 25 – 35 ปี อายุ 36 – 45 ปี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า อายุมากกว่า 55 ปี

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านการคงอยู่ในองค์กร จำแนกตามอายุ รายคู่ด้วยวิธี LSD

อายุ	$\bar{x}$	น้อยกว่า 25 ปี	25 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	มากกว่า 55 ปี
น้อยกว่า 25 ปี	3.320		-.1550	-.267	-.555	-.763
25 - 35 ปี	3.475			-.112	-.400*	-.608*
36 - 45 ปี	3.587				-.288*	-.496*
46 - 55 ปี	3.875					-.208
มากกว่า 55 ปี	4.083					

จากตารางที่ 2 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีความผูกพันด้านการคงอยู่ต่างจากกลุ่มอายุ 25 – 35 ปี อายุ 36 – 45 ปี และบุคลากรอายุ 45 – 55 ปี มีความผูกพันด้านการคงอยู่ต่างจากกลุ่มอายุ 25 – 35 ปี อายุ 36 – 45 ปี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่าอายุมากกว่า 55 ปี และอายุ 45 – 55 ปี

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านจิตใจ จำแนกตามระดับการศึกษา รายคู่ด้วยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือ เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.218		.513*	.202
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.705			-.310*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.016			

จากตารางที่ 3 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีต่างจากปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และปริญญาตรีหรือเทียบเท่าต่างจากต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านการคงอยู่ในองค์กร จำแนกตามระดับการศึกษา
รายคู่ด้วยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.236		.727*	.436
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.509			-.291*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.800			

จากตารางที่ 4 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ต่างจากต่ำกว่าปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ต่างจากปริญญาตรีหรือเทียบเท่า โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามระดับการศึกษา
รายคู่ด้วยวิธี LSD

ระดับการศึกษา	$\bar{x}$	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.345		.588*	.413
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	3.757			-.175
สูงกว่าปริญญาตรี	3.932			

จากตารางที่ 5 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ต่างจากต่ำกว่าปริญญาตรี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่าปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านจิตใจ จำแนกตามประเภทประสบการณ์ในการทำงาน
รายคู่ด้วยวิธี LSD

ประสบการณ์ ในการทำงาน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 9 ปี	10 – 15 ปี	16 – 20 ปี	มากกว่า 21 ปี
ต่ำกว่า 5 ปี	3.281		-.138	-.300	-.521*	-.802
5 – 9 ปี	3.419			-.162	-.383	-.664*
10 – 15 ปี	3.581				-.221	-.502*
16 – 20 ปี	3.802					-.281
มากกว่า 21 ปี	4.083					

จากตารางที่ 6 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 16 – 20 ปี ต่างจากต่ำกว่า 5 ปี และมากกว่า 21 ปี ต่างจาก 5 – 9 ปี และ 10 – 15 ปี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า 16 – 20 ปี และ มากกว่า 21 ปี

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านการคงอยู่ในองค์กร จำแนกตามประเภทประสบการณ์ในการทำงาน รายคู่ด้วยวิธี LSD

ประสบการณ์ ในการทำงาน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 9 ปี	10 – 15 ปี	16 – 20 ปี	มากกว่า 21 ปี
		3.529	3.733	3.810	3.912	4.271
ต่ำกว่า 5 ปี	3.529		-.204	-.281	-.383*	-.742
5 – 9 ปี	3.733			-.077	-.179	-.538*
10 – 15 ปี	3.810				-.102	-.461*
16 – 20 ปี	3.912					-.359*
มากกว่า 21 ปี	4.271					

จากตารางที่ 7 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 16 – 20 ปี ต่างจาก ต่ำกว่า 5 ปี และมากกว่า 21 ปี ต่างจาก 5 – 9 ปี 10 – 15 ปี และ 16 – 20 ปี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า 16 – 20 ปี และมากกว่า 21 ปี

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามประเภทประสบการณ์ในการทำงาน รายคู่ด้วยวิธี LSD

ประสบการณ์ ในการทำงาน	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 5 ปี	5 – 9 ปี	10 – 15 ปี	16 – 20 ปี	มากกว่า 21 ปี
ต่ำกว่า 5 ปี	3.421		-.369	-.425*	-.496*	-.843*
5 – 9 ปี	3.790			-.056	-.127	-.474*
10 – 15 ปี	3.846				-.071	-.418
16 – 20 ปี	3.917					-.347*
มากกว่า 21 ปี	4.264					

จากตารางที่ 8 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 10 – 15 ปี ต่างจาก ต่ำกว่า 5 ปี 16 – 20 ปี ต่างจาก ต่ำกว่า 5 ปี และ มากกว่า 21 ปี ต่างจาก ต่ำกว่า 5 ปี 5 – 9 ปี และ 16 – 20 ปี โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า 10 – 15 ปี 16 – 20 ปี และมากกว่า 21 ปี

ตารางที่ 9 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านจิตใจ จำแนกตามสถานภาพรายได้ด้วยวิธี LSD

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด	3.795		-.029	-.515*
สมรส	3.824			-.486*
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.310			

จากตารางที่ 9 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ แตกต่างจาก โสด และสมรส โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านการคงอยู่ในองค์กร จำแนกตามสถานภาพรายได้ด้วยวิธี LSD

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด	3.604		.004	-.706*
สมรส	3.600			.710*
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.310			

จากตารางที่ 10 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีสถานภาพ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ต่างจาก โสด และสมรส โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตารางที่ 11 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามสถานภาพ รายได้ด้วยวิธี LSD

สถานภาพ	$\bar{x}$	โสด	สมรส	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
โสด	3.747		-.102	-.623*
สมรส	3.849			-.521*
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.370			

จากตารางที่ 11 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ต่างจาก โสด และสมรส โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านจิตใจ จำแนกตามรายได้ รายคู่ด้วยวิธี LSD

รายได้	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,001 – 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.748		.229	-.062	-.166	-.518*	-.822*
15,001 – 25,000 บาท	3.519			-.291*	-.395*	-.747*	-1.051*
25,001 – 35,000 บาท	3.810				-.104	-.456*	-.760*
35,001 – 45,000 บาท	3.914					-.352	-.656*
45,001 – 55,000 บาท	4.266						-.304
มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	4.570						

จากตารางที่ 12 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 45,001 – 55,000 บาท ต่างจาก น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป ต่างจากน้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท และ 35,001 – 45,000 บาท โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่า 25,001 – 35,000 บาท, 35,001 – 45,000 บาท, 45,001 – 55,000 บาท, มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 13 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านการคงอยู่ในองค์กร จำแนกตามรายได้ รายคู่ด้วยวิธี LSD

รายได้	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,001 – 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.580		.359*	-.069	-.187	-.540*	-.760*
15,001 – 25,000 บาท	3.221			-.428*	-.546*	-.899*	-1.119*
25,001 – 35,000 บาท	3.649				-.118	-.471*	-.691*
35,001 – 45,000 บาท	3.767					-.353	-.573*
45,001 – 55,000 บาท	4.120						.220
มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	4.340						

จากตารางที่ 13 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีรายได้ 15,001 – 25,000 บาท ต่างจาก น้อยกว่า 15,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 45,001 – 55,000 บาท ต่างจาก น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท และ 25,001 – 35,000 บาท มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป ต่างจาก น้อยกว่า 15,000 บาท 15,001 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท และ 35,001 – 45,000 บาท โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่ารายได้ 15,001 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท 45,001 – 55,000 บาท และมากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

ตารางที่ 14 ผลการเปรียบเทียบแตกต่างกันในประเด็นด้านบรรทัดฐาน จำแนกตามรายได้ รายคู่ด้วยวิธี LSD

รายได้	$\bar{x}$	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 – 45,000 บาท	45,001 – 55,000 บาท	มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป
น้อยกว่า 15,000 บาท	3.793		.302	-.077	-.107	-.513*	-.647
15,001 – 25,000 บาท	3.491			-.379*	-.409*	-.815*	-.949*
25,001 – 35,000 บาท	3.870				-.030	-.436	-.570*
35,001 – 45,000 บาท	3.900					-.406	-.540*
45,001 – 55,000 บาท	4.306						-.134
มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป	4.440						

จากตารางที่ 14 พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่มีรายได้ 25,001 – 35,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 45,001 – 55,000 บาท ต่างจาก น้อยกว่า 15,000 บาท และ 15,001 – 25,000 บาท มากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป ต่างจาก 15,001 – 25,000 บาท 25,001 – 35,000 บาท และ 35,001 – 45,000 บาท โดยมีระดับความผูกพันน้อยกว่ารายได้ 25,001 – 35,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท 45,001 – 55,000 บาท และมากกว่า 55,000 บาทขึ้นไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ มีข้อค้นพบและประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับอิศรา ศิริมนิรัตน์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านส่วนบุคคลและปัจจัยด้านลักษณะงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์การของบุคลากร มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชชมงคลพระนคร ผลการศึกษาพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยมหิดล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.81) ซึ่งสอดคล้องกับปณิธาน จิยะจันทร์ และชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์ (2561) ได้ศึกษา เรื่อง การพัฒนาทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน อยู่ในระดับมาก ความผูกพันด้านการคงอยู่กับองค์กร อยู่ในระดับมาก และความผูกพันด้านจิตใจ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ โดยให้ข้อเสนอแนะมหาวิทยาลัยควรมีระบบการบริหาร และมีการบริหารการสื่อสารที่ดี เพื่อให้พนักงานเกิดความผูกพันด้านจิตใจ ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร รู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกในองค์กร เกิดความภูมิใจ พึงพอใจ ชื่นชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีความสุขในการทำงาน และมีส่วนร่วมในองค์กร เพื่อจะได้เต็มใจที่จะทุ่มเทและอุทิศตนให้กับองค์กรมากยิ่งขึ้น

2. การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า บุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และหน่วยงานที่สังกัดแตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับจิรพัฒน์ พงศ์สืบ และมนฤตย์พล อรุณบุญลชาติ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยการปฏิบัติงานที่แตกต่างกันทำให้ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อัตราเงินเดือน ระดับชั้น และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน และปรารถนา หลีกภัย (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดตรัง ที่มีรายได้ต่อเดือนและลักษณะการจ้างงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3. ผลการเปรียบเทียบรายคู่ โดยวิธี LSD พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน สถานภาพ และรายได้ มีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ทั้ง 3 ด้าน คือด้านจิตใจด้านการคงอยู่ในองค์กร และด้านบรรทัดฐานอายุมีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันในด้านจิตใจและด้านการคงอยู่ในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านจิตใจ มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมและการให้ความสำคัญบุคลากรทุกระดับจะทำให้ทุกคนให้ความรักและผูกพันร่วมกันพัฒนาองค์กร การทำงานร่วมกันเป็นทีม รับฟังข้อเสนอแนะและความคิดเห็นจากผู้ใต้บังคับบัญชา

2. ด้านการคงอยู่ในองค์กร มหาวิทยาลัยควรจัดสวัสดิการที่เหมาะสม เน้นสุขภาวะในการทำงานที่เอื้อต่อการทำงานอย่างเหมาะสมและปลอดภัย

3. ด้านบรรทัดฐาน มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึกและความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยทักษิณ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

หากมีการศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น เช่น ปัจจัยพื้นฐาน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน สถานภาพ และรายได้ และมีข้อมูลของผู้บริหารในทุกระดับในการให้ข้อมูลเพิ่มเติม ศึกษาปัจจัยอื่น ๆ เช่น วัฒนธรรมและค่านิยม ผู้นำองค์กร ที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากร และศึกษาเปรียบเทียบในบริบทที่แตกต่างกันเพื่อหาปัจจัยร่วมที่มีผลต่อความผูกพัน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยทักษิณ ที่เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารทรัพยากรบุคคลการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรยังคงอยู่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรด้วยความเต็มใจ รู้สึกเป็นตนเองเป็นส่วนสำคัญขององค์กร และบุคลากรสายสนับสนุนที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- จิรพัฒน์ พลดีสืบ และมนฤตย์พล อรุณบุญลชาติ. (2558). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 4(2), 133-138.
- ปณิธาน จิยะจันทน์ และชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์. (2561). การพัฒนาทรัพยากรบุคคลกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 9(2), 1-17.
- ปรารธนา หลีกภัย. (2563). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในจังหวัดตรัง. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 3(3), 132-146.
- มหาวิทยาลัยทักษิณ ฝ่ายบริหารกลางและทรัพยากรบุคคล. (2565). *สถิติบุคลากร 1 กันยายน 2565*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2565 จาก <https://cms.tsu.ac.th/cmsFiles/capr/menu/f745deb731bcfbe66575c962ced8480d.pdf>.
- มหาวิทยาลัยทักษิณ ฝ่ายแผนงาน. (2566). *แผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยทักษิณ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2566 – 2570)*. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2565 จาก <https://drive.google.com/file/d/1HIFsYcS9MT3SZ8hw7ELPS0Hbh3mrcNtX/view>.
- อิสรา ศิริมณีรัตน์ และคณะ. (2560). ปัจจัยด้านส่วนบุคคลและปัจจัยด้านลักษณะงานที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์การของบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 19(2), 37-43.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.

ความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐ ในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Organizational Commitments Affecting the Performance Efficiency of the Personnel
of the Municipality in Xekong, Lao PDR

อาเล็กไซโฟน เข้มมะไล^{1*} วลัยพร สุขปลั่ง² ประนอม คำผา³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Aleksayphone Khemmalay^{1*} Walaiporn Sookplung² Pranorm Kumpha³

^{1,2,3}Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: aleksayphone.G62@ubru.ac.th

(Received: May 5, 2023; Revised: July 13, 2023; Accepted: July 27, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน แผนกที่ปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรภาครัฐที่ปฏิบัติงานในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 272 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ค่าสถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบเอฟ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน ค่าที่พยากรณ์ได้ร้อยละ 38 ปัจจัยด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน ค่าที่พยากรณ์ได้ร้อยละ 23 ปัจจัยด้านจิตใจ และด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน ค่าที่พยากรณ์ได้ร้อยละ 31 และ 2) การเปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนบุคคล อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์การ, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this research is to 1) study the organizational commitment that affect the performance efficiency of the personnel of the municipality in Xekong, Lao PDR and 2) compare the personal factors and the organization commitments of government personnel of the municipality in Xekong, Lao PDR classified by gender, age, status, educational levels, period of word, job positions, task division, and monthly incomes. The samples of 272 were derived by a stratified random sampling. The research instrument was a questionnaire of a confidence value equivalent to .937. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple-regression analysis, t-test and F-test.

The research findings were as follows: 1) The social norms affected the performance efficiency in terms of the work quality and could predict the outcome by .38%. The social norms could affect the efficiency in terms of a work quantity by .23%. The spirit and social norms affected the performance efficiency in terms of time used to perform the task by .31%. 2) As regards a comparison of the commitments to an organization as classified by sex, and the task division, no difference was found at a statistical significance of .05. Age, status, educational levels, length of working tenure, positions, and monthly incomes were different with a statistical significance of .01. There was a difference with a statistical significance of .05 in light of spirit, retention and social norms.

Keywords: Organizational Commitment, Performance Efficiency

บทนำ

องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ถือเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นอีกรูปแบบหนึ่งที่จัดตั้งขึ้น ตามมาตรา 10 ของกฎหมายการปกครองท้องถิ่นฉบับปรับปรุง ได้มีการกำหนดบทบาทหน้าที่เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของตนเองครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านการเมือง เป็นการกระจายอำนาจจากการบริหารส่วนกลาง กระจายอำนาจสู่หน่วยงานภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง และตัวเมืองต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในท้องถิ่นให้ได้รับการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างกลไกที่สำคัญต่อการบริหารการพัฒนาในระดับท้องถิ่นทั้งในทางทฤษฎี และในทางปฏิบัติ โดยการสร้างความผูกพันในองค์การให้เกิดขึ้นซึ่งจะส่งผลให้คนและงานมีการเอื้อประโยชน์ต่อกัน เพราะคนเป็นผู้สร้างงานอันจะทำให้องค์การนั้นบรรลุเป้าหมายได้ง่ายขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องมี

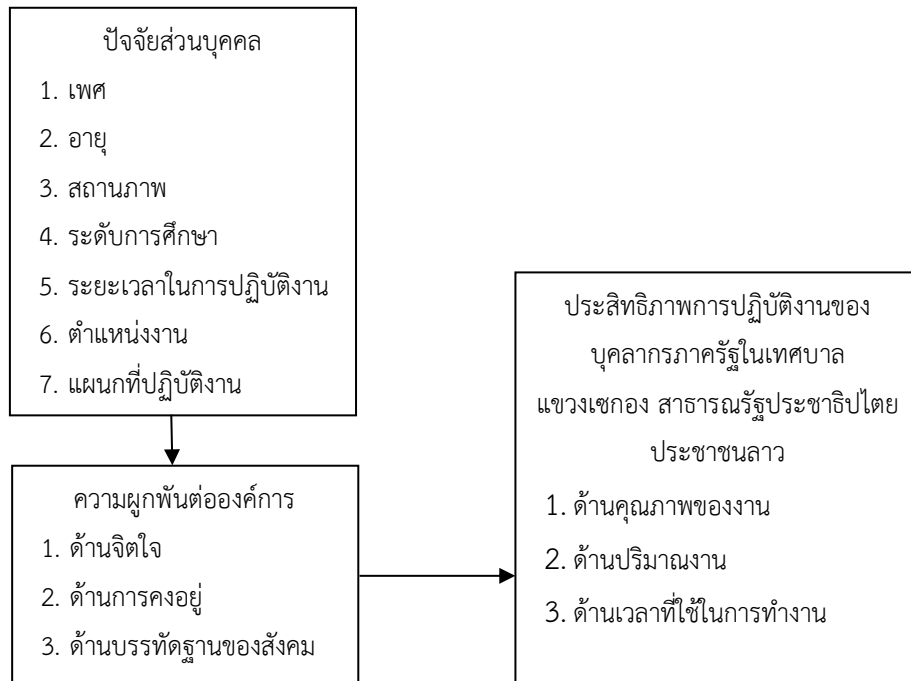
บุคลากรที่มีประสบการณ์และชำนาญงานในส่วนต่าง ๆ ที่รับผิดชอบเพื่อตอบสนองการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายและบริการประชาชนได้ทั่วถึงเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งภาระงานที่มากเกินไปเกินความสามารถของบุคลากรและการทำงานที่ไม่มีความเชี่ยวชาญทำให้บุคลากรขาดขวัญและกำลังใจในการทำงาน นอกจากนี้วัฒนธรรมการทำงานของบุคลากรภาครัฐแขวงเซกอง ซึ่งเคยทำงานร่วมกันเป็นทีมแต่เมื่อมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ การติดต่อสื่อสาร มีความล่าช้าลง และไม่ปฏิบัติตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งทำให้ประสิทธิภาพการทำงานลดลง สอดคล้องกับ Buchanan (1974) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรสามารถพยากรณ์อัตราการเข้า-ออกจากงานของสมาชิกในองค์กรได้ดีและมีส่วนเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กร ทั้งนี้เพราะสมาชิกจะมีความเชื่อมั่นต่อนโยบาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และค่านิยมขององค์กร ก่อให้เกิดความเต็มใจที่จะทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อองค์กร ดังนั้น หากองค์กรสามารถทำให้บุคลากรในองค์กรมีความผูกพันต่อองค์กรเท่าใด ก็จะทำให้บุคลากรเหล่านั้นมีความปรารถนาที่จะอยู่เป็นสมาชิกขององค์กรมากขึ้นเท่านั้น และพร้อมที่จะทุ่มเทความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มที่และความด้วยเต็มใจ ซึ่งจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรตามแนวคิดของ Allen & Mayer (1990) มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กร สามารถเกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างและพัฒนาในกระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านนโยบาย อันจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานอย่างยั่งยืน จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรภาครัฐที่ปฏิบัติงานในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 849 คน (สำนักงานภายใน แขวงเซกอง, 2563) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1973) จำนวน 272 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรภาครัฐที่ปฏิบัติงานในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน แผนกที่ปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย ด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน และด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยได้การตรวจสอบตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ พบว่าคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง .70-1.00 ผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นได้นำไปทดลองหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรในกลุ่มที่คล้ายคลึงกับประชากรแต่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรเทศบาลในเขตพื้นที่แขวงจำปาสัก จำนวน 30 ชุด ทดสอบความน่าเชื่อถือ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบักของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ .88 แสดงว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นนั้นมีคุณภาพเพียงพอสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลเป็นไปตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้ใช้สถิติ ดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลระดับความคิดเห็นตัวแปรที่ศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สถิติที่ใช้คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ Enter ค่าสถิติทดสอบที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวด้วยการทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อทดสอบความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 72.06 มีระหว่างอายุ 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 58.46 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 70.59 มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.25 ตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 47.43 ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานฝ่ายปฏิบัติการและบริการ คิดเป็นร้อยละ 23.16 มีรายได้ต่อเดือน 1,500,001-1,700,000 กีบ คิดเป็นร้อยละ 31.99

2. ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านคุณภาพของงาน

ตัวพยากรณ์	B	β	t	P (Sig)
ด้านจิตใจ	.01	.01	.24	.81
ด้านการคงอยู่	.07	.06	1.24	.22
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	.62	.60	10.79**	.00**
Constant = .88 R = .61 R ² = .38 R ² adj = .38 F = 55.39 Sig. = .00				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 1 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้วยตัวแปรพยากรณ์ 3 ตัว คือ ด้านด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านคุณภาพของงาน ได้ร้อยละ 38 (R²adj = .38) โดยความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านคุณภาพของงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านปริมาณงาน

ตัวพยากรณ์	B	β	t	P (Sig)
ด้านจิตใจ	.07	.08	1.29	.20
ด้านการคงอยู่	.04	.04	.78	.43
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	.38	.45	7.23**	.00**
Constant = 1.74 R = .49 R ² = .25 R ² adj = .23 F = 29.27 Sig. = .00				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้วยตัวแปรพยากรณ์ 3 ตัว คือ ด้านด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม ร่วมกันพยากรณ์

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านปริมาณงาน ได้ร้อยละ 23 ($R^2_{adj} = .23$) โดยความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน

ตัวพยากรณ์	B	β	t	P (Sig)
ด้านจิตใจ	.14	.14	2.48*	.01*
ด้านการคงอยู่	.02	.02	.30	.76
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	.44	.49	8.34**	.00**
Constant = 1.52 R = .57 $R^2 = .33$ $R^2_{adj} = .31$ F = 43.16 Sig. = .00				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้วยตัวแปรพยากรณ์ 3 ตัว คือ ด้านด้านจิตใจ ด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน ได้ร้อยละ 31 ($R^2_{adj} = .31$) โดยความผูกพันต่อองค์การด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามเพศ

ความผูกพันต่อองค์การ	ชาย		หญิง		t	P (Sig)
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. ด้านจิตใจ	3.84	.52	3.82	.57	.30	.76
2. ด้านการคงอยู่	3.79	.50	3.70	.44	1.36	.17
3. ด้านบรรทัดฐานของสังคม	3.77	.58	3.72	.55	.71	.48
ภาพรวม	3.80	.38	3.75	.36	1.10	.27

จากตารางที่ 4 พบว่า บุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม และในรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P (Sig)
ด้านจิตใจ	ระหว่างกลุ่มรวม	1.128	3	.376	1.318	.269
	ภายในกลุ่มรวม	76.437	268	.285		
	รวม	77.565	271			
ด้านการคงอยู่	ระหว่างกลุ่มรวม	.409	3	.136	.571	.635
	ภายในกลุ่มรวม	64.051	268	.239		
	รวม	64.460	271			
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	ระหว่างกลุ่มรวม	2.526	3	.842	2.648*	.049*
	ภายในกลุ่มรวม	85.205	268	.318		
	รวม	87.731	271			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่มรวม	1.122	3	.375	2.726*	.045*
	ภายในกลุ่มรวม	36.756	268	.137		
	รวม	37.877	271			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าบุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามสถานภาพ

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P (Sig)
ด้านจิตใจ	ระหว่างกลุ่มรวม	.789	2	.395	1.383	.253
	ภายในกลุ่มรวม	76.776	269	.285		
	รวม	77.565	271			
ด้านการคงอยู่	ระหว่างกลุ่มรวม	1.095	2	.547	2.324	.100
	ภายในกลุ่มรวม	63.365	269	.236		
	รวม	64.460	271			
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	ระหว่างกลุ่มรวม	4.484	2	2.242	7.245**	.001*
	ภายในกลุ่มรวม	83.247	269	.309		
	รวม	7.731	271			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่มรวม	1.804	2	.902	6.727**	.001*
	ภายในกลุ่มรวม	6.073	269	.134		
	รวม	7.877	271			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การในด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P (Sig)
ด้านจิตใจ	ระหว่างกลุ่มรวม	2.177	2	1.088	3.883*	.022*
	ภายในกลุ่มรวม	75.388	269	.280		
	รวม	77.565	271			
ด้านการคงอยู่	ระหว่างกลุ่มรวม	.026	2	.013	.054	.947
	ภายในกลุ่มรวม	64.434	269	.240		
	รวม	64.460	271			
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	ระหว่างกลุ่มรวม	1.728	2	.864	2.702	.069
	ภายในกลุ่มรวม	86.003	269	.320		
	รวม	87.731	271			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่มรวม	.429	2	.214	1.540	.216
	ภายในกลุ่มรวม	37.449	269	.139		
	รวม	37.877	271			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 7 พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามประเภทตำแหน่งงาน

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P (Sig)
ด้านจิตใจ	ระหว่างกลุ่มรวม	1.105	3	.368	1.291	.278
	ภายในกลุ่มรวม	76.460	268	.285		
	รวม	77.565	271			
ด้านการคงอยู่	ระหว่างกลุ่มรวม	3.286	3	1.095	4.799**	.003*
	ภายในกลุ่มรวม	61.174	268	.228		
	รวม	64.460	271			
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	ระหว่างกลุ่มรวม	2.408	3	.803	2.522	.058
	ภายในกลุ่มรวม	85.322	268	.318		
	รวม	87.731	271			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่มรวม	1.376	3	.459	3.369*	.019*
	ภายในกลุ่มรวม	36.501	268	.136		
	รวม	37.877	271			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 8 พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีประเภทตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในด้านการคงอยู่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ผลการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านต่าง ๆ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P (Sig)
ด้านจิตใจ	ระหว่างกลุ่มรวม	1.874	3.00	.625	2.212	.087
	ภายในกลุ่มรวม	75.691	268.00	.282		
	รวม	77.565	271.00			
ด้านการคงอยู่	ระหว่างกลุ่มรวม	3.000	3.00	1.000	4.360**	.005*
	ภายในกลุ่มรวม	61.460	268.00	.229		
	รวม	64.460	271.00			
ด้านบรรทัดฐานของสังคม	ระหว่างกลุ่มรวม	1.939	3.00	.646	2.019	.112
	ภายในกลุ่มรวม	85.792	268.00	.320		
	รวม	87.731	271.00			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่มรวม	.750	3.00	.250	1.804	.147
	ภายในกลุ่มรวม	37.128	268.00	.139		
	รวม	37.877	271.00			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 9 พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรในเขตเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรในด้านการคงอยู่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประเด็นสำคัญที่ควรแก่การอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านจิตใจ ภาพรวมมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บุคลากรรู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งและส่วนสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การ รองลงมา คือ บุคลากรรู้สึกพอใจที่ได้รับการดูแลคุณภาพชีวิตในการทำงาน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ชั่วโมงการทำงานไม่ได้กระทบต่อชีวิตส่วนตัวของบุคลากร แสดงให้เห็นว่าบุคลากรมีความภูมิใจต่อองค์การ มีความพอใจต่อการดูแลขององค์การ บรรยากาศการทำงานมีความเป็นมิตรทำให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงานอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันธิภา สุธะโคตร (2559) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การ ของข้าราชการครู โรงเรียนขนาดกลาง ในอำเภอแก่งหางแมว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จันทบุรี เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า ความผูกพันต่อองค์การของข้าราชการครู โรงเรียนขนาดกลาง อำเภอ แก่งหางแมว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1 ด้านจิตใญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = .42) นอกจากนี้ผลการวิจัยพบว่าความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใญส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ด้านเวลาที่ใช้ในการทำงานทำให้งานที่ได้รับมอบหมายสามารถดำเนินการให้สำเร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับ บงกช ตั้งจิระศิลป์ (2564) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ ความจงรักภักดีต่อ องค์การ และผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง พบว่าความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใญส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

1.2 ด้านการคงอยู่ ภาพรวมมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวง เซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ เงินเดือน และสวัสดิการต่าง ๆ ที่บุคลากรได้รับสอดคล้องกับภาระงาน รองลงมา คือ บุคลากรรู้สึกพอใจ ในความมีเสถียรภาพขององค์การในปัจจุบัน และบุคลากรมีโอกาสดำเนินการฝึกฝนและพัฒนาเพื่อตำแหน่งที่สูงขึ้น ในหน้าที่การงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำนาจพร บำรุงบุญ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์การ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ด้านการคงอยู่ของความผูกพันต่อองค์การของ บุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = .67) นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน อาจเนื่องจากองค์การให้บุคลากร สามารถปฏิบัติงานได้จนสิ้นสุดระยะเวลาการจ้างงาน มีหลักประกันว่าจะได้รับค่าตอบแทนตามสัญญาจากการ จ้างงานอย่างชัดเจน ดังนั้นความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่จึงไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งไม่ สอดคล้องกับ บงกช ตั้งจิระศิลป์ (2564) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ ความจงรักภักดี ต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง พบว่าความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่ส่งผล กระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

1.3 ด้านบรรทัดฐานของสังคม ภาพรวมมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐ ในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับ จากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ บุคลากรคิดว่าการรักษาชื่อเสียงของหน่วยงานเป็นสิ่งที่บุคลากรควรปฏิบัติ รองลงมา

คือ หน่วยงานของบุคลากรมีการประชุมชี้แจงนโยบาย กฎระเบียบ แนวปฏิบัติ และข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ ได้รับความทราบโดยทั่วถึง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บุคลากรคิดว่าเจ้าหน้าที่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การควบคู่กับผลประโยชน์ของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินา ทองคำพันธุ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล และเทศบาลเมือง ในอำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ด้านบรรทัดฐานของสังคมของการเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล และเทศบาลเมือง ในอำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = .49) นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทั้ง 3 ด้าน อาจเนื่องจากบุคลากรต้องการรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน จึงพยายามปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อไม่ให้เกิดพร่องต่อหน้าที่และงานที่ได้รับมอบหมายตามนโยบายที่ได้รับทราบอย่างเคร่งครัดจึงส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นได้ สอดคล้องกับ บงกช ตั้งจิระศิลป์ (2564) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ ความจงรักภักดีต่อองค์การ และผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง พบว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานของสังคมส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงาน

2. เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งงาน แผนกที่ปฏิบัติงาน และรายได้ต่อเดือน

2.1 จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา สุธรรมวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท มิลเลนเนียม ออโต้ จำกัด ผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท มิลเลนเนียม ออโต้ จำกัด โดยภาพรวมจำแนกตามเพศ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.2 จำแนกตามอายุ พบว่า อายุต่างกันให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถาวร อ่อนละออง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับความผูกพันต่อองค์การในภาพรวม และรายด้านซึ่งประกอบด้วยด้านความรู้สึกรัก ด้านความต่อเนื่อง และด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพต่างกันให้ความสำคัญด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระวุฒิ สุขผล

(2558) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสวัสดิการกับความผูกพันในองค์กรตามความคิดเห็นของพนักงานอยู่ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านทัศนคติ ด้านพฤติกรรม และด้านบรรทัดฐานของสังคม

2.4 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญด้านจิตใจ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุศรา ก้อนทรัพย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงานเทศบาลนครสมุทรปราการ จำแนกตามระดับการศึกษามีผลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.5 จำแนกตามระยะเวลาในการปฏิบัติงาน พบว่า ระยะเวลาในการปฏิบัติงานต่างกัน ให้ความสำคัญด้านการคงอยู่ และด้านบรรทัดฐานของสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช ตั้งจิระศิลป์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การความจงรักภักดีต่อองค์การและผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.6 จำแนกตามตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งงานต่างกัน ให้ความสำคัญด้านการคงอยู่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกช ตั้งจิระศิลป์ (2564) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การความจงรักภักดีต่อองค์การและการปฏิบัติงานของนักบัญชีจังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การความจงรักภักดีต่อองค์การและความผูกพันต่อองค์การ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.7 จำแนกตามแผนกที่ปฏิบัติงาน พบว่า แผนกที่ปฏิบัติงานต่างกัน ทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา จินดาพันธ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาความผูกพันที่มีต่อองค์การของครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนลำปางกัลยาณีอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า ความผูกพันที่มีต่อองค์การของครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนลำปางกัลยาณีอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำแนกตามแผนกที่ปฏิบัติงาน มีความผูกพันที่มีต่อองค์การไม่แตกต่างกัน

2.8 จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนต่างกัน ให้ความสำคัญด้านการคงอยู่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนด้านอื่น ๆ ไม่แตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริรัตน์ สีขาว (2555) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงาน บริษัท ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้าผู้ประกอบการ 1 ผลการศึกษาพบว่า เงินเดือนที่ได้รับต่างกันมีความผูกพันต่อองค์การโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรให้ความสำคัญในด้านจิตใจ อยู่ในระดับมาก โดยบุคลากรเห็นว่า ผู้บริหารของเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ควรสร้างแรงจูงใจ ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานมีการให้รางวัล เพื่อความภาคภูมิใจ มีการปลูกฝังค่านิยมที่ดีต่อองค์กร มีการมอบหมายงานและแจ้งเป้าหมายขององค์กร มีนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหาร และบุคลากร ซึ่งจะทำให้เกิดการทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ปรึกษาหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงานได้หลายช่องทางและเข้าถึงได้ง่าย หรือเปิดโอกาสให้ได้แสดงความคิดเห็นในการปฏิบัติงาน เพื่อเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างเสมอภาค โดยให้ผู้บริหารได้มีโอกาสทบทวนการปฏิบัติและแก้ไขในสิ่งที่ไม่ถูกต้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านเวลาที่ใช้ในการทำงาน ทำให้งานที่ปฏิบัติสำเร็จภายในเวลาที่กำหนด

2. ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรให้ความสำคัญในความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ อยู่ในระดับมาก โดยบุคลากรเห็นว่า บุคลากรมีโอกาสดำเนินการฝึกฝนและพัฒนาเพื่อตำแหน่งที่สูงขึ้นในหน้าที่การงาน ดังนั้น หน่วยงานควรส่งเสริมให้บุคลากรได้มีโอกาสก้าวหน้าในสายงาน และมีกระบวนการประเมินผลงานที่ยุติธรรม รวมทั้งให้โอกาสบุคลากรของภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง ในการอบรมและศึกษาเพิ่มเติมเพื่อปรับตัวหรือเพิ่มพูนความรู้ และมีโอกาสที่จะเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น เพื่อสามารถดึงดูดใจให้บุคลากรของภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง อยู่กับองค์กรได้นาน

3. ความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานของสังคม จากผลการศึกษาพบว่า บุคลากรให้ความสำคัญในความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐานของสังคม อยู่ในระดับมาก โดยบุคลากรเห็นว่า บุคลากรคิดว่าเจ้าหน้าที่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรควบคู่กับผลประโยชน์ของตน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานควรมีการถ่ายทอดแนวทางการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน และถ่ายทอดนโยบายของเทศบาลให้กับบุคลากรได้รับทราบ เพื่อให้บุคลากรกำหนดเป็นเป้าหมายในการทำงานของตน และนำไปกำหนดเป็นตัวชี้วัดรายบุคคลได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะทำให้บุคลากรมีเป้าหมายในการพัฒนางานและพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

4. จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรกับปัจจัยส่วนบุคคลของบุคลากร สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่องค์กรควรให้ความสำคัญกับบุคลากรอย่างเท่าเทียมกัน และอาจให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นกับบุคลากรที่อายุน้อย จบการศึกษาดำเนินการปริญาตรี อายุงานน้อย ที่ทำงานในตำแหน่งวิชาการและอาสาสมัคร เพื่อเพิ่มระดับความผูกพันต่อองค์กรให้สูงขึ้นอันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในเทศบาลแขวงเซกอง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อนำข้อมูลมาจัดทำแนวทางทางการพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากร ให้สามารถเทียบเคียงกับเทศบาลแขวงอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน
2. ศึกษารูปแบบความผูกพันต่อองค์กรด้านอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน เพื่อเป็นแบบแนวทางในการพัฒนาองค์กรและแนวทางในการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมให้กับบุคลากร ที่จะนำมาต่อยอดพัฒนาเป็นความผูกพันต่อองค์กร ที่จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรได้
3. การศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมที่เป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติงานตามข้อบังคับว่าด้วยจรรยาบรรณข้าราชการและเพื่อหาข้อเสนอแนะ แนวทางแก้ไข นอกจากนี้ควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดจากเรื่องนี้ เพื่อหาสาเหตุและแนวทางแก้ไขการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมข้าราชการในด้านจรรยาบรรณข้าราชการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กัญฐิกา สุระโคตร. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการครู โรงเรียนขนาดกลาง ในอำเภอแก่งหางแมว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิระวุฒิ สุขผล. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างสวัสดิการกับความผูกพันในองค์กรตามความคิดเห็นของพนักงานอุ้มข่มบำรุงรถยนต์ในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ชุดิมา ทองคำพันธุ์. (2560). การเปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร ในองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล และเทศบาลเมือง ในอำเภอนนทบุรี จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ถาวร อ่อนละอ. (2561). ความผูกพันต่อองค์กรและคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- นริศรา จินดาพันธ์. (2559). ความผูกพันที่มีต่อองค์กรของครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนลำปางกัลยาณี อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง. วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์, 3(1), 35-42.
- บงกช ตั้งจิระศิลป์. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กรความจงรักภักดีต่อองค์กรและผลการปฏิบัติงานของนักบัญชีในจังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- บุศรา ก้อนทรัพย์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานเทศบาลนครสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุกัญญา สุธรรมวงศ์. (2559). ความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท มิลเลนเนียม ออโต้ จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สำนักงานภายใน แขวงเซกอง. (2563). แผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แขวงเซกอง 2563. แขวงเซกอง: สำนักงานภายในแขวงเซกอง.
- อารีรัตน์ สีขาว. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและคุณภาพชีวิตการทำงาน กับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน บริษัท ธนาคารกลีกรไทย (มหาชน) ศูนย์ธุรกิจลูกค้า ผู้ประกอบการ 1. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อำนวยพร บำรุงบุญ. (2559). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1–18.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19, 533-546.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (2nd ed.). New York: Harper and Row.

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการเงิน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
บล็อกเชนกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทจดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Relationship between the Quality of Accounting Information the Application of
Blockchain Technology to the Decision-making Efficiency of
Listed Company in the Stock Exchange of Thailand

เบญจวรรณ วงศ์สุวรรณ^{1*} สุวิทย์ ไวยทิพย์² พัชรียา หื่นกลาง³

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Benjawan Vongsuwan^{1*} Suwit Vaitip² Pattareya Henklang³

^{1,2,3}Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

*Corresponding Author E-mail: benjawan-won@rmutp.ac.th

(Received: June 23, 2023; Revised: September 21, 2023; Accepted: September 27, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการเงินกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยมีตัวแปรแทรกซ้อนเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 672 บริษัท ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการเงินและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

คำสำคัญ: คุณภาพข้อมูลทางการเงิน, การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน, ประสิทธิภาพการตัดสินใจ

Abstract

The purpose of this research was to study the relationship between the quality of accounting information and decision-making efficiency. The application of blockchain technology was an intervening variable. This research used a sample group of 672 listed companies in the Stock Exchange of Thailand. The questionnaire was used as a tool for collecting data. The statistics used in the research were frequency, percentage, standard deviation, and multiple regression analysis. The results of the study found that the relationship between the quality of accounting information and the application of blockchain technology were not related to decision-making efficiency.

Keywords: Quality of Accounting Information, Application of Blockchain Technology, Decision-making Efficiency

บทนำ

ในปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลที่เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมา แต่ได้เปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจทำให้ทุกอาชีพล้วนต้องปรับตัวให้ทันกระแสโลกด้วย ยุคที่ธุรกิจจะต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำธุรกิจเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ชอบความสะดวกสบาย และใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการชีวิตประจำวัน ดังนั้นธุรกิจที่ตัดสินใจได้เร็วกว่า ย่อมได้โอกาสมากกว่า และข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีถือเป็นส่วนประกอบอันสำคัญต่อการนำไปใช้ในการตัดสินใจและการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ นอกจากนี้จะช่วยบอกสถานะการเงินในปัจจุบันของธุรกิจแล้ว ยังสามารถบอกทิศทางของธุรกิจในอนาคตได้อีกด้วย หรือถือได้ว่า“บัญชีเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารธุรกิจ” ผู้บริหารในยุคปัจจุบันจึงคาดหวังให้นักบัญชีขยายบทบาทออกไปจากความรับผิดชอบในเรื่องของการบัญชีและการจัดทำรายงานต่าง ๆ ไปสู่บทบาทที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับองค์กรมากขึ้น เช่น การมีส่วนร่วมในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับงานบัญชีรวมทั้งการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ (นารา การบัญชี, 2559)

ข้อมูลทางการเงินบัญชีถือเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจ มีบทบาทต่อธุรกิจทุกประเภทที่ไม่เพียงแต่ธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรทั้งที่เป็นกิจการพาณิชย์ กิจการอุตสาหกรรม และกิจการให้บริการ รวมถึงองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร หน่วยงานของรัฐเท่านั้น (จรรยา อุทราสวัสดิ์, 2556) ข้อมูลทางการเงินบัญชีสามารถสร้างความแตกต่างในการตัดสินใจได้อย่างมีสาระสำคัญ โดยช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลยืนยันผลของเหตุการณ์ที่คาดการณ์ไว้ในอดีตและคาดคะเนผลของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากข้อมูลในระบบบัญชี ทั้งผู้ใช้ข้อมูลภายในกิจการ และผู้ใช้ข้อมูลภายนอกกิจการ งบการเงินเป็นรายงานที่มีความสำคัญมากทุก ๆ องค์กรไม่ว่าจะมีขนาดเล็กหรือว่าขนาดใหญ่ ภาครัฐหรือเอกชน หรือแม้แต่องค์กรไม่แสวงหากำไร ล้วนจำเป็นต้องได้รับรู้ข้อมูลทางบัญชี (ชลิต ผลอินทร์หอม, 2563) ข้อมูลทางการเงินบัญชีที่ดีสำหรับการสนับสนุนการดำเนินงานของผู้บริหารจะต้องมีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ กล่าวคือ เป็นข้อมูลที่ไม่มีความผิดพลาด และปราศจากความลำเอียง เพราะประสิทธิภาพของการตัดสินใจขึ้นอยู่กับความถูกต้องเที่ยงตรงของข้อมูล ยิ่งข้อมูลมีความถูกต้องมากเท่าใดก็ยิ่งมีคุณค่าต่อผู้ใช่มากเท่านั้น แม้ว่าองค์กรจะมีข้อมูลทางบัญชีที่ถูกต้อง และได้มาอย่างรวดเร็วทันเวลาแล้วก็ตาม แต่ถ้าข้อมูลนั้นไม่ครบถ้วนสมบูรณ์พอที่จะทำการวินิจฉัยได้ ข้อมูลนั้นก็ไม่สามารถใช้เพิ่มประสิทธิภาพของการตัดสินใจได้ (สรพการศาสน์, 2564)

ในปัจจุบันได้มีเครื่องมือสารสนเทศอีกหนึ่งด้านที่เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจ และสนับสนุนการได้มาของข้อมูลทางการเงินบัญชีที่ดีก็คือ เทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นระบบการเก็บข้อมูล (Data Structure) ซึ่งไม่มีตัวกลาง เป็นเทคโนโลยีหลักที่ได้รับความนิยมอย่างมากซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการทำให้สามารถพัฒนาแอปพลิเคชันที่จะนำมาซึ่งแนวทางใหม่ในการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจแบบเก่าความท้าทายด้านสังคม

กฎหมาย และการเงินที่การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเกิดขึ้นซึ่งอาจเป็นปัญหาที่แก้ไขได้ยากขึ้น และยังคงต้องมีการพัฒนาต่อไป (ศรีสุตา อินทมาศ, 2563) เนื่องจากเทคโนโลยีฐานข้อมูลแบบดั้งเดิมมีอุปสรรคหลายประการสำหรับการบันทึกธุรกรรมทางการเงิน บล็อกเชนสามารถบรรเทาปัญหาดังกล่าวโดยการสร้างระบบแบบกระจายศูนย์และป้องกันการดัดแปลงแก้ไขเพื่อบันทึกธุรกรรม บล็อกเชนจะสร้างบัญชีแยกประเภทหนึ่งบัญชีสำหรับผู้ซื้อและผู้ขายธุรกรรมทั้งหมดต้องได้รับการอนุมัติจากทั้งสองฝ่ายและจะได้รับการอัปเดตโดยอัตโนมัติในบัญชีแยกประเภททั้งคู่แบบเรียลไทม์ คุณสมบัติเหล่านี้ของเทคโนโลยีบล็อกเชนได้นำไปสู่การนำไปใช้ในภาคส่วนต่าง ๆ บล็อกเชนเป็นกลไกฐานข้อมูลขั้นสูงที่เปิดรับการแบ่งปันข้อมูลที่โปร่งใสภายในเครือข่ายธุรกิจ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้อย่างมากมายทั้งในด้านข้อมูล ด้านระบบงาน ยังสร้างรูปแบบทางธุรกิจใหม่ได้จริงตามลักษณะและการประยุกต์ใช้ในธุรกิจ (ธัญวรัตน์ ธนชัยนันท์, 2562)

โดยบทบาทที่สำคัญหนึ่งขององค์การธุรกิจซึ่งผู้บริหารต้องให้ความสำคัญจะต้องใช้ทักษะเป็นอย่างมาก คือ การตัดสินใจ เป็นกระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลาย ๆ ทางเลือกที่ได้พิจารณา ดังนั้นผู้บริหารที่จะตัดสินใจควรจะพิจารณาถึงวิธีการและผลของการตัดสินใจซึ่งจะเป็นการเพิ่มประโยชน์หรือลดผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นต่อองค์การธุรกิจ จึงจะต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคการตัดสินใจที่ต่างกัน หากว่าผู้บริหารไม่เคยเรียนรู้กลยุทธ์หรือเทคนิคการตัดสินใจในแต่ละสถานการณ์มาก่อน ก็จะเลือกใช้กลยุทธ์เหล่านั้นได้ไม่ถูกต้องหรืออาจไม่เหมาะสมกับสถานการณ์และอาจจะทำให้เกิดผลกระทบต่อองค์การธุรกิจ (สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง, 2557) ซึ่งผู้บริหารนี้จะใช้ข้อมูลทางการบัญชีของกิจการไปใช้ในการบริหารกิจการให้ประสบผลสำเร็จตามนโยบายที่ได้รับจากเจ้าของกิจการ โดยต้องมีการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพนั้นเป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด อันก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ประหยัด คุ่มค่า รวดเร็ว ถูกต้อง และปลอดภัย โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมาหลังจากเลือกวิธีการนั้น ๆ เป็นจุดที่ทำให้เกิดการคิดใคร่ครวญ ไตร่ตรองบนคำว่ามีประสิทธิภาพ ก่อนการตัดสินใจควรทำความเข้าใจเรื่องที่ต้องตัดสินใจ และพิจารณาตัวแปรที่เกี่ยวข้องก่อน เครื่องมืออีกตัวเลือกหนึ่งที่สำคัญในองค์กรคือ ข้อมูลทางการบัญชีที่ดี ทำให้องค์กรจะทราบถึงฐานะทางการเงิน ผลการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไรขององค์กรมาใช้ในการบริหารงานและตัดสินใจ (ประพันธ์ ศิริรัตนธำรง, 2558)

จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้นจะพบว่า การตัดสินใจที่ดีของผู้บริหารควรจะพิจารณาถึงวิธีการและผลของการตัดสินใจซึ่งจะเป็นการเพิ่มประโยชน์หรือลดผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นต่อองค์การธุรกิจ ต้องมีการปรับตัวไม่ว่าอยู่ในสถานการณ์ใด โดยจะต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคการตัดสินใจ เครื่องมือเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพคือคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีและเทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาประยุกต์ใช้ให้ทันต่อเหตุการณ์แล้วทำให้ข้อมูลมีประสิทธิภาพส่งผลต่อการตัดสินใจที่ดีของผู้บริหารในการทำงานที่บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้อย่างสำเร็จตามวัตถุประสงค์และในการศึกษารั้วนี้ได้ศึกษาจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 672 บริษัท ซึ่งบริษัทในกลุ่มดังกล่าวเป็นภาคธุรกิจที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งบริษัทจดทะเบียนส่วนใหญ่มีการลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และพัฒนาระบบอย่างสม่ำเสมอรวมถึงการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ การใช้ระบบปัญญาประดิษฐ์ มาช่วยในการตรวจจับความผิดพลาด เป็นต้น และมีการสุ่มตรวจสอบระบบต่าง ๆ ให้พร้อมรับมือและสามารถกู้คืนข้อมูล/ระบบได้ อีกทั้งยังทำการศึกษาการกำหนดนโยบาย มีการปรับกระบวนการงานให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยด้านสารสนเทศ

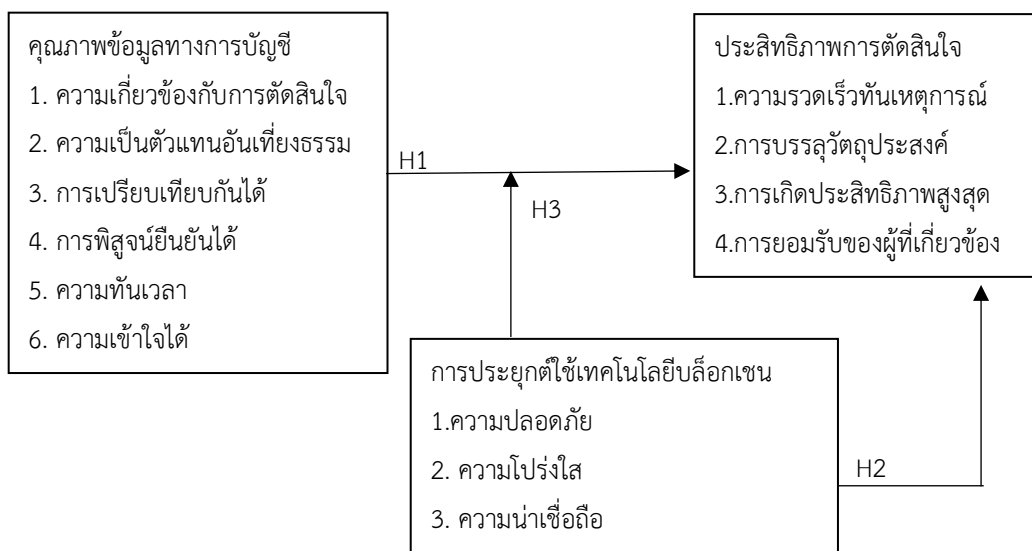
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดย

มีตัวแปรแทรกเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงรายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยตัวแปรอิสระคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม การเปรียบเทียบกันได้ การพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา ความเข้าใจได้ (สภาวชิราวุธบัญชี, 2564) และตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการตัดสินใจประกอบด้วย ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ การบรรลุวัตถุประสงค์ การเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การยอมรับของผู้ที่เกี่ยวข้อง (สมยศ นาวิการ, 2554) และตัวแปรแทรก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ประกอบด้วย ความปลอดภัย (ฐิตาภรณ์ สีนจรรณศักดิ์ และคณะ, 2563) ความโปร่งใส (อัษฎางค์ ขำมะโน และเอกรัฐ รัชกาญจน์, 2564) ความน่าเชื่อถือ (วรุฒิ บัวทองจันทร์, 2561)

สมมติฐานการวิจัย

H1: คุณภาพข้อมูลทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

H2: การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

H3: คุณภาพข้อมูลทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยมีตัวแปรแทรกเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ได้จัดทำกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (ปรับปรุง 2564) ซึ่งเป็นไปตามหลักการภายใต้กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ได้เผยแพร่กรอบแนวคิดมาตรฐานการรายงานทางการเงิน ถือปฏิบัติสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 มกราคม 2564 โดยกรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (ปรับปรุง 2564) ระบุว่า สำหรับข้อมูลที่มีประโยชน์ ข้อมูลต้องมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และต้องสามารถเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ถึงสิ่งที่ตั้งใจจะสื่อโดยทั้งสองรายการข้างต้นนี้ คือ

1. ลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานของข้อมูลการเงินที่มีประโยชน์ และยังใช้เป็นแนวคิดนำทางในการนำมาปรับปรุงกรอบแนวคิดนั้นต้องมีลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานและลักษณะเชิงคุณภาพเสริมพื้นฐาน

2. ลักษณะเชิงคุณภาพเสริม ประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้ความสามารถเปรียบเทียบได้, ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้, ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้ (สภาวิชาชีพบัญชี, 2564)

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน

เมื่อปี 2008 ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ที่เราเรียกว่า Global Financial Crisis บุคคลนิรนามที่ใช้ชื่อว่า Satoshi Nakamoto ได้ให้กำเนิดสิ่งที่เรียกว่าบิตคอยน์ขึ้นมา โดยออกแบบให้บิตคอยน์เป็นเงินดิจิทัลสกุลแรกในประวัติศาสตร์ที่ใคร ๆ ก็สามารถใช้ได้ ทุกคนสามารถถือเงินและโอนเงินหากันได้โดยไม่ต้องผ่านตัวกลางใด ๆ เช่นธนาคาร และที่สำคัญ มันไม่ได้ถูกสร้างหรือควบคุมโดยรัฐหรือองค์กรใด ๆ ณ วันนั้น ไม่ใช่เพียงบิตคอยน์ แต่เทคโนโลยีที่เรียกว่า บล็อกเชน ก็ถือกำเนิดขึ้นด้วย ซึ่งบล็อกเชนคือเทคโนโลยีที่ทำให้บิตคอยน์ทำในสิ่งที่ไม่มีใครเคยทำได้มาก่อน (Finnomena, 2023)

หลักการทำงานของเทคโนโลยีบล็อกเชน คือ ฐานข้อมูลจะแชร์ให้กับทุก Node ที่อยู่ในเครือข่ายและการทำงานของเทคโนโลยีบล็อกเชน จะไม่มีเครื่องใดเครื่องหนึ่งเป็นศูนย์กลางหรือเครื่องแม่ข่าย ซึ่งการทำงานแบบกระจายศูนย์นี้จะไม่ถูกควบคุมโดยคนเพียงคนเดียว แต่ทุก Node จะได้รับสำเนาฐานข้อมูลเก็บไว้และจะมีการอัปเดตฐานข้อมูลแบบอัตโนมัติ เมื่อมีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ทั้งนี้สำเนาฐานข้อมูลของทุกคนในเครือข่ายจะต้องถูกต้อง และตรงกันกับของสมาชิกคนอื่นในเครือข่าย (พรรณนิภา รอดวรรณะ, 2564)

การประยุกต์ใช้บล็อกเชนสำหรับการใช้ในองค์กรที่มีการใช้ระบบ ERP (ERP, WPS, MES, CRM) สามารถนำบล็อกเชน มาใช้เพื่อช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงิน การติดตามการซื้อและจัดส่งผลิตภัณฑ์ การดูแลลูกค้า ฯลฯ โปร่งใสและน่าเชื่อถือ จลดข้อพิพาท เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และสามารถติดตามข้อมูลและใช้สำหรับการอ้างอิงได้ทุกเวลาไม่ว่าจะเพื่อวัตถุประสงค์ใด นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างการนำบล็อกเชนไปใช้งานจริงใน

ปัจจุบันแล้ว เช่นงานด้านธุรกรรมหรือสัญญา เช่น การเงินโดยสามารถใช้งานแทนเอกสารในรูปแบบเดิม ๆ ได้เลย ปลอดภัย และลดค่าใช้จ่าย และในอุตสาหกรรมประกันภัยบล็อกเชนจะเข้ามาช่วยเพิ่มความโปร่งใสและป้องกันปัญหาการทุจริตในวงการประกันภัยหรืองานที่ต้องการความปลอดภัยสูง เช่น บริษัทโดยอัตโนมัตินำบล็อกเชนมาพัฒนาการเก็บข้อมูลที่ได้จากผู้ผลิตรถยนต์และผู้ใช้งานรถยนต์กว่าพันล้านข้อมูลมาวิเคราะห์และปรับปรุงความปลอดภัยของเทคโนโลยีไร้คนขับให้มีประสิทธิภาพ และงานด้านการแพทย์ใช้บล็อกเชน เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข้ามหน่วยงานและแพลตฟอร์มที่ต่างกันได้ เพิ่มความถูกต้องแม่นยำในการนำข้อมูลมาวินิจฉัยและรักษาโรค แทนการเช็คแฟ้มประวัติคนไข้หรือโทรศัพท์ไปขอข้อมูลผู้ป่วย เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2560)

ประสิทธิภาพการตัดสินใจ คือการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด และไม่มีความเสียหายผิดพลาดหรือมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การตัดสินใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับทุกคนในองค์กรในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการหรือเครื่องมือหรือใครมาแก้ไขปัญหา นั้น การตัดสินใจที่ดีนั้น มีขั้นตอนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) กำหนดขอบเขต/ความสำคัญของการตัดสินใจ 2) รวบรวมทางเลือกที่มีทั้งหมดออกมา 3) ศึกษาและกำหนดขอบเขตของแต่ละทางเลือก 4) ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด 5) ประเมินการตัดสินใจ (ศศิมา สุขสว่าง, 2563)

ดังนั้นการตัดสินใจเป็นสิ่งที่สำคัญในการดำเนินการหากการตัดสินใจมีประสิทธิภาพจะสามารถนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายได้ โดยอาศัยเทคนิคในการพิจารณาแนวทางในการดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด และผลลัพธ์การตัดสินใจของผู้บังคับการจะเป็นชี้ทิศทางว่าจะอยู่รอดหรือจะสามารถแก้วิกฤติได้ (โชติกา ใจทิพย์, 2561) การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ จึงเกิดจากผู้บริหารได้รับข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพเพียงพอ ทันต่อเหตุการณ์ รวมทั้งสามารถประยุกต์ใช้เทคนิคทางบัญชีเข้ามาใช้ในการตัดสินใจโดยสามารถแบ่งได้ 4 ประการ ได้แก่ ความรวดเร็วทันเหตุการณ์ การบรรลุวัตถุประสงค์ การเกิดประสิทธิผลสูงสุดและการยอมรับจากผู้ที่เกี่ยวข้อง (ดวงฤดี ชีวานุกูล, 2556; ศศิธร ราชพิบูลย์, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาค้างนี้ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์จำนวน 672 บริษัท (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและการทดสอบเครื่องมือโดยการใช้ผู้เชี่ยวชาญในการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามซึ่งประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านและมีการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficients) ของตัวแปรทุกตัว ซึ่งพบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง .913 - .989 ซึ่งมีค่ามากกว่า .70 ตามกฎของ Hair et al. (2006) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นในการวัดผลว่ามีความเที่ยงตรงภายในของการใช้เครื่องมือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ถึงผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตามชื่อ ที่อยู่ข้อมูลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 672 บริษัท การตอบกลับของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 156 บริษัท เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์มีจำนวน 137 บริษัท ดังนั้นคิดเป็นร้อยละ 20.39 ของจำนวนประชากรทั้งหมดและแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์มีจำนวน 19 บริษัท

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ การวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยแบ่งได้ดังนี้ สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเบื้องต้นระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม 2) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ เป็นการหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามวิธีดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ได้รับการตอบกลับมาฉบับสมบูรณ์ จำนวน 137 ชุด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = .55) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความทันเวลา ด้านพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านการเปรียบเทียบกันได้และด้านความเข้าใจได้ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (QU1)	4.42	.61	มาก
ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (QU2)	4.52	.49	มากที่สุด
ด้านการเปรียบเทียบกันได้ (QU3)	4.41	.58	มาก
ด้านพิสูจน์ยืนยันได้ (QU4)	4.57	.58	มากที่สุด
ด้านความทันเวลา (QU5)	4.67	.50	มากที่สุด
ด้านความเข้าใจได้ (QU6)	4.39	.55	มาก
รวม	4.49	.55	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนพบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = .62) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับ

ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความโปร่งใส ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความปลอดภัย แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านความปลอดภัย (AP1)	3.93	.63	มาก
ด้านความโปร่งใส (AP2)	3.96	.70	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ (AP3)	3.96	.55	มาก
รวม	3.95	.62	มาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ พบว่า ประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = .54) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ด้านความรวดเร็วทันเหตุการณ์ ด้านการยอมรับจากผู้เกี่ยวข้องและด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรเกี่ยวกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านความรวดเร็วทันเหตุการณ์ (Ef1)	4.44	.55	มาก
ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ (Ef2)	4.35	.53	มาก
ด้านการเกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Ef3)	4.46	.53	มาก
ด้านการยอมรับจากผู้เกี่ยวข้อง (Ef4)	4.44	.57	มาก
รวม	4.42	.54	มาก

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ผู้วิจัยทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนและประสิทธิภาพการตัดสินใจ แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ค่าความสัมพันธ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

	Correlations											
	QU1	QU2	QU3	QU4	QU5	QU6	AP1	AP2	AP3	Ef1	Ef2	Ef3
QU2	-0.041											
QU3	0.058	0.008										
QU4	-.299**	-0.053	-0.115									
QU5	-0.004	0.082	-0.115	0.083								
QU6	-0.058	0.161	-0.012	-0.034	-0.017							
AP1	0.142	-0.137	0.005	0.053	-0.096	-.172*						
AP2	0.081	0.047	0.044	0.087	0.011	-0.003	0.029					
AP3	0.041	0.053	-0.09	-0.076	0.044	0.138	0.013	-0.074				
Ef1	-0.103	0.158	-.175*	-0.105	0.06	.175*	0.078	-0.012	0.124			
Ef2	.208*	0.006	0.005	-0.11	-0.055	-0.061	-0.123	0.062	-0.012	0.087		
Ef3	-0.155	0.039	-0.079	0.04	0.037	0.047	-0.024	-0.074	0.071	0.092	-0.051	
Ef4	-0.01	-0.033	0.003	0.092	-0.106	0.1	-0.082	0.051	-0.016	-0.143	0.004	0.129

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

จากตารางที่ 4 สามารถสรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ได้ดังนี้ ตัวแปรอิสระ คือคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ประกอบด้วย ด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา ด้านความเข้าใจได้ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย ด้านความโปร่งใส ด้านความน่าเชื่อถือ กับประสิทธิภาพการตัดสินใจไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการศึกษา จากสมมติฐานที่ 1 คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม การวิเคราะห์หาค่า Collinearity Statistics เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระ พบว่า ค่า Tolerance เท่ากับ .944 และค่า VIF เท่ากับ 1.06 ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หรือไม่มี Multicollinearity และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า โดยมีค่าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = .014$ และค่า $r^2 = .000$ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ

Model	B	t	P	Tolerance	VIF
Profitability					
Constant		8.129	.000**		
Quality	-.14	-.157	.875	.944	1.06

$r = .014$ $r^2 = 0.000$ $F = .25$ $DF = 1$ Durbin-Watson = 2.800

และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคุณรายย่อยพบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ประกอบไปด้วย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (QU1) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (QU2) การพิสูจน์ยืนยันได้ (QU4)

ความทันเวลา (QU5) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = .205$ และค่า $r^2 = .042$ แต่คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ประกอบไปด้วย การเปรียบเทียบกับกันได้ (QU3) ความเข้าใจได้ (QU6) ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม รายละเอียดแสดงในตาราง 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม การเปรียบเทียบกับกันได้ การพิสูจน์ ยืนยันได้ ความทันเวลา ความเข้าใจได้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม

Model	B	t	P
Profitability			
Constant		8.059	.000**
QU1	-.360	-.403	.688
QU2	.066	.754	.452
QU3	.131	.501	.000**
QU4	-.051	-.564	.573
QU5	-.045	-.512	.609
QU6	.117	1.341	.000**

$r = .205$ $r^2 = .042$ $F=.25$ $DF=6$ Durbin-Watson = 2.762

จากสมมติฐานที่ 2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนภาพรวมไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม ผลการวิเคราะห์หาค่า Collinearity Statistics เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระ พบว่า ค่า Tolerance เท่ากับ .995 และค่า VIF เท่ากับ 1.004 ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ หรือไม่มี Multicollinearity และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = .008$ และค่า $r^2 = .000$ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ

Model	B	t	P	Tolerance	VIF
Profitability					
Constant		17.586	0.000**		
Applied	.008	.095	.925	.995	1.004

$r = .008$ $r^2 = 0.000$ $F=.009$ $DF=1$ Durbin-Watson = 2.798

และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคุณรายย่อยพบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่ประกอบไปด้วย ความโปร่งใส (AP2) ความน่าเชื่อถือ (AP3) ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = .111$ และค่า $r^2 = .012$ แต่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่ประกอบไปด้วย ความปลอดภัย (AP1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .01 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวมรายละเอียดแสดงในตาราง 8

ตาราง 8 การวิเคราะห์ถดถอยพหุการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่ประกอบด้วย ความปลอดภัย ความโปร่งใส ความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจภาพรวม

Model	B	t	P
Profitability			
Constant		16.693	.000**
AP1	.071	.822	.000**
AP2	.020	.234	.816
AP3	.086	.994	.322

$r = .111$ $r^2 = 0.012$ $F = .553$ $DF = 3$ Durbin-Watson = 2.775

จากสมมติฐานที่ 3 คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยมีตัวแปรแทรกเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน โดยมีการทดสอบเพิ่มนำตัวแปรคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีคุณกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ผลการวิเคราะห์หาค่า Collinearity Statistics เพื่อทดสอบปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรพบว่า ค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .812 - .902 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.072 - 1.099 และผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่เป็นตัวแปรแทรกไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ $r = .029$ และค่า $r^2 = .001$ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยมีตัวแปรแทรกเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนภาพรวม โดยมีการทดสอบเพิ่มนำตัวแปรคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีคุณกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน

Model	B	t	P	Tolerance	VIF
Profitability					
Constant		.166	.868		
Quality	.420	.265	.792	.812	1.072
Applied	.976	.277	.783	.823	1.094

Model	B	t	P	Tolerance	VIF
Profitability					
QU*AP	-1.083	-.274	.784	.902	1.099

$$r = .029 \quad r^2 = .001 \quad F = .037 \quad DF = 3 \quad \text{Durbin-Watson} = 2.796$$

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย สามารถสรุปและอภิปรายผลงานวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพข้อมูลทางบัญชีด้านการเปรียบเทียบกันได้ และด้านความเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ เนื่องจากข้อมูลทางการบัญชีเป็นการแสดงผลลัพธ์จากการดำเนินงานและสถานะทางการเงินของธุรกิจที่จัดอยู่ในรูปแบบของตัวเลขโดยข้อมูลเกี่ยวกับผลกำไรและขาดทุนของธุรกิจในช่วงข้อมูลเกี่ยวกับฐานะทางการเงิน ข้อมูลทางการบัญชีถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ให้องค์กร สามารถทราบผลการดำเนินงานและฐานะการเงินของกิจการตลอดจนใช้สำหรับตัดสินใจพัฒนาระบบการทำงานข้อมูลทางการบัญชีจึงเป็นสิ่งสำคัญและมีประโยชน์ต่อบุคคลหลาย ๆ ฝ่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทนีย์ จันทนานนท์ (2561) ศึกษา คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร ผลวิจัยพบว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพข้อมูลทางบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสามารถเข้าใจได้และอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้

ส่วนคุณภาพข้อมูลทางบัญชีด้านเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านพิสูจน์ยืนยันได้และด้านความทันเวลาไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจทั้งนี้เนื่องจากการตัดสินใจผู้บริหารมักต้องเผชิญกับข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะข้อจำกัดทางเวลา และด้วยการมีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง ผู้บริหารจึงต้องการข้อมูลทางการบัญชีที่มีความกระชับ ชัดเจนเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็วทันต่อเวลาในการตัดสินใจอาจส่งผลให้ความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลทางบัญชีนั่นลดลง แต่หากรอจนได้ข้อมูลเกี่ยวกับรายงานทางบัญชีที่ทำให้มีความน่าเชื่อถือสูงแต่อาจไม่มีประโยชน์ในการตัดสินใจของผู้บริหารแล้ว เนื่องจากไม่ทันต่อความต้องการใช้และเมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นักบัญชีต้องจัดทำคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีให้มีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการผู้ใช้ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ตลอดเวลาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร ราชพิบูลย์ (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจในสารสนเทศ คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี และประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชีไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารการจัดทำสารสนเทศที่มีความน่าเชื่อถือได้ต้องผ่านกระบวนการในการจัดทำที่มีหลักเกณฑ์และมีหลักฐานอ้างอิงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ จากผลการศึกษาพบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจ เนื่องจากชุดข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้ในแต่ละ Block นี้ก็จะไม่สามารถปลอมแปลงแก้ไขได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฑิตาภรณ์ สีนจรรณศักดิ์ (2563) ศึกษาความปลอดภัยของข้อมูลบัญชีที่มีความสำคัญ ซึ่งการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีคลาวด์ ช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานข้อมูลบัญชีว่าจะถูกเก็บเป็นความลับและปลอดภัย สร้างความน่าเชื่อถือ โปร่งใสถูกต้อง สร้างระบบตรวจสอบการทำธุรกรรม สร้างเครือข่ายในการตรวจสอบได้ทั่วโลก ลดเวลาในการทำธุรกรรมการตรวจสอบ ข้อมูลผิดพลาดลดลง ไม่มีความเสี่ยงจากการปลอมแปลงเอกสาร ลดการทุจริตเพราะไม่สามารถลบหรือกลับไปแก้ไขรายการบัญชีได้ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งบการเงินโดยเฉพาะนักลงทุนที่นำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจลงทุน

ส่วนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน ด้านความโปร่งใสและด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการตัดสินใจ ทั้งนี้เนื่องจากต้องใช้พลังงานจำนวนมากในการประมวลผลธุรกรรมเพราะใช้ระบบ Proof of work ในการตรวจสอบธุรกรรมและการเปิดกว้างเกินไป จึงทำให้ไม่มีความเป็นส่วนตัวในการทำธุรกรรม สอดคล้องกับงานวิจัย ธนวัฒน์ อภิวัฒน์นอม (2564) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนรายย่อย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจการลงทุนซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ด้วยคริปโตเคอเรนซีและการลงทุนอสังหาริมทรัพย์ให้เข้าด้วยคริปโตเคอเรนซี ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ต้องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน โดยเฉพาะภาคธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยมีตัวแปรแทรกเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน จากผลการศึกษาพบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่เป็นตัวแปรแทรกไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการตัดสินใจ ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพของสารสนเทศทางบัญชีโดยส่วนใหญ่ มีความสำคัญและเป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้งานทางการเงินเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริหารต้องใช้ข้อมูลสารสนเทศทางบัญชีที่มีคุณภาพไปใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำภาภัทร์ วสันต์สกุล (2564) ศึกษา ผลกระทบของคุณภาพสารสนเทศทางบัญชีและการเติบโตทางเทคโนโลยีที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนกลาง ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของสารสนเทศทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนกลาง นั้นพบว่าไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและสนับสนุนการให้ข้อมูลทางด้านคุณภาพของข้อมูลเพื่อพัฒนาให้องค์กรมีประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้าน และยังเพิ่มประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจต่อไป
2. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร
3. ควรมีการให้ความรู้ในเชิงวิชาการในเรื่องของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามามีบทบาทในการทำให้ข้อมูลมีคุณภาพและการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาตัวแปรการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนให้หลากหลายด้านมากกว่านี้ เช่น ด้านการลดต้นทุนการดำเนินงาน ด้านลดการทำงานซ้ำซ้อน ด้านการแข่งขัน เป็นต้น
2. ควรศึกษาคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างอื่นเป็นผู้ใช้ระบบ เช่น วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อม (ธุรกิจ SME) สำนักงานบัญชีคุณภาพ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- จรรยา อุทราสวัสดิ์. (2556). **คุณครูเชอรี่ ณ พระนคร**. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565 จาก <https://sites.google.com/site/kroocherry/home/kar-baychi/baychi-pheux>.
- จันทนีย์ จันทนานนท์. (2561). **คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร**. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565 จาก http://www.ba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2561-4-1_1564741212.pdf.
- ชลิต ผลอินทร์หอม. (2563). **ประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชี**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566 จาก <https://www.spu.ac.th/fac/account/th/content.php?cid=21360>.
- โชติกา ใจทิพย์ และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2561). ศักยภาพของผู้นำองค์กรในสถานการณ์โลกที่มีความผันผวนความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือ. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 7(1), 1-14.
- ฐิตาภรณ์ สีนจัญญศักดิ์ และคณะ. (2563). **ผลกระทบของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อความปลอดภัยข้อมูลบัญชี**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/su252814>.
- ดวงฤดี ชีวานุกูล. (2556). **ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ขององค์กรกับประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีของธุรกิจนำเข้า-ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- ธนวัฒน์ อภิวัฒน์นคม. (2564). **อิทธิพลของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนอสังหาริมทรัพย์ของนักลงทุนรายย่อย**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://digital.library.tu.ac.th/tudc/frontend/Info/item/dc:299503>.
- ธัญวรัตน์ ธนชัยนันท์. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน บริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Thanwarat.Tha.pdf>.
- นารา การบัญชี. (2559). **ความสำคัญของนักบัญชีต่อธุรกิจในยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล**. สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2566 จาก <https://www.53ac.com/>.
- ประพันธ์ ศิริรัตน์ธารง. (2558). **การวางระบบบัญชี**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- พรรณนิภา รอดวรรณะ. (2564). **การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนสำหรับภาครัฐ**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2565 จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/135089>.
- วรุฒิ บัวทองจันทร์. (2561). **ทัศนคติและความสนใจที่มีต่อเทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain)**. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2565 จาก <https://km-ir.arts.tu.ac.th/files/original/>.
- ศรีสุตา อินทมาศ. (2563). **เมื่อนักบัญชีเจอ Blockchain จะปรับเปลี่ยนอย่างไร**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.tfac.or.th/Article/Detail/124251>.
- ศศิธร ราชพิบูลย์. (2558). **ความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ความเข้าใจสารสนเทศ คุณภาพของสารสนเทศทางการบัญชี และประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจโรงแรม ระดับ 4-5 ดาวในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2563). **5 ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี (Decision Making)**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://www.sasimasuk.com/17026107/5>.
- สรรพการศาสน. (2564). **ข้อมูลทางการบัญชีที่ติดกับการบริหารธุรกิจ**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://www.sanpakornsarn.com/magazinefile/>.
- สภาวิชาชีพบัญชี. (2564). **มาตรฐานการรายงานทางการเงิน ฉบับปรับปรุงปี 2564 (ปีปัจจุบัน)**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <https://acpro-std.tfac.or.th/standard/42/>.
- สมยศ นาวิการ. (2544). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ 1991.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2560). **การบูรณาการ Blockchain กับการประยุกต์ใช้ในระดับองค์กร**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566 จาก <https://www.depa.or.th/th/article-view/blockchain>.
- สิทธิพร ประวัตรุ่งเรือง. (2557). **เทคนิคในการตัดสินใจทางธุรกิจ (Decision Making Techniques in Business)**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566 จาก <https://www.thonburiu.ac.th/journal/Document/8-16/16-13-Sitthiphon-Somyot.pdf>.
- อัษฎาภรณ์ ขำมะโน และเอกรัฐ รัชกาญจน์. (2564). **แอปพลิเคชันลีดเดอร์แบบกระจายศูนย์โดยใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566 จาก https://as.nida.ac.th/wp-content/uploads/2021/11/6210412028_Adsadang.pdf.

- อำภาภัทร์ วสันต์สกุล. (2564). ผลกระทบของคุณภาพสารสนเทศทางบัญชีและการเติบโตทางเทคโนโลยี
ที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนและตอนกลาง. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566
จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/GraduatePSRU>.
- Finnomena. (2023). Blockchain คืออะไร? การปฏิวัติตัวกลางครั้งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์.
สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566 จาก <https://www.finnomena.com/coinman>.
- Hair, J. F. et al. (2006). **Multivariate Data Analysis**. (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

แนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด Success Guidelines for SAP Implementation in McKey Food Services (Thailand) Ltd.

นราภรณ์ จรัสสุนทรกุล^{1*} สิทธิชัย ฝรั่งทอง²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Naraporn Jarassuntornkun^{1*} Sittichai farlangthong²

^{1,2}Faculty of Management Science Dhonburi Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: narapornj.2528@gmail.com

(Received: November 8, 2023, Revised: December 23, 2023 ; Accepted: December 28, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด และ 2) เพื่อเปรียบเทียบแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้งานระบบ SAP ของบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 180 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และวิเคราะห์ความแปรปรวนด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัทฯ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผู้ใช้งาน ปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษา ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านคุณภาพระบบ ตามลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในบริษัท แผนกหรือสังกัด และระดับตำแหน่งงานแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP มาในบริษัทฯ แตกต่างกัน ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและค่าเฉลี่ยในการใช้ระบบ SAP แตกต่างกันมีระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP มาในบริษัทฯ ไม่แตกต่างกัน จากการผลการวิจัยนี้ทำให้ทราบระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ระบบ SAP ของพนักงาน ซึ่งบริษัทฯ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในการใช้ระบบ SAP เช่น การจัดอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการปฏิบัติงานและเกิดความคุ้นชินกับการใช้ระบบให้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แนวทางความสำเร็จ, การใช้ระบบSAP

Abstract

The purposes of this study were 1) to study the level of success guidelines in using the SAP implementation in McKey Food Services (Thailand) Ltd. and 2) to compare the approached to success guidelines in using the SAP implementation in McKey Food Services (Thailand) Ltd which separated by personal factors. The sample of this study was 180 users of the SAP system of Mackey Food Services (Thailand) Co., Ltd. Data were analyzed using percentage, frequency, mean, standard deviation, One Way ANOVA and multiple comparison analysis by LSD.

The research results found that the guidelines for success in using the SAP system in the company are at a high level. The level of opinions was arranged from the highest to lowest value, respectively: users, consultants, organizations and quality systems. For testing the hypothesis, it was found that the difference in personal factors, which were educational level, working experience in company/department/affiliation and job level had a different level of opinion on the success factors of using the SAP system in the company, respectively, respectively. The difference in personal factors through age and frequency of using the SAP system were not different. From the results of this research, it is possible to know the level of opinions regarding the use of the SAP system by employees, which the company can apply to increase the potential of employees in using the SAP system, such as establish employee training in order to ensure that employee understand operations and become more familiar with using the system.

Keywords: Success Guidelines, SAP Implementation

บทนำ

เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในสถานการณ์การแข่งขันของตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรม ซึ่งกิจกรรมหลักในกระบวนการทางธุรกิจนั้นกลุ่มกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) หรือที่เรียกว่างานหลังบ้านนั้น โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งสามารถทดแทนได้ด้วยเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสามารถช่วยลดต้นทุนการขายและกระบวนการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจ และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งระบบ Systems Applications and Products (SAP) ถือเป็นระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กร (Enterprise Resource Planning: ERP) ที่เป็นที่นิยมในตลาดธุรกิจและอุตสาหกรรมอาหาร นำมาใช้ในการช่วย

จัดการสายงานทุกสายงานของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและได้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรธุรกิจในการเข้าถึงข้อมูล สนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นในทุกมิติ ผู้บริหารสามารถเรียกดูรายงานและสถานะของบริษัทในการประกอบการตัดสินใจได้อย่างทันที (Real-time) และจัดการฐานข้อมูลทรัพยากรขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ (พัชรพล อังคะนาวิณ และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงษ์, 2565) ทำให้หลายองค์กรมีการปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบ SAP ทดแทนระบบเก่า แต่ทั้งนี้ในการเปลี่ยนแปลงด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในองค์กรนั้น ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในฝ่ายต่าง ๆ จำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเพื่อให้การนำระบบ SAP เข้ามาใช้ในองค์กรอันมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพองค์กรให้ประสบผลสำเร็จ และจะช่วยให้การลงทุนเพื่อการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้เข้าใกล้ความสำเร็จหรือหลีกเลี่ยงความล้มเหลวและความเสียหายให้มากที่สุด

บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทเครือบริษัทไทสันส์ฟู้ด มีการปรับเปลี่ยนมาใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรทางองค์กรธุรกิจ SAP เพื่อทดแทนระบบเก่า หลังจากการวางระบบ SAP มาใช้หรือใช้งานจริง (Go Live) จากการประชุม OTC Go Live Issue & OPEN SO Progressive ณ วันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 (สุนิสา คำเชื้อ, 2566) และประชุม Critical Issue Catchup ณ วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 (ธัญชนก วรศรี, 2566) พบว่ามีปัญหาความไม่ถูกต้องและครบถ้วน ได้แก่ การแก้ไขและเพิ่มเติมในเอกสารทางการค้า ข้อมูลที่นำขึ้นระบบ SAP การอนุญาตผู้ใช้งานให้เข้าการใช้งานในแต่ละหมวดงานในระบบ การไหลของขั้นตอนการเปิดใบขอซื้อในระบบ ตลอดจนการติดตามปิดรายการข้อมูลจากระบบเก่าที่โอนย้ายข้อมูลเข้าสู่ระบบใหม่ ที่การไหลของขั้นตอนการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการทำงานเดิมของผู้ใช้งาน (End Users) ทำให้การปิดรายการข้อมูลที่ยังค้างล่าช้าจากแผนงานที่คาดการณ์ไว้ และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับทีมงานโครงการนำร่อง (Project Marvel) กับตันมาร์เวล (Captain Marvel) ตลอดจนรายงานการถอดบทเรียน Lesson Learn from TM and TA จากบริษัทในเครือ (ธัญชนก วรศรี, 2566) ที่มีการใช้งานจริงก่อนหน้านี้ที่พบปัญหา อาทิเช่น ผู้ใช้งานต้องการสื่อสารและช่องทางการสื่อสารเพื่อการแก้ไขปัญหาจากการใช้งานที่ถูกต้อง ชัดเจนและช่องทางเดียว ความต้องการได้รับการแก้ไขปัญหาจากหัวหน้างานหรือกับตันมาร์เวลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ทำงานได้ทันเวลาและไม่สะดุด เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดแนวทางการนำระบบ SAP มาใช้ในบริษัทให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายและมีประสิทธิภาพในการทำงาน ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะพนักงานบริษัท ซึ่งเป็นหนึ่งในทีมงานโครงการนำร่อง ที่มีการนำระบบดังกล่าวมาใช้ภายในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด มีความคาดหวังว่าผลการวิจัยนี้ จะเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบ SAP ของบริษัทฯ ให้เกิดขีดความสามารถทางการแข่งขันต่อไป

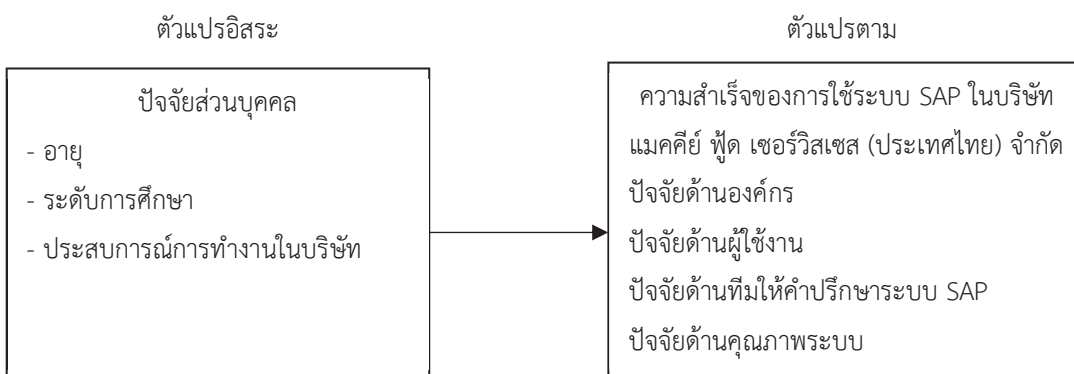
วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย)

จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานในบริษัท

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนักวิชาการและนักวิจัย อาทิ Riszkey & Togar (2022); Shaio, et al. (2019); Karimi (2017); พิชรพล อังคะนาวัน และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์ (2565); ดลชา บุญประเสริฐ และปราโมทย์ ลีอนาม (2564); ขนิษฐา พาชนะนีย์ และฉัตรพล มณีกุล (2563); พันทิวา อิศรางกูร ณ อยุธยา, อุษณีย์ เส็งพานิช และรัตนาศิธิอ่วม (2563) มาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย พนักงานของบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ที่เป็นผู้ใช้งานระบบ SAP จำนวน 326 คน โดยจำแนกกลุ่มย่อยตามแต่ละแผนก ด้วยวิธีการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากร โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 180 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่ายตามสัดส่วนของพนักงานผู้ใช้งานระบบ SAP ในแต่ละแผนก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามชนิดที่มีโครงสร้าง (Structured Questionnaires) ที่สร้างขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา

ประสบการณ์การทำงานในบริษัท ส่วนที่ 2 เป็นคำถามระดับความคิดเห็นต่อความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท ประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านองค์กร ปัจจัยด้านผู้ใช้งาน ปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษา และปัจจัยด้านคุณภาพระบบ โดยประมาณค่าความสำคัญ (Interval Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Linkert Scale) (วนิดา วาดีเจริญ และคณะ, 2560)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ให้อาจารย์ที่ปรึกษาหลักตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย และให้ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 คน ตรวจสอบความสมบูรณ์ ความสอดคล้องของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้สื่อความหมายได้ตรงประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น จากนั้นจึงนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาทั้งหมดได้เท่ากับ .94

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับพนักงานที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแต่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งกำหนดเกณฑ์ที่ยอมรับอยู่ที่ .70 พบว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .969 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามโดยรวมมีความน่าเชื่อถือได้

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และส่งแบบสอบถามออนไลน์ (Google Doc) ผ่านโปรแกรมไลน์ (Line Application) และโปรแกรมไมโครซอฟต์ทีม (Microsoft Team) ด้วยวิธีการนำรายชื่อผู้ใช้งานระบบ SAP ตามรายงาน EUT Name List (อัมย์ชนก วรศรี, 2566) จำนวน 326 คน จำแนกกลุ่มย่อยตามแต่ละแผนก โดยเริ่มเก็บข้อมูลจากรายชื่อในลำดับต้นเรียงไปจนลำดับท้ายโดยที่รายชื่อไม่ซ้ำกันจนครบตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อผู้ใช้งานตอบแบบสอบถามกลับมาก็จะเข้าสู่ระบบการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยค่าสถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเปรียบเทียบแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA: F-test) และเปรียบเทียบพหุคูณแบบ Least - Significant Different (LSD) ซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์ในการประเมินคะแนนน้ำหนักรของการประเมินในแบบสอบถามเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด จึงสามารถจัดระดับและแปลความหมายได้ดังนี้ (วนิดา วาดีเจริญ และคณะ, 2560)

ระดับเฉลี่ย	ความหมายของระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	ระดับมากที่สุด
3.41 – 4.20	ระดับมาก
2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	ระดับน้อย
1.00 – 1.80	ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 87 คน ร้อยละ 48.3 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 96 คน ร้อยละ 53.3 มีประสบการณ์การทำงานในบริษัทน้อยกว่า 1 ปี - 3 ปี จำนวน 55 คน ร้อยละ 30.6 แผนกหรือสังกัดวิศวกรรม (Engineering) จำนวน 33 คน ร้อยละ 18.3 รองลงมาอยู่แผนกหรือสังกัดการผลิต (Production) จำนวน 31 คน ร้อยละ 17.2 และแผนกหรือสังกัดการปฏิบัติการ (Operation) จำนวน 25 คน ร้อยละ 13.9 มีระดับตำแหน่งงานระดับหัวหน้างาน (Leader/Foreman/Executive/Deputy Manager) จำนวน 121 คน ร้อยละ 67.2 รองลงมาอยู่ระดับตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการหรือเจ้าหน้าที่ (Worker/Technician/Officer) จำนวน 50 คน ร้อยละ 27.8 และอยู่ระดับตำแหน่งงานระดับผู้จัดการ (Manager/Deputy Director) จำนวน 9 คน ร้อยละ 5 ตามลำดับ มีความถี่ในการใช้ระบบ SAP 1-3 ชั่วโมง/วัน จำนวน 52 คน ร้อยละ 28.9 รองลงมาความถี่ในการใช้ระบบ SAP น้อยกว่า 1 ชั่วโมง/วัน จำนวน 47 คน ร้อยละ 26.1 ความถี่ในการใช้ระบบ SAP มากกว่า 6 ชั่วโมง/วัน จำนวน 44 คน ร้อยละ 24.4 และความถี่ในการใช้ระบบ SAP 3-6 ชั่วโมง/วัน จำนวน 37 คน ร้อยละ 20.6 ตามลำดับ

2. ระดับแนวทางการสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับแนวทางการสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ในภาพรวม

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในภาพรวม บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด		ผลการประเมิน			
		$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
1.	ด้านองค์กร	3.74	.66	มาก	3
2.	ด้านผู้ใช้งาน	3.98	.58	มาก	1
3.	ด้านทีมให้คำปรึกษาระบบ SAP	3.75	.62	มาก	2
4.	ด้านคุณภาพระบบ	3.63	.67	มาก	4
รวม		3.78	.55	มาก	

จากตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นในภาพรวม พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผู้ใช้งาน ปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษา ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านคุณภาพระบบ ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับแนวทางการสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยด้านองค์กร

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ใน บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลการประเมิน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ผู้บริหารสนับสนุนด้านงบประมาณ ทรัพยากร กิจกรรมที่สนับสนุนการนำระบบ SAP มาใช้งานในบริษัท	4.05	.73	มาก	1
บริษัทมีแผนการติดตามผลการดำเนินการของการนำระบบ SAP มาใช้งานในบริษัทอย่างต่อเนื่อง	3.97	.74	มาก	2
บริษัทมีทีมที่ปรึกษาที่มีความสามารถเพื่อให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือแก่ผู้ใช้งาน	3.76	.91	มาก	6
ผู้ให้การอบรม/กัปตัน มาร์เวล (Captain MARVELs) อธิบายให้ผู้รับการฝึกอบรมหรือผู้ใช้งานเข้าใจการใช้งานระบบ SAP ได้เป็นอย่างดี	3.84	.76	มาก	3
คู่มือการฝึกอบรมมีความละเอียดเข้าใจได้ง่าย	3.52	.92	มาก	9
ตารางการฝึกอบรม และระยะเวลาการฝึกอบรมมีความเหมาะสม (MARVEL University)	3.47	.92	มาก	10
คณะทำงานมีความรู้ ความชำนาญ และช่วยสนับสนุนผู้ใช้งานในการแก้ปัญหาได้	3.82	.72	มาก	4
คณะทำงานให้คำปรึกษาด้านปัญหาในการใช้งานระบบ SAP ได้เป็นอย่างดี	3.78	.81	มาก	5
บริษัทมีช่องทางการสื่อสารให้ผู้ใช้งานได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ระบบ SAP อย่างเหมาะสมและผู้ใช้งานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้	3.64	.89	มาก	7
บริษัทสื่อสารมีความรวดเร็ว ถูกต้อง ผู้ใช้งานทุกระดับเข้าใจได้อย่างชัดเจน	3.58	.84	มาก	8
รวมเฉลี่ย	3.74	.66	มาก	

จากตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านองค์กร พบว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ผู้บริหารสนับสนุนด้านงบประมาณ ทรัพยากร กิจกรรมที่สนับสนุนการนำระบบ SAP มาใช้งานในบริษัท รองลงมา บริษัทมีแผนการติดตามผลการดำเนินการของการนำระบบ SAP มาใช้งานในบริษัทอย่างต่อเนื่อง และผู้ให้การอบรม/กัปตัน มาร์เวล (Captain MARVELs) อธิบายให้ผู้รับการฝึกอบรมหรือผู้ใช้งานเข้าใจการใช้งานระบบ SAP ได้เป็นอย่างดีตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับแนวทางการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยด้านผู้ใช้งาน

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ใน บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลการประเมิน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ผู้ใช้งานมีทัศนคติในการยอมรับสิ่งใหม่ที่ต้องศึกรนำระบบ SAP มาใช้งาน	3.93	.79	มาก	4
ผู้ใช้งานให้ความร่วมมือในการฝึกอบรมการใช้งานระบบ SAP	4.09	.67	มาก	2
ผู้ใช้งานแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการใช้งานระบบ SAP ในกลุ่ม พนักงานหรือผู้ใช้งานด้วยกัน	4.13	.68	มาก	1
ผู้ใช้งานมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงาน ทักษะ ประสิทธิภาพ และ ความชำนาญในงานของพนักงานเอง	3.79	.71	มาก	5
ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น เสนอแนะ แจ้งปัญหา แก้ปัญหาและประเมินผลงานของการนำระบบระบบ SAP มาใช้งาน	3.93	.76	มาก	3
รวมเฉลี่ย	3.98	0.58	มาก	

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านผู้ใช้งาน พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ผู้ใช้งานแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการใช้งานระบบ SAP ในกลุ่มพนักงานหรือผู้ใช้งานด้วยกัน รองลงมา คือผู้ใช้งานให้ความร่วมมือในการฝึกอบรมการใช้งานระบบ SAP และผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น เสนอแนะ แจ้งปัญหา แก้ปัญหาและประเมินผลงานของการนำระบบระบบ SAP มาใช้งานตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับแนวทางการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษาระบบ SAP

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ใน บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลการประเมิน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับโปรแกรมคำสั่งที่ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้งาน	3.79	.72	มาก	1
ความสามารถในการเข้าใจปัญหาที่ผู้ใช้งานแจ้งและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการผู้ใช้งาน	3.77	.68	มาก	2
ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมและลักษณะเฉพาะของธุรกิจที่รับให้คำปรึกษา	3.76	.71	มาก	4
ทักษะและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ใช้งานในรูปแบบที่เข้าใจงาน	3.77	.70	มาก	2
การประสานงานและการให้บริการที่ดี	3.74	.74	มาก	6
การติดตามผลอย่างต่อเนื่อง	3.69	.78	มาก	7
ที่ปรึกษาสามารถแยกแยะความเร่งด่วนของปัญหาได้	3.75	.78	มาก	5
รวมเฉลี่ย	3.75	.62	มาก	

จากตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษา พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับโปรแกรมคำสั่งที่ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้งาน รองลงมา คือ ความสามารถในการเข้าใจปัญหาที่ผู้ใช้งานแจ้งและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง ตรงตามความต้องการผู้ใช้งาน และทักษะและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ใช้งานในรูปแบบที่เข้าใจงาน ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับแนวทางการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ใน บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลการประเมิน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ประสิทธิภาพของระบบSAPที่สามารถใช้งานได้ง่ายและรวดเร็ว	3.62	.84	มาก	4
ความสามารถของระบบในการปรับเปลี่ยนฟังก์ชันต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการขององค์กร	3.57	.88	มาก	7

ความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ใน บริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด	ผลการประเมิน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบรายงานให้ตรงกับความต้องการขององค์กร	3.53	.81	มาก	8
ประสิทธิภาพของโปรแกรมในการแจ้งเตือนเพื่อลดความผิดพลาดของข้อมูลพื้นฐานที่กรายงาน	3.61	.85	มาก	6
ประสิทธิภาพของโปรแกรมในการโอนถ่ายข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Excel เป็นต้น	3.74	.70	มาก	1
ประสิทธิภาพของโปรแกรมในการทำหรือเรียกดูรายงานต่าง ๆ	3.68	.74	มาก	3
ระบบมีการจำแนกการทำงานโดยละเอียด เป็นระบบ และครอบคลุมการทำงานทุกภาระงาน	3.61	.79	มาก	5
ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง	3.72	.73	มาก	2
รวมเฉลี่ย	3.63	.67	มาก	

จากตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านคุณภาพระบบ พบว่ามีความคิดเห็นโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยลำดับค่าระดับความสำคัญจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ดังนี้ ประสิทธิภาพของโปรแกรมในการโอนถ่ายข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในรูปแบบต่าง ๆ รองลงมา คือ ระบบมีการประมวลผลที่รวดเร็ว แม่นยำ และถูกต้อง และประสิทธิภาพของโปรแกรมในการทำหรือเรียกดูรายงานต่าง ๆ

3. เปรียบเทียบแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงานในบริษัท

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	.831	2	.415	.949	.389
	ภายในกลุ่ม	77.467	177	.438		
	รวม	78.298	179			
ด้านผู้ใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	.990	2	.495	1.476	.231
	ภายในกลุ่ม	59.382	177	.335		
	รวม	60.372	179			
ด้านทีมให้คำปรึกษา ระบบ SAP	ระหว่างกลุ่ม	1.165	2	.582	1.520	.221
	ภายในกลุ่ม	67.785	177	.383		
	รวม	68.950	179			
ด้านคุณภาพระบบ	ระหว่างกลุ่ม	1.668	2	.834	1.893	.154
	ภายในกลุ่ม	77.989	177	.441		
	รวม	79.657	179			

จากตารางที่ 6 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามกลุ่มอายุสามารถสรุปได้ว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี, อายุ 21-30 ปี, อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จด้านองค์กร ด้านผู้ใช้งาน ด้านทีมให้คำปรึกษา และด้านคุณภาพระบบ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3.793	2	1.896	4.505*	.012
	ภายในกลุ่ม	74.505	177	.421		
	รวม	78.298	179			

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านผู้ใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	.244	2	.122	.359	.699
	ภายในกลุ่ม	60.129	177	.340		
	รวม	60.372	179			
ด้านทีมให้คำปรึกษา ระบบ SAP	ระหว่างกลุ่ม	3.099	2	1.549	4.165*	.017
	ภายในกลุ่ม	65.851	177	.372		
	รวม	68.950	179			
คุณภาพระบบ	ระหว่างกลุ่ม	8.488	2	4.244	10.555**	.000
	ภายในกลุ่ม	71.169	177	.402		
	รวม	79.657	179			

จากตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ด้านองค์กร ด้านทีมให้คำปรึกษา และด้านคุณภาพระบบ มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในบริษัท

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
ด้านองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	6.783	4	1.696	4.149**	.003
	ภายในกลุ่ม	71.515	175	.409		
	รวม	78.298	179			
ด้านผู้ใช้งาน	ระหว่างกลุ่ม	5.073	4	1.268	4.013**	.004
	ภายในกลุ่ม	55.300	175	.316		
	รวม	60.372	179			
ด้านทีมให้คำปรึกษา ระบบ SAP	ระหว่างกลุ่ม	5.512	4	1.378	3.802**	.005
	ภายในกลุ่ม	63.438	175	.363		
	รวม	68.950	179			

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
คุณภาพระบบ	ระหว่างกลุ่ม	6.076	4	1.519	3.613**	.007
	ภายในกลุ่ม	73.581	175	.420		
	รวม	79.657	179			

จากตารางที่ 8 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในบริษัทสามารถสรุปได้ว่า มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยความสำเร็จแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ทุกด้าน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำมาอภิปรายผลความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัทฯ ตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด พบว่า ในภาพรวมระดับความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) อยู่ในระดับมาก เพราะว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จของการทำเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรนั้น จะต้องประกอบด้วย ความชัดเจนจากผู้บริหาร ทรัพยากรบุคลากร ระบบเทคโนโลยี และกระบวนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทุกกลุ่มในการศึกษารังนี้มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าทุกปัจจัยดังกล่าวจะทำให้การบริหารการเปลี่ยนแปลงประสบความสำเร็จ โดยให้ลำดับความสำคัญกับปัจจัยด้านผู้ใช้งานมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทีมให้คำปรึกษาด้านองค์กร และสุดท้ายด้านคุณภาพระบบ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ AlMuhayfith & Shaiti (2022) ที่ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการใช้งานระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจพบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน และปัจจัยด้านการฝึกอบรมมีผลต่อการใช้งานระบบ ERP ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ และ Shaio et al. (2019) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรแห่งความยั่งยืนแล้วพบว่าผู้เชี่ยวชาญให้ค่าความสำคัญมากในมิติด้านผู้ใช้งานระบบกับด้านทีมให้คำปรึกษา โดยมิติด้านผู้ใช้งานระบบเน้นความสำคัญต่อการสื่อสาร การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะลดการต่อต้านของผู้ใช้งานและสร้างการยอมรับต่อระบบใหม่ ส่วนมิติด้านทีมให้คำปรึกษานั้นผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเป็นเอกฉันท์กับปัจจัยทั้ง 9 ประการ และปรับเปลี่ยนประเด็นด้านความทุ่มเทของทีมงานที่ปรึกษาเป็นคุณภาพการบริการของทีมงานที่ปรึกษาแทน และเมื่อพิจารณาข้อของปัจจัยด้านผู้ใช้งานที่ได้ลำดับมากที่สุดคือ ผู้ใช้งานแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกันเกี่ยวกับการใช้งานระบบ SAP ในกลุ่มพนักงาน

หรือผู้ใช้งานด้วยกัน และลำดับที่สองคือ ผู้ใช้งานให้ความร่วมมือในการฝึกอบรมการใช้งานระบบ SAP และข้อของปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษาที่ได้ลำดับมากที่สุดคือความรู้ความสามารถเกี่ยวกับโปรแกรมคำสั่งที่ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใช้งาน และลำดับที่สอง คือ ความสามารถในการเข้าใจปัญหาที่ผู้ใช้งานแจ้งและแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องตรงตามความต้องการผู้ใช้งาน และทักษะและความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ใช้งานในรูปแบบที่เข้าใจงาน

ปัจจัยด้านองค์กร เนื่องจากการสนับสนุนอย่างจริงจังของผู้บริหารองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญในการทำให้การใช้งานระบบ SAP ในบริษัทฯ ประสบความสำเร็จทั้งในแง่นโยบายและแผนการดำเนินงาน ตลอดจนการสั่งการเพื่อให้การดำเนินงานเดินหน้าตามเป้าหมาย อันทำให้พนักงานตอบสนองต่อโครงการด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ AlMuhayfith & Shaiti (2022) พบว่าปัจจัยด้านการสนับสนุนด้านการจัดการของผู้บริหารส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้งานระบบการวางแผนทรัพยากรองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในซาอุดีอาระเบียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ Shaio et al. (2019) ที่ในการศึกษาตัวแทนด้านอุตสาหกรรมและทางวิชาการในระบบ EPR จำนวน 9 คนมีความคิดเห็นต้องมีการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน การปรับปรุงมาตรฐานของขั้นตอนการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรของของบริษัท B ในได้หวัน และ Karimi (2017) ที่พบว่าการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในอุตสาหกรรมภาคการขนส่งในเคนยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านผู้ใช้งาน เนื่องจากผู้ใช้งานเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้งานระบบ SAP จึงมีความจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมการใช้ระบบใหม่ที่ครอบคลุมกับพนักงานในแต่ละวัน เพื่อให้มีความมั่นใจในการรับสถานการณ์การทำงานจริงและสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับระบบ SAP ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Shaio et al. (2019) พบว่า คณะผู้เชี่ยวชาญจากตัวแทนด้านอุตสาหกรรมและทางวิชาการในระบบ EPR จำนวน 9 คน มีฉันทามติที่ให้ค่าความสำคัญมากกว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรแห่งความยั่งยืนในมิติด้านผู้ใช้งานโดยให้ความสำคัญที่การสื่อสาร การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะลดการต่อต้านของผู้ใช้งานและสร้างการยอมรับต่อระบบใหม่ และ ขนิษฐา พาชะนีย์ และฉัตรพล มณีกุล (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ใช้งานพบว่า ปัจจัยด้านการฝึกอบรมระบบ SAP ปัจจัยด้านทักษะการใช้ระบบ SAP ปัจจัยด้านความรู้และความเข้าใจในงานส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ระบบ SAP กรณีศึกษา: บริษัทซี.เจ.เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ Karimi (2017) พบว่าการฝึกอบรมมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในอุตสาหกรรมภาคการขนส่งในเคนยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยด้านทีมให้คำปรึกษาระบบ SAP เพราะว่าการนำระบบ SAP มาใช้在公司จำเป็นต้องใช้ทีมที่ปรึกษาที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความต้องการและ

ตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาขององค์กรและผู้ใช้งาน ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคลากรได้อย่างครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับ Shaio et al. (2019) พบว่าคณะผู้เชี่ยวชาญจากตัวแทนด้านอุตสาหกรรมและทางวิชาการในระบบ EPR จำนวน 9 คนมีฉันทามติที่ให้ค่าความสำคัญมากว่าเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการใช้ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กรแห่งความยั่งยืนในมิติด้านผู้ให้คำปรึกษา ซึ่งให้ความสำคัญทั้ง 9 ประเด็นที่ทำการศึกษา คือ ความเป็นมืออาชีพของทีมงานที่ปรึกษา การได้รับคำปรึกษาอย่างถูกต้อง เหมาะสม, ทีมงานที่ปรึกษาต้องมีการประสานงานที่ดีและมีทักษะในการสื่อสาร, ทีมที่ปรึกษามีความเข้าใจความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจ คุณภาพของพนักงานของทีมที่ปรึกษา ความสามารถในการควบคุมเวลาของโครงการของทีมที่ปรึกษา เสถียรภาพในการให้บริการของทีมที่ปรึกษา ความทุ่มเทของทีมที่ปรึกษา และทีมที่ปรึกษามีประสบการณ์การแนะนำที่ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมที่คล้ายคลึงกัน และดลชา บุญประเสริฐ และปราโมทย์ ลือนาม (2564) พบว่าปัจจัยด้านที่ปรึกษาเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการใช้ระบบ SAP: กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรมมีนัยสำคัญทางสถิติ และพนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในธุรกิจขององค์กรและระบบ SAP ในอันที่จะสามารถวิเคราะห์และออกแบบระบบได้ตรงตามความต้องการขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านคุณภาพระบบ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เพราะว่าการใช้งานระบบ SAP ที่เรียนรู้ได้ง่าย สามารถปรับเปลี่ยนแก้ไขรูปแบบรายงานหรือฟังก์ชันงานได้ตรงกับความต้องการขององค์กรหรือผู้ใช้งาน รวมถึงระบบสามารถทำงานแล้วเสร็จได้อย่างรวดเร็วเพิ่มขึ้น มีประสิทธิภาพในการแจ้งเตือนเพื่อลดปัญหาความผิดพลาดและความซับซ้อนของข้อมูล อันจะช่วยให้การปฏิบัติงานของผู้ใช้งานมีคุณภาพหรือประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับดลชา บุญประเสริฐ และปราโมทย์ ลือนาม (2564) พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพระบบเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีอิทธิพลกับประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการใช้ระบบ SAP: กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรมมีนัยสำคัญทางสถิติ และพนักงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของระบบที่สามารถเชื่อมโยงกระบวนการธุรกิจเข้าด้วยกัน สะดวก รวดเร็ว และถูกต้อง

2. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัท แมคคีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานในบริษัท สามารถสรุปและอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านอายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี ผลการเปรียบเทียบแนวทางการประสบความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัทไม่แตกต่างกัน เพราะว่าผู้ใช้งานมีความเคยชินกับการใช้ระบบบันทึกข้อมูลอยู่แล้วเพียงแต่เปลี่ยนระบบใหม่เท่านั้น จึงทำให้แม้ว่าในบริษัทจะมีพนักงานหลายช่วงวัย ทักษะหรือความคิดเห็นของผู้ใช้งานที่เกิดจากประสบการณ์การรับรู้เกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่บริษัทนำระบบ SAP นั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ

บุญนำ กลิ่นบุญเรือง และวงศ์ธีรา สุวรรณิน (2564) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานในเครือบริษัท ดับเบิลเอ (1991) จำกัด มหาชน ด้านอายุต่างกันมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีไม่แตกต่างกัน

ด้านระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการเปรียบเทียบแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัทฯ แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานมีระดับการศึกษาที่หลากหลายระดับการศึกษาและหลากหลายสาขา จึงมีผลต่อการรับรู้ ความรู้ ความเข้าใจ การยอมรับ ตลอดจนทักษะทางด้านภาษาและเทคโนโลยี จึงทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกันด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับ บุญนำ กลิ่นบุญเรือง และวงศ์ธีรา สุวรรณิน (2564) ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานในเครือบริษัท ดับเบิลเอ (1991) จำกัด มหาชน ด้านระดับการศึกษาต่างกันมีระดับการยอมรับเทคโนโลยีแตกต่างกัน และพันทิวา อิศรางกูร ณ อยุธยา, อุษณีย์ เส่งพานิช และรัตนา สิทธิอ่วม (2563) พบว่า พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 2 ภาคเหนือ จังหวัดพิษณุโลกที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบโปรแกรมสำเร็จรูป SAP แตกต่างกัน

ด้านประสบการณ์การทำงานในบริษัท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานในบริษัทช่วงน้อยกว่า 1 ปี – 3 ปี ผลการเปรียบเทียบแนวทางความสำเร็จของการใช้ระบบ SAP ในบริษัทฯ แตกต่างกัน เพราะว่าประสบการณ์จากบริษัทที่ไม่เท่ากันของผู้ใช้งานแต่ละตำแหน่ง/ระดับการศึกษา/แผนกที่มีประสบการณ์ต่อการใช้ระบบมากน้อยแตกต่างกัน สอดคล้องกับชนิษฐา พาชนะนีย์ และฉัตรพล มณีกุล (2563) พบว่าผู้ใช้งานระบบ SAP บริษัทซี.เจ.เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป ที่มีตำแหน่งงานในองค์กรแตกต่างกันมีความสำเร็จในการใช้ระบบ SAP แตกต่างกัน และพันทิวา อิศรางกูร ณ อยุธยา อุษณีย์ เส่งพานิช และรัตนา สิทธิอ่วม (2563) พบว่าพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 2 ภาคเหนือ จังหวัดพิษณุโลกที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาการทำงานต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของระบบโปรแกรมสำเร็จรูป SAP แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านองค์กร

1) การฝึกอบรม ควรจัดตารางการฝึกอบรมประจำทุกไตรมาส หรือทุกปี เพื่อทบทวนเพิ่มเติมความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้งานเดิมและผู้ใช้งานใหม่

2) อาสาสมัครตัวแทนแต่ละหน่วยงานหรือแผนกเป็นกลุ่มเฉพาะกิจ มาช่วยทำคู่มือการใช้งานภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยการจัดทำคู่มือที่กระชับ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่าย และสามารถนำไปปฏิบัติงานได้ในทิศทางเดียวกันและตรงตามวัตถุประสงค์

3) กลุ่มเฉพาะกิจบนไมโครซอฟท์ทีมตามแต่ละฟังก์ชันการทำงานตามระบบ SAP ที่อาจเรียกว่าเป็นกลุ่มเพื่อนช่วยเพื่อนหรือพี่ช่วยน้อง ที่สามารถช่วยกันแก้ปัญหาจากการใช้งานระบบ SAP ในแต่ละหน่วยงานได้ทันที

4) แต่งตั้งหน่วยหรือกลุ่มงานที่รับผิดชอบโดยตรงประจำพื้นที่อย่างเป็นทางการ เพื่อที่จะได้มีช่องทางรับเรื่องอยู่ประจำพื้นที่หรือบริษัท ไม่ใช่เพียงแค่สำนักงานใหญ่หรือสำนักงานที่ต่างประเทศเท่านั้น

1.2 ด้านผู้ใช้งาน การให้ความรู้ความเข้าใจผู้ใช้งานด้วยการฝึกอบรม ควรเป็นผู้ที่มีทักษะทางด้านภาษา มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญและชำนาญการที่สามารถให้ความรู้หรือการฝึกอบรมแก่ผู้ใช้งาน จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ใช้งานสามารถนำไปปฏิบัติงานหรือประยุกต์ใช้ระบบให้สอดคล้องกับหน้าที่งานของตนเอง

1.3 ด้านทีมให้คำปรึกษาระบบ SAP แต่งตั้งหน่วยงานหรือกลุ่มงานที่รับผิดชอบโดยตรงอย่างเป็นทางการ เป็นตัวแทนในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างภูมิภาคเดียวกัน ประจำ 3 หรือ 6 เดือน ผ่านช่องทางการประชุมออนไลน์ เพื่อให้การสื่อสารและการสะท้อนปัญหาจากมุมมองที่หลากหลายและครอบคลุม จะทำให้ผู้ใช้งานสามารถได้รับคำแนะนำและการแก้ไขปัญหาที่เฉพาะกับหน้าที่งานของตนเอง

1.4 ด้านคุณภาพระบบ แต่งตั้งหน่วยหรือกลุ่มงานที่รับผิดชอบโดยตรงประจำพื้นที่อย่างเป็นทางการ เพื่อที่รับผิดชอบโดยตรงประจำพื้นที่ที่ต้องมีการจัดการความรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ของผู้ใช้งานในแผนก ระหว่างแผนก รวมถึงการเก็บสถิติปัญหาดังกล่าว เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาคือหรือนำเสนอปัญหาแก่ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

1.5 ด้านอายุ เนื่องจากผู้ใช้งานระบบ SAP ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 31-40 ปี ที่มีความคุ้นชินกับการทำงานระบบบันทึกข้อมูลอยู่แล้ว จึงควรมีการฝึกอบรมพัฒนาการทำงานระบบ SAP ให้กับพนักงานที่หลากหลายช่วงวัยด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมากยิ่งขึ้น

1.6 ด้านระดับการศึกษา เนื่องจากพนักงานมีระดับการศึกษาที่หลากหลายระดับการศึกษาและหลากหลายสาขา จึงมีผลต่อการรับรู้ ความรู้ความเข้าใจ การยอมรับ ตลอดจนทักษะทางด้านภาษาและเทคโนโลยี จึงทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน บริษัทจึงควรปรับทัศนคติของพนักงานในการรับรู้การใช้ระบบ SAP ให้มีความเข้าใจในการปฏิบัติงานของระบบ SAP ตรงกัน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการนำระบบ SAP เข้ามาใช้ในบริษัทฯ

1.7 ด้านประสบการณ์การทำงานในบริษัท เนื่องจากพนักงานมีประสบการณ์จากการปฏิบัติงานที่ไม่เท่ากัน ทำให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้งานระบบ SAP ที่มากน้อยแตกต่างกันไป บริษัทฯ จึงควรเพิ่มศักยภาพของพนักงานด้วยการจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับระบบอย่างต่อเนื่องทุก ๆ ไตรมาส เพื่อให้เกิดความคุ้นชินกับการใช้งานระบบ SAP และเพื่อนำปัญหาการใช้งานของระบบมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรจะมีการศึกษาในลักษณะการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ภายหลังกดำเนินการใช้ระบบ SAP เพื่อจะได้ข้อมูลเชิงลึกต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานที่ผู้ใช้งานระบบ SAP กับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และหลากหลายมุมมองมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนิษฐา พาชนะนีย์ และฉัตรพล มณีกุล. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้ระบบ SAP**
กรณีศึกษา: บริษัทซี.เจ.เอ็กซ์เพรส กรุ๊ป จำกัด. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- ดลชา บุญประเสริฐ และปราโมทย์ ลือนาม. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานผ่านการใช้**
เอสเอพี: กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม. การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธัญชนก วรศรี. (2566). **Critical Issue Catchup SAP Issue Tracking and Backlog Clearance.**
สมุทรปราการ: แผนกการพัฒนาธุรกิจ บริษัท แมค คีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด.
- บุญนำ กลิ่นบุญเรือง และวงศ์ธิดา สุวรรณิน. (2564). **แรงจูงใจในการทำงานที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี**
ของพนักงานในเครือ บริษัท ดับเบิลเอ (1991) จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พัชรพล อังคะนาวัน และจุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. (2565). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของ**
พนักงานในการใช้ระบบเอสเอพีเป็นซอฟต์แวร์วางแผนทรัพยากรองค์กร: กรณีศึกษาบริษัทผู้ผลิต
ชิ้นส่วนรถยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พันทิwa อิศรางกูร ณ อยุธยา, อุษณีย์ เส็งพานิช และรัตนา สิทธิอ่วม (2563). **ปัจจัยแห่งความสำเร็จต่อ**
ประสิทธิภาพของระบบโปรแกรมสำเร็จรูป SAP ในระบบงานบัญชีและการเงินของการไฟฟ้าส่วน
ภูมิภาคเขต 2 ภาคเหนือ จังหวัดพิษณุโลก. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วนิดา วาดีเจริญ และคณะ. (2560). **ระเบียบวิธีวิจัย จากแนวคิด ทฤษฎี สู่ภาคปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุนิศา คำเชื้อ. (2566). **OTC Go Live Issue & OPEN SO Progressive.** สมุทรปราการ: แผนกการพัฒนา
ธุรกิจ บริษัท แมค คีย์ ฟู้ด เซอร์วิสเชส (ประเทศไทย) จำกัด.

- AlMuhayfith, S. & Shaiti, H. (2020). The Impact of Enterprise Resource Planning on Business Performance: With the Discussion on Its Relationship with Open Innovation. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, 6(87), 1-24.
- Karimi, J. (2017). **Effects of Enterprise Resource Planning Implementation on Organizational Performance in The Transport Industry in Kenya**. Master Degree in Business Management, United States International University – Africa.
- Riszkey, L. & Togar, A. N. (2022). Analysis of the successful implementation of SAP business one in PT. P.R. Indonesia. **Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)**, 5(3), 27931-27947.
- Shaio, Y. H. et al. (2019). **Critical Success Factors in Implementing Enterprise Resource Planning Systems for Sustainable Corporations**. *Sustainability*, 11(23), 1-42.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย Casual Factors Affecting Cloud-based Accounting of SMEs in Thailand

สุวิทย์ ไวยทิพย์¹ ปัทมา พยุงวงศ์² บุญเรียม ทะไกรราช³ ก้องเกียรติ สหายรักษ์⁴ มันทนา รังษีกุล^{5*}

^{1,2,3,5}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

⁴คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Suwit Waitip¹ Pattama Payungwong² Boonriem Tagairach³ Kongkiat Sahayrak⁴ Mantana Rangsrikul^{5*}

^{1,2,3,5}Faculty of Business Administration, Rajamagala University of Technology Phra Nakhon

⁴Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: mantana.c@rmutp.ac.th

(Received: September 3, 2023; Revised: October 16, 2023; Accepted: December 8, 2023)

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย โดยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของกิจการ ผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีจำนวน 361 บริษัทในประเทศไทย ซึ่งเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมในปี พ.ศ. 2565 และวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐานพบว่า โมเดลจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square=574.59, df=298, RMSEA=.51, CFI=.970, CMN/DF=1.928) และผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้พบว่า การสนับสนุนผู้บริหาร ความสามารถขององค์กร คุณภาพการบริการ และคุณภาพของระบบ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ อีกทั้งความพึงพอใจจากการใช้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ ในทางตรงกันข้ามผลการวิจัยพบว่า แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานระบบ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ซึ่งมีความขัดแย้งกับงานวิจัยในอดีตเป็นส่วนใหญ่

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์, การสนับสนุนของผู้บริหาร, ความสามารถขององค์กร, คุณภาพการบริการ, คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี

Abstract

The purpose of this study is to analyze the causal factors of the efficiency of cloud-based accounting systems of small and medium-sized enterprises in Thailand. An online questionnaire was conducted with 361 consist of owners, chief executive officer, manager, accounting staff in small and medium-sized enterprises in Thailand. This data was collected from June to August in 2022 and was analyzed by structural equation model.

The study of structural equation model is used to test the hypothesis revealed that was consistent with the empirical data (Chi-Square=574.59, df=298, RMSEA=.51, CFI=.970, CMN/DF = 1.928) and results of this study indicate that top management support, organizational competency, service quality, and information accounting system quality positively affect the perceived usefulness and the perceived ease of use on cloud-based accounting software, and the perceived usefulness and the perceived ease of use positively affect the user satisfaction of usage. In addition, the user satisfaction of usage positively affects the efficiency of cloud-based accounting systems. On the other hand, the result found that the environment pressure did not affect the perceived usefulness and the perceived ease of use, and the perceived ease of use negatively affect the perceived usefulness, which contradicts most past research.

Keywords: Efficiency of cloud-based accounting, Top Management Support, Organizational Competency, Service Quality, Accounting Information System Quality

บทนำ

ในปัจจุบันการดำเนินงานของธุรกิจทั่วโลกกำลังได้รับอิทธิพลจากผลกระทบจากยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) พลวัตของเทคโนโลยีดิจิทัล (Dynamic Digitalization) อุตสาหกรรม 4.0 (Industry 4.0) การแข่งขันด้านข้อมูลและการจัดการความรู้ (Information and Knowledge Competition) และการแพร่กระจาย (Dissemination) ที่จำเป็นต้องมีการลงทุนในบริการด้านการประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของกิจการมากขึ้น โดยเฉพาะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ต้องเชื่อมโยงกับเทคนิคหรือวิธีการของระบบเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการทางธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงโมเดลทางธุรกิจรูปแบบใหม่ (Lutfi et al., 2022) ในทำนองเดียวกับในประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยังมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจดิจิทัลด้วยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ เพื่อยกการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจจากการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป)

ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นหนึ่งในประเภทธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว และมีบทบาทและเป็นกลไกในการเสริมสร้าง

ความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของประเทศทั่วโลก (Sastararuji et al., 2022) โดยเฉพาะในประเทศไทยได้รับการส่งเสริมและผลักดันเพื่อยกระดับในการพัฒนาทางเศรษฐกิจภายใต้แผนการปฏิรูปประเทศ มุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ SMEs ทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตหรืออุตสาหกรรมอนาคต (S-Curve) ให้กลายเป็นผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digitalized Enterprise) เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานทางธุรกิจรูปแบบใหม่ โดยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดทำ และนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีในโปรแกรมบัญชีในรูปแบบคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) เพื่อช่วยยกระดับธุรกิจ SMEs ได้ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการรายงานข้อมูลทางการเงินบัญชีไม่เป็นปัจจุบัน (Lutfi, 2022)

สำหรับโปรแกรมบัญชีบนคลาวด์เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่มีความสำคัญต่อการประมวลผลข้อมูลของธุรกิจในกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าไม่ว่าจะเป็นข้อมูลการเงิน การขาย การกระจายสินค้า และการให้บริการลูกค้า เพื่อสร้างความสามารถในการทำกำไร และความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการ และยังให้ข้อมูลทางการเงินแบบทันเวลา (Real-Time) และสามารถมองเห็นข้อมูลของตนเองได้โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา และสามารถเชื่อมโยงกับระบบอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถปรับปรุงซอฟต์แวร์ให้ทันสมัยได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ซึ่งจะช่วยให้สามารถบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rawashdeh & Rawashdeh, 2023; Khanom, 2017)

จากงานวิจัยในอดีตพบว่าในบางประเทศ เช่น จอร์แดน อินโดนีเซีย และเวียดนาม เป็นต้น อธิบายว่าการตัดสินใจในการใช้หรือประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมบัญชีบนคลาวด์ของธุรกิจยังคงต้องเผชิญกับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ และถือเป็นความท้าทายของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจ SMEs อาทิ การขาดการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงในด้านการลงทุนของเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งในงานบัญชี ความสามารถขององค์กรที่มีไม่เพียงพอในการนำเทคโนโลยีมาใช้ (Eldalabeeh et al., 2021; Khanom, 2017) นอกจากนี้ผู้ใช้ยังมีความกังวลอยู่ เช่น ระดับความปลอดภัยของข้อมูลที่มีการรั่วไหลของข้อมูล ความไม่ปลอดภัยของเชื่อมโยงข้อมูลจากการจัดการข้อมูลในระบบคลาวด์ ปัญหาด้านส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ (Application Programming Interface: API) ปัญหาด้านการบริการ ปัญหาด้านการโจรกรรมข้อมูลทางบัญชีจากผู้ใช้งาน และปัญหาด้านจำนวนผู้ใช้งาน รวมถึงการแบ่งปันข้อมูล (Zebua & Widurii, 2023; สุกัญญา คลังทอง สุพิน ฉายศิริไพบุลย์ และอัจฉราพร โชติพิฤกษ์, 2563)

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเป็นการขยายขอบเขตขององค์ความรู้ใหม่จากผลการวิจัยในอดีตเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยเฉพาะนักบัญชี และเป็น การเปลี่ยนกระบวนทัศน์และการรับรู้ของนักบัญชีในประเด็นที่ว่าโปรแกรมบัญชีบนคลาวด์ไม่ได้ก่อให้เกิดภัยคุกคามต่อนักบัญชี และยังคงส่งผลที่ดีต่อการปฏิบัติงานของนักบัญชี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยด้วยการบูรณาแนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (Technology-Organization-Environmental: TEO) แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) และแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information system success: IS)
2. เพื่อทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยตามแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมในอดีต ดังนี้

ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ หมายถึง ประเภทของบริการทางด้านการบัญชีผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา และทุกสถานที่ และสามารถเลือกใช้บริการข้อมูลได้ตามความต้องการของลูกค้าจากผู้ให้บริการ โดยระบบคลาวด์ ทำให้ช่วยเพิ่มคุณภาพของข้อมูลในระดับต้นทุนและการลงทุนที่ต่ำ และยังเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากขึ้น ดังนั้น ประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ (Efficiency of Cloud-based Accounting: ECA) หมายถึง ความสามารถในการใช้งานของระบบคลาวด์ในการทำงานด้านบัญชีไม่ว่าจะเป็นการประมวลผลข้อมูลที่รวดเร็ว การทำงานร่วมกับระบบอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรวบรวมและเข้าถึงข้อมูลทางการเงินได้เป็นปัจจุบัน ส่งผลต่อคุณภาพของรายงานทางการเงินในระดับต้นทุนและการลงทุน (Rawashdeh & Rawashdeh, 2023; Zebua & Widurii, 2023; Dulmini, Nadarajah & Epitawalage, 2021)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 3 ทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อม (TOE), แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และแบบจำลองความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศ (IS)

แนวคิดเทคโนโลยี-องค์กร-สิ่งแวดล้อมเป็นแบบจำลองที่สร้างและอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่บริบทเทคโนโลยี บริบทองค์กร และบริบทสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดคุณภาพและประสิทธิภาพ ได้แก่ การสนับสนุนของผู้บริหาร (Top management support: TMS) หมายถึง การรับรู้และการกระทำของผู้บริหารเกี่ยวกับประโยชน์ของนวัตกรรมจากการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร (Zebua & Widuri, 2023) ความสามารถขององค์กร (Organizational Competency: ORC) หมายถึง กิจกรรมการให้ความสำคัญกับนโยบายที่ชัดเจน ทรัพยากร การมอบหมาย และการกำกับดูแลในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร (Rawashdeh & Rawashdeh, 2023) ส่วนแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Environmental pressure: ENP) หมายถึง ระดับที่ธุรกิจต้องเผชิญกับแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก

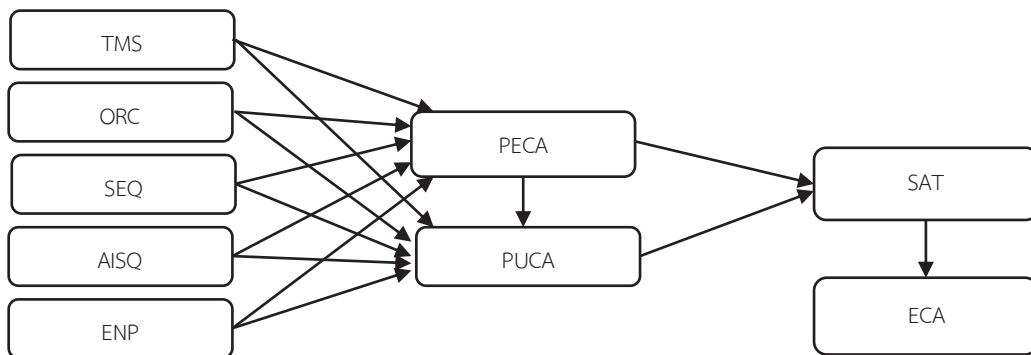
องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี เช่น แรงกดดันจากคู่แข่งในอุตสาหกรรม กฎ หรือข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น (Lutfi, 2022; Na et al., 2022)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเป็นแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีผสมผสานกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผลเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรภายนอกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับรู้ของผู้ใช้ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่ายและการรับรู้ความง่ายส่งผลต่อการรับรู้ประโยชน์ นอกจากนี้การรับรู้ของผู้ใช้ดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการใช้งาน และการใช้งานจริง และการรับรู้ประโยชน์ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงนำตัวแปรการรับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness: PUCA) หมายถึง ระดับความเชื่อของบุคคลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง และจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Eldalabeeh et al., 2021) และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease to Use: PECA) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบใดระบบหนึ่งโดยเฉพาะไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามใด ๆ (Eldalabeeh et al., 2021; สุกัญญา คลังทอง สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ และอัจฉราพร โชติพิฤกษ์, 2563)

แบบจำลองความสำเร็จในการใช้ระบบสารสนเทศเป็นโมเดลแบบการวัดความสำเร็จของระบบสารสนเทศโดยมีปัจจัยที่ชี้วัดความสำเร็จ ได้แก่ คุณภาพระบบ คุณภาพของข้อมูล การใช้ ความพึงพอใจจากการใช้งาน ผลกระทบส่วนบุคคล และผลกระทบที่องค์กรได้รับ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการใช้งานสารสนเทศและความพึงพอใจ และ DeLone & McLean (2003) ได้พัฒนาการวัดผลกระทบ และจัดประเภทเป็นผลประโยชน์สุทธิ (Net Benefit) ดังนั้นแบบจำลองนี้ได้ใช้ในการอธิบายงานวิจัยประกอบด้วย คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System Quality: AISQ) หมายถึง ระบบข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพสมบูรณ์แบบ ซึ่งระบบสารสนเทศประกอบด้วยฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ วิธีการ ฐานข้อมูล และเครือข่ายการสื่อสารส่งผลให้ข้อมูลมีความเป็นระเบียบ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการ และสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Zebua & Widuri, 2023) ส่วนคุณภาพการบริการ (Service Quality: SEQ) หมายถึง ทัศนคติของผู้ใช้ต่อการประเมินผลจากการได้รับบริการข้อมูลหรือเทคโนโลยีสารสนเทศจากผู้ให้บริการตามที่ใช้บริการต้องการส่งผลต่อการใช้ และความพึงพอใจของระบบ (Zebua & Widuri, 2023; Lutfi et al., 2022; Eldalabeeh et al., 2021; ชนิภา ลักษณะศิริวัตร, 2560) ซึ่งความพึงพอใจของระบบ (User Satisfaction of Usage Cloud Accounting: SAT) หมายถึง การประเมินและการตัดสินใจของผู้รับบริการที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการที่ได้รับจากความคาดหวัง ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกหรือทัศนคตินั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ โดยสภาพของความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลา และสถานการณ์แวดล้อมอื่น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป (Lutfi et al., 2022) และสุดท้ายจะทำให้เกิดประสิทธิภาพของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ (สุกัญญา คลังทอง สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ และอัจฉราพร โชติพิฤกษ์, 2563)

จากงานวิจัยในอดีตพบว่าปัจจัยด้านการสนับสนุนของผู้บริหาร ความสามารถขององค์กร คุณภาพของการบริการ คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน และความพึงพอใจในการใช้งานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของระบบ

บัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ (Rawashdeh & Rawashdeh, 2023; Zebua & Widuri, 2023; Eldalabeeh et al., 2021; Dulmini, Nadarajah & Epitawalage, 2021; ชนิกา ลักขณาศิริวัตร, 2560) ซึ่งเป็นไปตามกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงได้ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยและดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เจ้าของหรือผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบหลายขั้นตอน ดังนี้ เลือกจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 10-20 ตัวอย่างต่อจำนวน 1 ตัวแปรสังเกตได้ และตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ดูจากค่าสถิติ Holster ที่ต้องมีค่ามากกว่า 200 จึงจะถือว่าโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Schumacker & Lomax, 2004; Hair et al., 2010) ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ที่ศึกษาในงานวิจัยนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 28 ตัวแปร ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างมีจำนวนเท่ากับ 560 คน หลังจากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ซึ่งถือว่าทุก ๆ หน่วย หรือทุก ๆ สมาชิกในประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่ากัน แล้วนำรายชื่อประชากรทั้งหมดให้เลขกำกับหลังจากนั้นจึงจับสลากตามจำนวนที่ต้องการ และเก็บข้อมูลด้วยตัวเองจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมในปี พ.ศ. 2565

งานวิจัยนี้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยการประเมินความตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านที่มีประสบการณ์ทางด้านที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับตัวแปร ซึ่งค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .70 ถึง 1.00 (Kline, 2011) และถือว่าแบบสอบถามมีความตรงเชิงเนื้อหา และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ รวมถึงมีการปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าวด้วย จากนั้นนำแบบสอบถามทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการวิเคราะห์

ค่าความเชื่อมั่น พบว่า ข้อคำถามมีความเชื่อมั่นที่ .965 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดที่ต้องมีค่าความเชื่อมั่น .70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามจากแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับมากที่สุดทุกตัวแปร (ไข่มพร กาญจนกิจสกุล, 2555) เมื่อวิเคราะห์แยกส่วน พบว่าความเชื่อมั่นด้านการสนับสนุนของผู้บริหารเท่ากับ .950 ความเชื่อมั่นด้านความสามารถขององค์กรเท่ากับ .875 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีเท่ากับ .884 ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพการบริการเท่ากับ .876 ความเชื่อมั่นด้านความพึงพอใจของผู้ใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์เท่ากับ .917 และความเชื่อมั่นด้านประสิทธิภาพของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์เท่ากับ .961 พบว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกตัวแปร ดังนั้นจึงสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบและตรวจสอบความเหมาะสมและความถูกต้องขององค์ประกอบของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า ตัวแปรเหตุและตัวแปรแฝงรวมทั้งหมด 28 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นบวก ซึ่งค่าน้ำหนักของตัวแปรดังกล่าวอยู่ระหว่าง .616 ถึง .818 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของโมเดลงานวิจัยนี้ ได้แก่ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลงานวิจัยนี้ ได้แก่ ค่า Chi-square, ค่า Chi-square สัมพันธ์, ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Goodness-of-Fit Index: GFI), ค่าดัชนีวัดความเป็นปกติ (Norm Fit Index: NFI), ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมไม่อิงเกณฑ์ (Tucker-Lewis Index: TLI), ค่าดัชนีระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI), ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root of Mean Square Residual: RMR)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 75.10 อายุระหว่าง 41-50 ปีร้อยละ 49.90 สถานภาพโสดร้อยละ 75.10 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 89.80 ประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11-15 ปีร้อยละ 44.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาทร้อยละ 85.90 และตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบัญชีร้อยละ 39.30 ส่วนข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอยู่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจการบริการร้อยละ 59.60 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 11-15 ปีร้อยละ 36.60 จำนวนพนักงาน 91 คนขึ้นไปร้อยละ 44.30 เงินลงทุนของกิจการระหว่าง 5-10 ล้านบาทร้อยละ 43.80 ลักษณะดำเนินงานในรูปแบบของบริษัทจำกัด 76.70 ระยะเวลาที่ใช้ระบบระหว่าง 1-5 ปีร้อยละ 64.27 และโปรแกรมบัญชีที่ใช้อยู่คือ Express ร้อยละ 47.92

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) ของตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ตามโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจ SMEs ด้วยวิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงของแต่ละด้าน และมีความสอดคล้องและความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีค่าน้ำหนักของปัจจัย (λ) อยู่ระหว่าง .616 ถึง .818 และมีค่า

สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของตัวแปรสังเกตได้ (R Square: R^2) อยู่ระหว่าง .381 ถึง .576 ซึ่งทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลของการทดสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลสมการโครงสร้างพบว่าโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกตได้มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงทุกด้านเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (กริช แร่งสูงเนิน, 2554) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสถิติประเมินความสอดคล้องและความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์	ผลการพิจารณา
CMIN/df	<3.00	1.928	ผ่านเกณฑ์
NFI	$\geq .90$	.940	ผ่านเกณฑ์
GFI	$\geq .90$	.900	ผ่านเกณฑ์
TLI	$\geq .90$	.962	ผ่านเกณฑ์
CFI	$\geq .90$	.970	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	<.08	.051	ผ่านเกณฑ์
RMR	<.08	.009	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	>200	361	ผ่านเกณฑ์

ผลการทดสอบอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยพบว่า 1) การสนับสนุนของผู้บริหาร ความสามารถขององค์กร คุณภาพของการบริการ คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน 2) การสนับสนุนของผู้บริหาร ความสามารถขององค์กร คุณภาพของการบริการ คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน 3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจจากการใช้งาน และ 4) ความพึงพอใจจากการใช้งานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ ในทางตรงกันข้าม 5) แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานและการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และ 6) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจ
วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย

ตัวแปรผล		ตัวแปรสาเหตุ							
		TMS	ORC	SEQ	AISQ	ENP	PECA	PUCA	SAT
PECA	Direct	.235	.299	.299	.264	-.155	-	-	-
	Indirect	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	.235	.299	.299	.264	-.155			
PUCA	Direct	.453	.532	.532	.486	-.312	-.851	-	-
	Indirect	-.200	-.255	-.255	-.225	-.132	-	-	-
	Total	.253	.237	.246	.232	-.180	-.851		
SAT	Direct	-	-	-	-	-	.402	.469	-
	Indirect	-	-	-	-	-	-.399	-	-
	Total						.003	.469	
ECA	Direct						-	-	.773
	Indirect						-	-	-
	Total								.773

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นสามารถเขียนในรูปสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) ได้ดังนี้

$$PECA = .235(TMS) + .299(ORC) + .299(SEQ) + .264(AISQ)$$

$$PUCA = .253(TMS) + .237(ORC) + .246(SEQ) + .232(AISQ)$$

$$PUCA = -.851(PECA)$$

$$SAT = .003(PECA) + .469(PUCA)$$

$$ECA = .773(SAT)$$

จากผลการทดสอบอทิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์
ของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทยตามสมมติฐานการวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 3
ดังนี้

ตารางที่ 3 สรุปผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

Variables		Standard	S.E.	C.R.	P
PECA	<-----TMS	.235	.026	8.744	***
PECA	<-----ORC	.299	.032	8.973	***
PECA	<-----SEQ	.299	.028	10.209	***
PECA	<-----AISQ	.264	.026	9.704	***
PECA	<-----ENP	-.155	.067	-1.897	.058
PUCA	<-----TMS	.453	.052	8.087	***
PUCA	<-----ORC	.532	.069	7.061	***
PUCA	<-----SEQ	.532	.066	7.546	***
PUCA	<-----AISQ	.486	.058	7.811	***
PUCA	<-----ENP	-.312	.116	-2.117	.034
PUCA	<-----PECA	-.851	.196	-4.180	***
SAT	<-----PECA	.402	.042	10.631	***
SAT	<-----PUCA	.469	.049	11.188	***
ECA	<-----SAT	.773	.054	12.868	***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์หีทธิพลของตัวแปรสังเกตภายในและตัวแปรสังเกตภายนอกที่ระดับนัยสำคัญ .001 สรุปได้ดังนี้ 1) การสนับสนุนของผู้บริหารมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .235 ค่า C.R. เท่ากับ 8.744 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 2) ความสามารถขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .299 ค่า C.R. เท่ากับ 8.973 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 3) คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .299 ค่า C.R. เท่ากับ 3.343 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 4) คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .264 ค่า C.R. เท่ากับ 9.704 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 5) แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ -.155 ค่า C.R. เท่ากับ -1.897 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 6) การสนับสนุนของผู้บริหารมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .453 ค่า C.R. เท่ากับ 8.087 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 7) ความสามารถขององค์กรมี

อิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่า ค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .532 ค่า C.R. เท่ากับ 7.061 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 8) คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .532 ค่า C.R. เท่ากับ 7.546 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 9) คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .486 ค่า C.R. เท่ากับ 7.811 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 10) แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ -.312 ค่า C.R. เท่ากับ -1.897 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 11) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ -.851 ค่า C.R. เท่ากับ -4.180 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 12) การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .402 ค่า C.R. เท่ากับ 10.631 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 13) การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .469 ค่า C.R. เท่ากับ 11.188 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ 14) ความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์มีอิทธิพลทางตรงต่อประสิทธิภาพของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เนื่องจากพบว่าค่าสถิติ (Standardized) เท่ากับ .773 ค่า C.R. เท่ากับ 12.868 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย สามารถนำมาสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การพัฒนาโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย พบว่า โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุดังกล่าวเป็นไปตามกรอบแนวคิดงานวิจัยที่มีการบูรณาการจาก 3 แนวคิดและทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 9 ตัวแปร ดังนี้ 1) ด้านการสนับสนุนของผู้บริหาร 2) ด้านความสามารถขององค์กร 3) ด้านคุณภาพการบริการ 4) ด้านคุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี 5) ด้านแรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 6) ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ 7) ด้านการรับรู้คุณค่าของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ 8) ด้านความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ 9) ด้านประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zebua & Widur (2023) ได้นำแนวคิดเทคโนโลยี องค์กร และสิ่งแวดล้อมแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และแบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศมาบูรณาการเพื่อทดสอบ

ปัจจัยที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้โปรแกรมบัญชีแบบคลาวด์ในประเทศจอร์แดนในกลุ่มธุรกิจการเงิน (Eldalabeeh et al., 2021)

2. การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดการวิจัยนี้กับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลของงานวิจัยนี้ที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา คลังทอง สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ และอัจฉราพร โชติพิฤกษ์ (2563) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย และงานวิจัยของ มรุตส ผ่านเมือง (2563) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา

3. การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านการสนับสนุนของผู้บริหาร ความสามารถขององค์กร คุณภาพของการบริการ และคุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี การรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ และความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยี และองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ และความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อธุรกิจไม่ว่าจะเป็นขนาดใหญ่หรือขนาดกลางหรือขนาดย่อมนำระบบคลาวด์มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชีถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ ยุคอุตสาหกรรม 4.0 และในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง เมื่อนักบัญชีรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และรับรู้ประโยชน์การใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้งานระบบคลาวด์ในงานด้านบัญชี และส่งผลต่อการปฏิบัติงานด้านบัญชีของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Dulmin, Nadarajah & Epitawalage (2021) พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ที่นำระบบคลาวด์มาใช้กับงานด้านบัญชีตามวงจรการบัญชีเริ่มตั้งแต่การบันทึก ประมวลผล และเสนอรายงานเกี่ยวกับรายการค้าหรือเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจของธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น และยังสามารถรายงานข้อมูลทางการเงิน รายงานสินค้าคงเหลือ และการรายงานรายได้และค่าใช้จ่ายในรูปแบบทันเวลาอีกด้วย (Lutfi et al., 2022; Sastararaji et al., 2022; มรุตส ผ่านเมือง, 2563) ยกเว้นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ แรงกดดันจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลต่อการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ และความพึงพอใจจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ และส่งผลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ อาจเนื่องมาจากแนวโน้มหรือ

วัฒนธรรมขององค์กรเป็นแบบมุ่งเน้นการอนุรักษ์นิยม (Conservatism) หมายความว่า ถึงแม้ว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีจะได้รับความสนใจในสังคมอย่างมากหรือการดำเนินงานรูปแบบเดิม ๆ ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก แต่ในมุมมองขององค์กรยังเห็นว่าการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ยังคงต้องได้รับการยอมรับหรือต้องเริ่มทดลองใช้ก่อนจนกว่าจะเห็นถึงประสิทธิภาพของเทคโนโลยี (Na et al., 2022)

3.2 ปัจจัยด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ส่งผลทางตรงเชิงลบต่อปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ke, Sun & Yang (2012) พบว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีอิทธิพลเชิงลบต่อการรับรู้ประโยชน์ของนักศึกษาที่ใช้ระบบ Web-based Classroom Response (CRS) ในการเรียนการสอน อาจเนื่องจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานของเทคโนโลยีไม่ได้ขึ้นอยู่กับความง่ายในการใช้งาน แต่อาจเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ประกอบกัน เช่น ความเชี่ยวชาญของผู้สอน หรือความรู้ และความสามารถของผู้เรียน เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เป็นต้น (Gunawan & Nugroho, 2019)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ธุรกิจที่กำลังตัดสินใจใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุในใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ เพื่อความคุ้มค่าและประสิทธิภาพของการดำเนินงานของธุรกิจ
2. ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเลือกผู้จัดจำหน่ายระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ร่วมกับที่ปรึกษาเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้งานระบบ รวมถึงคุณภาพการให้บริการด้านต่าง ๆ เช่น ความปลอดภัยของระบบ ความน่าเชื่อถือ การรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือสนองความต้องการของผู้ใช้
3. ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับคุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่ได้รับจากการใช้ระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์เพื่อนำไปใช้ในการวางแผน สั่งการ จัดองค์กร และตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรทำการศึกษาในกลุ่มประชาชนแยกตามประเภทของธุรกิจ เช่น อุตสาหกรรมบริการ อุตสาหกรรมผลิต เพื่อให้เกิดผลการวิจัยที่สามารถนำไปใช้ตามบริบทของธุรกิจที่แตกต่างกันไปได้
2. ควรทำการศึกษาผลกระทบต่อประสิทธิภาพระบบบัญชีออนไลน์แบบคลาวด์ ได้แก่ ผลการดำเนินงานคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กริช แร่งสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชนิกา ลักขณาศิริวัตร. (2560). อิทธิพลของคุณค่าที่รับรู้ด้านราคาและคุณภาพระบบต่อการใช้งานความ

พึงพอใจการกลับมาซื้อซ้ำและการบอกต่อของลูกค้าที่จองที่พักผ่านผู้ให้บริการเว็บไซต์ในประเทศไทย.
การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ชไมพร กาญจนกิจสกุล. (2555). **ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์**. ตาก: โพธิ์เจ็ดโพธิ์-โพธิ์.
- มธุรส ผ่านเมือง. (2563). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการยอมรับเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้งของนักศึกษา
ระดับอุดมศึกษา. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 7(2), 349-368.
- สุกัญญา คลังทอง สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ และอัจฉราพร โชติพิฤกษ์. (2563). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณภาพข้อมูล
ทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์การรับรู้คุณค่าของ
บัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชี
อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย. **วารสารการบัญชีและการ
จัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 12(2), 100-116.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ม.ป.ป. **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). **จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**.
สืบค้นเมื่อ 11 มิถุนายน 2565 จาก <https://data.go.th/dataset/https-sme-go-th-th-page-php-modulekey-348>.
- DeLone, W. H. & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems
Success: A Ten-Year Update. **Journal of Management Information Systems**, 19(4), 9-30.
- Dulmini, S. P., Nadarajah, R. & Epitawalage, K. U. (2021). Determinants of Adoption of Cloud-
based Accounting: A Paradigm Shift in Sri Lanka. **Asian Journal of Management Studies**,
1(1), 103-127.
- Eldalabeeh, A. R. et al. (2021). Cloud-based Accounting Adoption in Jordanian Financial
Sector. **The Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 8(2), 833-849.
- Gunawan, F., Ali, M. M. & Nugroho, A. (2019). Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use
and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision
on PT Tokopedia in Jabodetabek. **European Journal of Business and Management
Research**, 4(5), 1-6.
- Hair, J. F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. (7th ed.).
New Jersey: Pearson Education International.
- Ke, C. H., Sun, H. M. & Yang, Y. C. (2012). Effects of User and System Characteristics on Perceived
Usefulness and Perceived Ease of Use of the Web-Based Classroom Response
System. **Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET**,
11(3), 128-143.
- Khanom, T. (2017). Cloud Accounting: a Theoretical Overview. **IOSR Journal of Business and
Management**, 19(6), 31-38.

- Kline, R. B. (2011). **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. New York: Guilford Press.
- Lutfi, A. (2022). Understanding the Intention to Adopt Cloud-based Accounting Information System in Jordanian SMEs. **International Journal of Digital Accounting Research**, 22, 47-70.
- Lutfi, A. et al. (2022). The Role of E-accounting Adoption on Business Performance: The Moderating Role of COVID-19. **Journal of Risk and Financial Management**, 15(12), 617-636.
- Na, S. et al. (2022). Acceptance Model of Artificial Intelligence AI-based Technologies in Construction Firms: Applying the Technology Acceptance Model (TAM) in Combination with the Technology–Organization–Environment (TOE) Framework. **Buildings**, 12(2), 1-17.
- Rawashdeh, A. & Rawashdeh, B. (2023). The Effect Cloud Accounting Adoption on Organizational Performance in SMEs. **International Journal of Data and Network Science**, 7(1), 411-424.
- Sastararuj, D. et al. (2022). Cloud Accounting Adoption in Thai SMEs Amid the COVID-19 Pandemic: An Explanatory Case Study. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 11(1), 1-25.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2004). **A beginner's Guide to Structural Equation Modeling** (3rd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Zebua, S. & Widuri, R. (2023). Analysis of Factors Affecting Adoption of Cloud Accounting in Indonesia. **Journal of Theoretical and Applied Information Technology**, 101(1), 86-105.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร กรณีศึกษา อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

Factors Influencing the Indebtedness of Agricultural Household
A Case Study of Borabue District, Mahasarakham Province

แพรวไพลิน จันทโพธิ์ศรี^{1*} วิชณี เอี่ยมชุ่ม² เบญจมาภรณ์ สมบัติธีระ³

^{1,2,3}คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Praewpailin Janposri^{1*} Wichanee Iamchum² Benchamaphorn Sombatthira³

^{1,2,3}Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

*Corresponding Author Email: praewpailin.j@acc.msu.ac.th

(Received: August 8, 2023; Revised: October 16, 2023; Accepted: November 22, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนหนี้สินของครัวเรือนเกษตรกรอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการวิเคราะห์การถดถอยโทบิต (Tobit Regression)

จากผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีสถานะมีหนี้จำนวน 311 ครัวเรือน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนหนี้สินของครัวเรือนภาคเกษตร คือ อายุ สถานภาพสมรส ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี ขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูกการมีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง พฤติกรรมการเล่นการพนัน พฤติกรรมทางการเงิน เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการเป็นหนี้ของเกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ ทางผู้วิจัยแนะนำให้ภาครัฐควบคุมค่าครองชีพและต้นทุนทำการเกษตร รวมทั้งการควบคุมดูแลให้การพนันเข้าถึงยากมากขึ้น รวมทั้งภาครัฐควรส่งเสริมพฤติกรรมทางการเงินให้เกษตรกรซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการลดหนี้สินของเกษตรกร

คำสำคัญ: หนี้ของครัวเรือนเกษตรกร, ปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้

Abstract

This research has the purpose to study factors that influence the amount of indebtedness among agricultural households in Borabue District, Mahasarakham province. The study involves a sample of 400 farmers, the tools used is a questionnaire using purposive sampling. and analyze the data by using mean, percentage, and Tobit regression techniques.

Based on the study result, it was found that there are 311 household in debt status. The research identified several factors that influenced the indebtedness of farmer households, including age, marital status, annual household expenditure, the size of land utilized for

cultivation, owning agricultural land, gambling behavior, and financial behavior. In order to suggest a guideline for effectively resolving the debt problem of farmers. The researchers also recommend that the government take proactive measures to regulate and control the cost of living as well as farming expenses. Moreover, they emphasize the importance of implementing measures to restrict the accessibility of gambling activities. Furthermore, it is recommended to promote policies that encourage financial behavior among farmers for reducing their debt burden.

Keywords: The Indebtedness of Agricultural Households, Factors Influencing Debt

บทนำ

ปัญหาหนี้สินของครัวเรือนไทยเป็นปัญหาที่ฝังรากลึกมาช้านาน จากข้อมูลเมื่อมีนาคม 2565 ของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2566) แสดงให้เห็นว่า สัดส่วนคนไทยที่มีหนี้สินสูงถึงร้อยละ 37 หรือ 1 ใน 3 ของประชากรไทยเป็นหนี้ และสัดส่วนนี้มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยจากปี 2560 ถึง 2565 สัดส่วนคนไทยที่มีหนี้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 37 ในภาพรวมมูลค่าหนี้ของคนไทยเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 2 เท่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และจากปี 2552-2564 สัดส่วนหนี้ต่อ GDP ของไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 55

การก่อหนี้สามารถเป็นเครื่องมือที่สร้างความมั่งคั่งได้ หากก่อหนี้เหมาะสมและมีการบริหารจัดการที่ดี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566) แต่สิ่งที่น่ากังวลสำหรับประเทศไทยจากการสำรวจ พบว่า 2 ใน 3 ของบัญชีหนี้ครัวเรือนทั้งหมดเป็นหนี้สินที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ปี 2552 – 2564 พบว่า อาชีพเกษตรกรมีสัดส่วนภาระหนี้สินต่อรายได้สูงสุด โดยสูงถึงร้อยละ 34 เปรียบเทียบได้ว่า หากเกษตรกรมีรายได้ 10,000 บาท จะมีภาระหนี้สินถึง 3,400 บาท ซึ่งสูงที่สุดเมื่อเทียบกับอาชีพอื่น ๆ โดยปัญหาหนี้สินของเกษตรกรเป็นปัญหาที่มีมาอย่างช้านาน และครัวเรือนเกษตรกรร้อยละ 60 เริ่มมีปัญหาในการชำระหนี้ จากข้อมูลของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (2566) พบว่า ร้อยละ 90 ของเกษตรกรไทยที่เป็นหนี้ ส่วนใหญ่เป็นหนี้ในระบบ เกษตรกรแต่ละครัวเรือนมีหนี้เฉลี่ยประมาณ 2.8 กองหนี้ โดยเกษตรกรร้อยละ 72 เป็นหนี้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร้อยละ 63 เป็นหนี้กองทุนหมู่บ้าน ร้อยละ 25 เป็นหนี้เช่าซื้อ เช่น รถจักรยานยนต์ รถยนต์ เป็นต้น และร้อยละ 17 เป็นหนี้สหกรณ์ และประมาณร้อยละ 20 ของเกษตรกรไทยมีหนี้นอกระบบ ทำให้ครัวเรือนเกษตรกรไทยร้อยละ 76 ต้องพึ่งพิงรายได้จากนอกภาคการเกษตร ในจำนวนนี้มีร้อยละ 38 ของครัวเรือนเกษตรกรทั้งหมดพึ่งพิงเงินโอนจากลูกหลานหรือญาติที่ทำงานต่างจังหวัด

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมมาช้านาน โดยเกษตรกรไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากจำนวน 6,047,824 ครัวเรือนในปี 2557 เป็นจำนวน 7,271,759 ครัวเรือนในปี 2561 และภาคตะวันออก เฉียงเหนือเป็นภาคที่มีจำนวนเกษตรกรมากที่สุดถึงร้อยละ 46.6 และยังเป็นภาคที่มีพื้นที่ถือครองการเกษตรสูงสุดในประเทศไทย สำหรับปี 2561 สูงถึง 52.4 ล้านไร่จาก 112.8 ล้านไร่ สำหรับจังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีสัดส่วนครัวเรือนเกษตรกรค่อนข้างสูง โดยมีครัวเรือนเกษตรกรจำนวน 175,985 ครัวเรือน

โดยมีครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 21,187 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 68.78 ของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอบรบือ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมหาสารคาม สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565) การทำการเกษตรจึงเป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดมหาสารคาม อีกสาขาหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันในภาคการเกษตรที่เป็นอาชีพหลักนั้นได้ประสบความเสี่ยงต่าง ๆ ทั้งจากภัยธรรมชาติ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติหรือแม้แต่ต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้นจนส่งผลให้ผลผลิตของเกษตรกรลดลง รวมทั้งการที่ราคาตลาดของสินค้าเกษตรตกต่ำและเกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรองจนเกิดปัญหาหนี้สินเพราะขาดแคลนเงินทุนในการทำการเกษตรที่เกษตรกรต้องเป็นผู้แบกรับทั้งหนี้สินในระบบและหนี้สินนอกระบบ นอกจากนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีฐานะยากจน จึงต้องกู้ยืมเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการอุปโภค บริโภค ใช้จ่ายเพื่อการศึกษา หรือแม้แต่ค่าผ่อนชำระ ทำให้เกิดปัญหาหนี้สินตามมา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนหนี้สินครัวเรือนเกษตรกร อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวคิดแนวการวิจัย

หนึ่งในสาเหตุหลักของการเป็นหนี้ของเกษตรกรไทยนั้นเกิดจากต้นทุนทางการเกษตรและราคาผลผลิต การเกษตรมีความไม่แน่นอน อัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งภัยธรรมชาติที่ไม่สามารถคาดเดาได้ หากยังมีพื้นที่ทำการเกษตรมากขึ้นหนี้สินก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากปัจจัยภายนอกที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีปัจจัยจากครัวเรือนเกษตรกรเอง อันได้แก่ พฤติกรรมการดำรงชีวิตของเกษตรกรทั้งจำนวนสมาชิกในครอบครัว เพศ การศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน ภาระหนี้สินในปัจจุบัน ด้านพฤติกรรมการบริโภค ด้านการขยายฐานะทางสังคม ด้านอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะรายได้ที่ไม่เพียงพอกับรายจ่าย (กานต์มณี การินทร์, 2565; พลการ ดวงเกตุ, 2565; พิสนธ์ โบว์สุวรรณ และคณะ, 2565; ศิรณัฐ กาพย์พิมาย, 2560; ศิริภา โกคาพานิชย์และสัญญา เคนาภูมิ, 2560; ปทุมรัตน์ สนสุต, ณัฐกิตติ กริตสารนันท์ และสุพิชัง โดฉิม, 2559; ปณัฏ์ปิ่น รมรงค์นุรักษ์, 2558)

งานวิจัยด้านหนี้เกษตรกรพบว่า แหล่งกู้ยืมหลักของเกษตรกรมาจากแหล่งสินเชื่อในระบบ โดยส่วนใหญ่กู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ธ.ก.ส.) เพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ (กานต์มณี การินทร์, 2565; อภินันท์ ฉิมย้อย, มยุรี รัตนเสริมพงศ์และวาสิตา เกิดผล ประสพศักดิ์, 2565; สุริยะ หาญพิชัย, เฉลิมผล จตุพรและวสุ สุวรรณวิหค, 2563) เนื่องจากการคิดดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำและอนุมัติได้ง่ายขึ้น ตลาดสินเชื่อชนบทจึงมีการเปลี่ยนแปลงจากการกู้ยืมนอกระบบมาเป็นการกู้ยืมในระบบมากขึ้นตลอดช่วง 50 ปีที่ผ่านมา (พิสนธ์ โบว์สุวรรณและคณะ, 2565) และเกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ ซึ่งให้ผลผลิตปีละครั้ง จะไม่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตมาจำหน่ายได้ตามกำหนดชำระหนี้ ส่งผลให้เกิดการค้างชำระหนี้ (ศิรณัฐ กาพย์พิมาย, 2560)

งานวิจัยด้านแนวทางในการบริหารจัดการหนี้สินเกษตรกร สรุปแนวทางไว้ว่าเกษตรกรควรเพิ่มความเข้มแข็งความรู้ทางการเกษตร สร้างผลผลิตที่มีความหลากหลาย รวมถึงจัดทำบัญชีครัวเรือน เพื่อเห็นรายจ่ายของครัวเรือน และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นเพื่อสร้างวินัยทางการเงิน รวมถึงเพิ่มความเข้มแข็งทางการเงินในส่วนของภาครัฐควรเลือกให้นโยบายทางการเกษตรในลักษณะผสมผสานทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ อีกทั้งภาครัฐควรให้การช่วยเหลือด้านประกันราคาผลผลิตช่วยหาตลาดเพื่อรองรับผลผลิต และ

ดำเนินนโยบายการเสริมสร้างวิสาหกิจชุมชนที่เป็นรูปธรรม ในส่วนของสังคมชุมชน ควรมีการสร้างเครือข่ายเสริมสร้างแนวคิดการรณรงค์ปรับเปลี่ยนค่านิยมของสังคมไทยด้านอบายมุข สร้างการสะสมเงินออม (พิสิทธิ์ โปสุวรรณ และคณะ, 2565; กวิน มุลิกา สุขชนิ เมธิโยธิน และบรรพต วิรุณราช, 2562)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

(เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, ประสบการณ์ทำการเกษตร, จำนวนสมาชิกในครัวเรือน, รายได้ของครัวเรือน, รายจ่ายของครัวเรือน)

ปัจจัยด้านทักษะทางการเงิน

(ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน, ทักษะคิดทางการเงิน, พฤติกรรมทางการเงิน)

ปัจจัยด้านอื่น

(ขนาดพื้นที่ในการทำการเกษตร, มีที่ดินทำการเกษตรและบ้านเป็นของตนเอง, ประสิทธิภาพแผนซ์, พฤติกรรมการเล่นการพนัน, ต้นทุนทางการเงินและการจ้างงาน)

จำนวนหนี้ทั้งหมดใน
ปัจจุบันของ
ครัวเรือนเกษตรกร
อำเภอบรบือ
จังหวัดมหาสารคาม

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดแนวการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยมีครัวเรือนที่ทำการเกษตร 21,187 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 68.78 ของครัวเรือนเกษตรกรในอำเภอบรบือ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมหาสารคาม สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2565) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณจากสูตรของทาคะยามาเน่ (Yamane, 1967) ใช้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มร้อยละ 5 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง, N = ขนาดประชากร, e^2 = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างโดยกำหนดเป็น .05 สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ดังนี้

$$n = \frac{21,187}{1 + 21,187 (.05^2)}$$

ซึ่งผู้วิจัยทำการรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ทั้งหมด 400 ตัวอย่างจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำการเก็บข้อมูลช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามนั้นได้พัฒนามาจากแบบสอบถาม SES (Socio -Economic Survey) ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2559 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของเกษตรกร ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลด้านรายได้ รายจ่ายและสถานภาพการประกอบอาชีพของเกษตรกร ส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับหนี้สินของเกษตรกร ส่วนที่ 4

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมทางการเงินของเกษตรกร โดยปรับข้อคำถามมาจากแบบสอบถามของ The Organization for Economic Cooperation and Development หรือ OECD (Atkinson & Messy, 2012) โดยข้อมูลความรู้ทางการเงินจะประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับการवलกลบคุณค่า ความรู้ด้านดอกเบี้ย ความรู้ด้านมูลค่าของเงิน ในส่วนพฤติกรรมทางการเงิน ประกอบด้วย การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย การวางแผนทางการเงิน การจ่ายค่าน้ำ-ไฟตรงเวลา การใช้เงินเกินกว่าที่มีอยู่ พฤติกรรมการใช้บัตรเครดิต-สินเชื่อ ส่วนทัศนคติทางการเงิน จะประกอบด้วย ทัศนคติต่อการออม การวางแผนทางการเงิน การใช้เงินเกินความจำเป็นหรือเพื่อเอาใจผู้อื่น โดยในสองส่วนหลังวัดคะแนนในรูปแบบมาตราส่วน (Rating Scale) คะแนนอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดย 1 หมายถึงไม่เห็นด้วยที่สุด และ 5 คือเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการแปลผลใช้การแปลผลใช้เกณฑ์คะแนนตามความคิดของเบสท์ (Best, 1981) ดังนี้ คะแนนระดับสูงอยู่ระหว่าง 3.68-5.00 คะแนนอยู่ระดับปานกลางอยู่ระหว่าง 2.34-3.67 และคะแนนระดับต่ำอยู่ระหว่าง 1.00-2.33

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธี สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนหนี้สินของครัวเรือนเกษตรกรจะใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยโทบิท (Tobit Regression Analysis) เนื่องจากที่ตัวแปรจำนวนหนี้สินเกษตรกรมีขีดจำกัดล่างที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับศูนย์

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคามจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าความถี่ และร้อยละของเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพของครัวเรือนตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	247	61.75
ชาย	153	38.25
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	294	73.50
มัธยมศึกษาปีที่ 3	49	12.25
มัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ ปวช.	37	9.25
อื่น ๆ	20	5.00
สถานภาพ		
สมรส	322	80.50
อื่น ๆ เช่น โสด หย่าร้าง หม้าย	78	19.50

จากตารางที่ 1 พบว่าเกษตรกร อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคามที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และเพศชายจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 โดยมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษามากที่สุด 294 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 73.50 และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.50

ตารางที่ 2 ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลพื้นฐานครัวเรือนตัวอย่าง

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	Min	Max
จำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมด (คน)	4.09	1.55	1	10
ประสบการณ์การทำเกษตร (ปี)	32.88	32.88	2	65
อายุ (ปี)	55.66	10.96	21	84
จำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูก (ไร่)	12.27	7.56	2	47

ตารางที่ 3 ค่าร้อยละการมีที่ดินทำการเกษตรและที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
มีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง	397	99.25
มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง	352	88.00

จากตารางที่ 2 และ ตารางที่ 3 เมื่อวิเคราะห์อายุเฉลี่ยของเกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามพบว่าเกษตรกรมีอายุก่อนข้างสูงโดยมีอายุเฉลี่ย 55.66 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดเฉลี่ย 4.09 คน และเกษตรกรมีประสบการณ์ในการทำเกษตรเฉลี่ย 32.88 ปี ซึ่งแต่ละครัวเรือนมีจำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูกเฉลี่ย 12.27 ไร่ โดยมีที่ดินเป็นของตนเองสูงถึงร้อยละ 99.25 และมีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเองร้อยละ 88

ตารางที่ 4 ค่าสถิติพื้นฐานของต้นทุนทางการเกษตร ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี รายได้ของครัวเรือนต่อปี และจำนวนหนี้สินในปัจจุบันของครัวเรือนเกษตรกรในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	Min	Max
ต้นทุนทางการเกษตร (บาท)	24,068.22	19,639.19	2,500	200,000
ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี (บาท)	115,767.89	102,795.8	2,760	1,001,000
รายได้ของครัวเรือนต่อปี (บาท)	120,270	111,361.6	4,000	745,600
จำนวนหนี้สินในปัจจุบัน (บาท)	178,950.90	387,848.5	0	6,300,000

จากตารางที่ 4 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีต้นทุนในการทำเกษตรเฉลี่ย 24,068 บาท โดยเกษตรกรมีค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปีเฉลี่ย 115,768 บาท และมีรายได้ของครัวเรือนต่อปีเฉลี่ย 120,270 บาท ในส่วนเกษตรกรที่มีหนี้ จะมีจำนวนหนี้สินในปัจจุบันทั้งหมดเฉลี่ยอยู่ที่ 178,951 บาทต่อครัวเรือน

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสถานะการมีหนี้ สาเหตุของการกู้ยืม และแหล่งกู้ยืม

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
สถานะมีหนี้		
มีหนี้	311	77.75
ไม่มีหนี้	89	22.25
สาเหตุของการกู้ยืม		
เพื่อการลงทุนทางการเกษตร	229	73.63
จ่ายค่าเล่าเรียน ค่าเลี้ยงดูบุตร	108	34.73
อื่น ๆ	55	17.68
แหล่งกู้ยืม		
กองทุนหมู่บ้าน	200	64.31
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.)	174	55.95
สหกรณ์เกษตร	28	9.00

จากตารางที่ 5 พบว่าเกษตรกรมีหนี้สินจำนวน 311 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 77.75 โดยมีสาเหตุของการกู้ยืมสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ คือ เพื่อการลงทุนทางการเกษตร จำนวน 229 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 73.63 จ่ายค่าเล่าเรียน ค่าเลี้ยงดูบุตร จำนวน 108 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 34.73 และจากสาเหตุอื่น ๆ 55 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 17.68 โดยแหล่งกู้ยืมสูงสุด 3 อันดับแรกมาจากกองทุนหมู่บ้านจำนวน 200 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 64.31 จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 174 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 55.95 และจากสหกรณ์เกษตรจำนวน 28 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนคน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนนของความรู้ความเข้าใจทางการเงิน

เกณฑ์ในการวัด	จำนวนคน	ร้อยละ
ตอบผิดทุกข้อ (0 คะแนน)	9	2.25
ตอบถูก 1 ข้อ (1 คะแนน)	48	12.00
ตอบถูก 2 ข้อ (2 คะแนน)	125	31.25
ตอบถูก 3 ข้อ (3 คะแนน)	132	33.00
ตอบถูก 4 ข้อ (4 คะแนน)	86	21.50
ค่าเฉลี่ย คะแนนรวมความรู้ความเข้าใจทางการเงิน	2.60 (S.D.=1.02)	

จากตารางที่ 6 แสดงถึงการวัดความรู้ทางการเงินของเกษตรกร โดยคำถามจำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ความรู้ด้านการหาร ความรู้ด้านดอกเบี้ย ความรู้ด้านดอกเบี้ยทบต้น และความรู้ด้านอัตราเงินเฟ้อ คะแนนรวม 4 คะแนน ในภาพรวม ค่าเฉลี่ย คะแนนรวมความรู้ความเข้าใจทางการเงินอยู่ที่ 2.60 จากคะแนนเต็ม 4 คะแนน แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจทางการเงินที่ปานกลางถึงมาก

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยคะแนนของทัศนคติทางการเงิน

ทัศนคติทางการเงิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การวางแผนทางการเงินจำเป็นเฉพาะคนที่มีเงินมากเท่านั้น*	3.24	1.77	ปานกลาง
พอใจซื้อสินค้าด้วยสินเชื่อมากกว่าเก็บออมให้เพียงพอก่อนซื้อ*	2.28	1.64	ต่ำ
ยอมรับว่าซื้อสินค้าเพื่อเอาใจคนอื่น*	3.61	1.63	ปานกลาง
มักลังเลในการใช้เงิน ยกเว้นเป็นเรื่องจำเป็น	3.44	1.36	ปานกลาง
การออมเงินเป็นเรื่องเสียเวลา เพราะไม่สามารถทำได้จริง*	3.75	1.55	สูง
คะแนนเฉลี่ยรวมทัศนคติทางการเงิน	16.33	3.00	-

ข้อที่มี * หมายถึงข้อคะแนนที่มีการปรับคะแนนแล้ว เช่น หากตอบ 1 ไม่เห็นด้วย จะได้คะแนนเต็ม 5 คะแนน ดังนั้นข้อที่มี * คือข้อที่มีคะแนนสูงจะมีทัศนคติที่ดี เช่น การออมเป็นเรื่องเสียเวลา เพราะไม่สามารถทำได้จริง หมายถึง ผู้ตอบไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 7 คะแนนทัศนคติทางการเงินของเกษตรกร พบว่าทัศนคติการพอใจซื้อสินค้าด้วยสินเชื่อมากกว่าเก็บออมให้เพียงพอก่อนซื้อ มีคะแนนอยู่ในระดับต่ำ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.28 คะแนน และทัศนคติด้านการออมเงินเป็นเรื่องเสียเวลา เพราะไม่สามารถทำได้จริง คะแนนอยู่ในระดับสูงเฉลี่ย 3.75 คะแนน ทัศนคติในหัวข้อที่เหลือจะอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางแผนทางการเงินจำเป็นเฉพาะคนที่มีเงินมากเท่านั้น การยอมรับว่าซื้อสินค้าเพื่อเอาใจคนอื่น และทัศนคติด้านความลังเลในการใช้เงินยกเว้นเป็นเรื่องจำเป็น คะแนนรวมด้านทัศนคติทางการเงินรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ 16.33 คะแนน จาก 25 คะแนนเต็มซึ่งถือว่าคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยคะแนนของพฤติกรรมทางการเงิน

พฤติกรรมทางการเงิน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
มีการจัดทำรายรับ-รายจ่าย	1.67	1.28	ต่ำ
มีการวางแผนทางการเงินและพยายามให้บรรลุเป้าหมาย	2.50	1.68	ปานกลาง
มีการใช้บัตรเครดิต-เงินสด เต็มวงเงินเป็นประจำ*	4.36	1.19	สูง
มีการใช้จ่ายเงินมากกว่าที่มีอยู่เสมอ*	3.40	1.51	ปานกลาง
จ่ายค่าน้ำ-ค่าไฟหรือชำระหนี้อื่น ๆ ตรงเวลาเสมอ	4.73	.87	สูง
คะแนนเฉลี่ยรวมพฤติกรรมทางการเงิน	16.73	3.62	-

ข้อที่มี* หมายถึงข้อคะแนนที่มีการปรับคะแนนแล้ว เช่น หากตอบ 1 ไม่เห็นด้วย จะได้คะแนนเต็ม 5 คะแนน ดังนั้นข้อที่มี * คือข้อที่มีคะแนนสูงจะมีพฤติกรรมที่ดี เช่น มีการใช้บัตรเครดิต-เงินสด เต็มวงเงินเป็นประจำ หมายถึง ไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้

จากตารางที่ 8 คะแนนพฤติกรรมทางการเงินของเกษตรกร พบว่าพฤติกรรมที่มีคะแนนอยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ การจัดทำรายรับ-รายจ่ายซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.67 คะแนน ส่วนพฤติกรรมที่มีคะแนนระดับสูงมีสองข้อได้แก่ มีการใช้บัตรเครดิต-เงินสด เต็มวงเงินเป็นประจำมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.36 คะแนน และจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ หรือชำระหนี้อื่น ๆ ตรงเวลาเสมอ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.73 คะแนน พฤติกรรมที่เหลือจะได้คะแนนระดับปานกลาง อันได้แก่มีการวางแผนทางการเงินและพยายามให้บรรลุเป้าหมายและมีการใช้จ่ายเงินมากกว่าที่มี

อยู่เสมอโดยคะแนนรวมของเกษตรกรด้านพฤติกรรมทางการเงินมีค่าคะแนนเฉลี่ย 16.73 คะแนน จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน ซึ่งถือว่า คะแนนอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยโทบิท (Tobit Regression Analysis)

ตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนหนี้เกษตรกร	Coefficient	Robust standard error	p-value
เพศชาย	-.904	.664	.174
สถานภาพสมรส	2.269	.919	.014**
อายุ	.584	.2401	.016**
อายุยกกำลังสอง	-.006	.002	.012**
ประสบการณ์ทำการเกษตร	.008	.031	.808
จำนวนสมาชิกของครัวเรือน	-.150	.217	.490
ระดับการศึกษา	1.284	1.349	.342
ขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก	.109	.054	.044**
มีบ้านเป็นของตนเอง	.886	.885	.318
มีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง	2.549	1.415	.072**
มีการจ้างทำการเกษตร	-.005	.727	.994
รายได้ของครัวเรือนต่อปี	-.137	.379	.718
ต้นทุนในการทำการเกษตร	-.776	.603	.199
ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี	2.189	.445	.000***
พฤติกรรมเล่นการพนัน	1.548	.6073	.011**
มีประวัติรีไฟแนนซ์	4.699	1.012	.000***
ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน	.470	.304	.151
ทัศนคติต่อการเงิน	.009	.093	.925
พฤติกรรมทางการเงิน	-.212	.082	.010**
จำนวนตัวอย่าง	.398		
Prob F-statistics	.000		
Pseudo R ²	.040		

หมายเหตุ : * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .1 , ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์การประมาณค่าการถดถอยโทบิท พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลในทางบวกต่อจำนวนหนี้เกษตรกรระดับนัยสำคัญที่ .05 และ .01 ได้แก่ สถานภาพสมรส ขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก การมี

ที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี พฤติกรรมการเล่นการพนัน การเคยมีประวัติรีไฟแนนซ์ กล่าวคือ เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสที่แต่งงานแล้วจะมีผลทำให้จำนวนหนี้สินมากกว่าเกษตรกรที่มีสถานภาพอื่น ๆ เกษตรกรที่มีขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูกมากจะทำให้มีจำนวนหนี้สินเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เกษตรกรที่มีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเองจะมีจำนวนหนี้สินสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง ครัวเรือนเกษตรกรที่มีค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปีสูงก็จะมีจำนวนหนี้สินสูงเช่นกัน เกษตรกรที่มีพฤติกรรมเล่นการพนันจะมีจำนวนหนี้สินสูงกว่าเกษตรกรที่ไม่มีพฤติกรรมเล่นการพนัน ครัวเรือนเกษตรกรที่เคยมีประวัติรีไฟแนนซ์มีจำนวนหนี้สินสูงกว่าครัวเรือนเกษตรกรที่ไม่เคยมีประวัติรีไฟแนนซ์ ปัจจัยที่ส่งผลในทางลบต่อจำนวนหนี้เกษตรกร ระดับนัยสำคัญที่ .05 ได้แก่ พฤติกรรมทางการเงิน ครัวเรือนเกษตรกรที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะทำให้มีจำนวนหนี้สินน้อยลงนอกจากนี้อายุเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนหนี้เกษตรกร ณ ระดับนัยสำคัญที่ .05 ในลักษณะของตัวยูคว่ำ (Inverted U-shape) กล่าวคือ สมมติว่าปัจจัยต่าง ๆ คงที่ เมื่ออายุของเกษตรกรเพิ่มขึ้น จำนวนหนี้สินของเกษตรกรจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง และเมื่อเกษตรกรมีอายุมากขึ้นประมาณ 54 ปี จำนวนหนี้สินจะเริ่มลดลง

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างครัวเรือนเกษตรกร อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 56 ปี ทางด้านการศึกษาเกษตรกรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ด้านสมาชิกในครัวเรือนจะมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมดเฉลี่ย 4 คน โดยครัวเรือนเกษตรกรส่วนใหญ่จะมีคนที่มียาได้เพียง 1 หรือ 2 คน มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรเฉลี่ย 32.88 ปี ซึ่งจากการสัมภาษณ์เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรผู้ปลูกข้าว มีจำนวนที่ดินในการทำการเพาะปลูกเฉลี่ย 12.27 ไร่ โดยมีครัวเรือนเกษตรกรที่เป็นหนี้จำนวน 311 ครัวเรือน ซึ่งมีสาเหตุการกู้ยืมมากที่สุด คือ กู้ยืมเพื่อการลงทุนทางการเกษตร สาเหตุการกู้ยืมรองลงมาคือกู้ยืมเพื่อจ่ายค่าเล่าเรียน ค่าเลี้ยงดูบุตร และกู้ยืมเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ อย่างเช่นการบริโภคในครัวเรือน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ได้ทำการกู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้านมากที่สุด รองมา คือ กู้ยืมมาจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นหนี้ของครัวเรือนเกษตรกร อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม คือ อายุ สถานภาพสมรส ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปี ขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก การมีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง พฤติกรรมการเล่นพนัน และพฤติกรรมทางการเงิน โดยช่วงอายุที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการก่อหนี้สินเพิ่มขึ้นและเมื่อมีอายุมากขึ้นจนเข้าสู่วัยผู้สูงอายุจะมีการก่อหนี้สินที่ลดลง ทางด้านสถานภาพสมรส เกษตรกรที่สมรสแล้วก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีหนี้เพิ่มมากขึ้นกว่าเกษตรกรที่มีสถานภาพอื่น ๆ ด้านค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปีเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลในการก่อหนี้ของเกษตรกร นอกจากนี้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดหนี้ อย่างขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก หากยังมีขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูกขนาดใหญ่จะทำให้มีต้นทุนในการทำการเกษตรที่มากขึ้นตามไปด้วย ทางด้านของการเล่นพนันเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการก่อหนี้ โดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะเป็นหนี้จากการซื้อลอตเตอรี่และหวยใต้ดิน ส่วนด้านการมีประวัติรีไฟแนนซ์ก็พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนหนี้ของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามด้านพฤติกรรมทางการเงินแสดงให้เห็นว่าเป็นปัจจัยที่

ส่งผลต่อจำนวนหนี้สินที่ลดลง โดยเกษตรกรที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะสามารถลดจำนวนหนี้ได้ แต่ความรู้ความเข้าใจทางการเงิน และทัศนคติทางการเงิน ทั้งสองปัจจัยนี้ไม่ส่งผลต่อจำนวนหนี้ของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัย

จากข้อมูล จะพบว่า มีครัวเรือนเกษตรกรที่เป็นหนี้จำนวน 311 ครัวเรือนจาก 400 ครัวเรือน ซึ่งมีสาเหตุการกู้ยืมมากที่สุด คือ กู้ยืมเพื่อการลงทุนทางการเกษตร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภินันท์ นิมย์น้อย มยุรีรัตน์เสริมพงศ์ และวาลิตา เกิดผล ประสพศักดิ์ (2565) ที่กล่าวว่าเกษตรกรส่วนใหญ่กู้ยืมมาเพื่อใช้ในการลงทุนในการประกอบอาชีพ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่ได้ทำการกู้ยืมเงิน มาจากธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ จากการศึกษาพบว่าสถานภาพของเกษตรกรที่สมรสแล้วมีจำนวนหนี้มากกว่าสถานภาพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ สามารถอธิบายได้ว่าการมีครอบครัวจะทำให้มีภาระที่ต้องรับผิดชอบมากขึ้นและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิมพ์ชนก กระตุบปัญญา ภริดา ชัยรัตน์ และ ศรีรัฐ โกวงศ์ (2564) ที่พบว่าสถานภาพสมรสที่ต่างกันจะทำให้มีภาระหนี้สินที่ไม่ต่างกัน ขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูกส่งผลต่อการเป็นหนี้ของเกษตรกร สามารถอธิบายได้ว่าการที่มีที่ดินในการเพาะปลูกเป็นจำนวนมาก ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการทำ การเกษตรที่มากขึ้นเนื่องจากต้นทุนในการทำเกษตรที่เพิ่มสูงขึ้นตามขนาดที่ดินที่ใช้ในการเพาะปลูก เช่น ค่าปุ๋ย ค่าจ้างแรงงาน และค่าเครื่องจักรทางการเกษตร เป็นต้น ส่งผลต่อจำนวนหนี้สินที่เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยยังพบว่ากรรมสิทธิ์ที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเองจะทำให้มีจำนวนหนี้มากกว่าเกษตรกรที่ไม่มีที่ดินทำการเกษตรเป็นของตนเอง ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เกษตรกรที่มีที่ดินเป็นของตนเองนั้น สามารถเข้าถึงแหล่งเงินกู้ได้มากกว่าและสามารถทำการกู้ยืมได้ง่ายกว่าเพราะมีหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน จึงส่งผลให้เกษตรกรที่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเองมีภาระหนี้สูงว่ำนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปทุมรัตน์ สนสุด ญฐกิตติ์ กริตสารนันท์ และสุธิพงษ์ โตนิม (2559) ที่พบว่าการถือครองที่ดินและจำนวนที่ดินที่ถือครองเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเกิดหนี้สิน ค่าใช้จ่ายของครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนหนี้สินอย่างมีนัยสำคัญ สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจาก รายได้ของครัวเรือนต่อปีของเกษตรกรมีจำนวนเฉลี่ย 120,270 บาทซึ่งน้อยกว่าค่าใช้จ่ายของครัวเรือนต่อปีรวมกับต้นทุนทางการเกษตรที่มีจำนวนเฉลี่ย 139,836 บาท จึงทำให้ต้องมีการกู้ยืมเพื่อนำมาเป็นต้นทุนในการทำ การเกษตร นอกจากนี้ในการใช้จ่ายด้านครัวเรือน เกษตรกรยังมีภาระที่ต้องดูแลบุตรหลานซึ่งมีความจำเป็นต้องกู้ เพื่อจ่ายค่าเล่าเรียน ค่าเลี้ยงดูบุตรหลาน และค่าใช้จ่ายในการบริโภคของครัวเรือนทำให้รายรับไม่พอรายจ่ายจึงมีความจำเป็นต้องก่อหนี้ โดยงานวิจัยของสุริยะ หาญพิชัย เฉลิมผล จตุพร และวสุ สุวรรณวิหค (2563) ก็พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลการก่อหนี้มากที่สุดของเกษตรกร คือปัจจัยด้านการใช้จ่ายอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกัน นอกจากนี้พฤติกรรมการเล่นพนัน โดยเฉพาะลอตเตอรี่หรือหวยใต้ดิน ยังส่งผลต่อการเป็นหนี้ที่เพิ่มสูงขึ้นด้วย สามารถอธิบายได้ว่าครัวเรือนเกษตรกรจะมีรายจ่ายเพิ่มเติมนอกเหนือจากรายจ่ายอุปโภคบริโภคและ ต้นทุนทางการเกษตร ซึ่งเป็นรายจ่ายที่ไม่จำเป็นและไม่ก่อให้เกิดรายได้ส่งผลให้เกิดการก่อหนี้สูงขึ้น นอกจากนี้ ครัวเรือนเกษตรกรที่เคยมีประวัติรีไฟแนนซ์มีจำนวนหนี้สินสูงกว่าครัวเรือนเกษตรกรที่ไม่เคยมีประวัติ รีไฟแนนซ์ ซึ่งนับเป็นปกติที่ครัวเรือนที่ไม่มีหนี้สินจะไม่เคยมีประวัติรีไฟแนนซ์ ส่วนครัวเรือนเกษตรกรที่มีจำนวน หนี้สูงมักจะต้องเคยมีประวัติรีไฟแนนซ์ เมื่อพิจารณาถึงความรู้ทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงินและทัศนคติ

ทางการเงิน พบว่าการเกษตรกรรมมีพฤติกรรมทางการเงินที่ดี เช่น มีการทำบันทึกรายรับ-รายจ่าย การวางแผนทางการเงิน การใช้เงินให้อยู่ในวงเงินที่จำกัด จะมีผลต่อการจำนวนหนี้ที่ลดลง เนื่องจากการที่คนที่มีพฤติกรรมทางการเงินที่ดีจะส่งผลต่อการบริหารจัดการการเงินในครัวเรือน ทำให้ไม่ต้องก่อหนี้โดยไม่จำเป็น ซึ่งผลของพฤติกรรมทางการเงินที่ดีมีผลต่อจำนวนหนี้ที่น้อยลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยงานวิจัยของ กวิน มุสิก สุธนนิ เมธิโยธิน และบรรพต วิรุณราช (2562) พบว่าผลของพฤติกรรมทางการเงินที่ดี เช่น เกษตรกรจะต้องเรียนรู้การจัดการทำบัญชีครัวเรือนอย่างจริงจัง เพื่อบริหารจัดการรายรับ รายจ่าย การแบ่งเงินไว้ใช้ในส่วนต่าง ๆ และการแบ่งเงินไว้ใช้ชำระหนี้สินจะทำให้มีหนี้สินที่น้อยลง อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อจำนวนการก่อหนี้ของเกษตรกรเมื่ออายุของเกษตรกรเพิ่มขึ้น จำนวนหนี้สินของเกษตรกรจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง และเมื่อเกษตรกรมีอายุมากขึ้นจำนวนหนี้สินจะเริ่มลดลง สามารถอธิบายได้ว่าหากมีการก่อหนี้ก่อนที่จะเข้าสู่ช่วงวัยผู้สูงอายุ จะมีการชำระหนี้ไปแล้วทั้งหมดหรือบางส่วน ทำให้มีหนี้สินที่น้อยลงและทางด้านข้อจำกัดในการกู้ยืมที่เมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้นทำให้สามารถกู้ยืมได้น้อยลงด้วย เนื่องจากแหล่งกู้ยืมต้องรับความเสี่ยงในการชำระหนี้สิน อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาพบว่า เพศ ประสบการณ์ทำการเกษตร จำนวนสมาชิกของครัวเรือน ระดับการศึกษา การมีบ้านเป็นของตนเอง การจ้างทำการเกษตร รายได้ครัวเรือนต่อปี ต้นทุนทำการเกษตร ความรู้ความเข้าใจทางการเงินและทัศนคติทางการเงินของเกษตรกร ไม่มีผลต่อจำนวนหนี้สินของครัวเรือนเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ภาครัฐควรมีนโยบายลดต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร นอกจากนั้นการเพิ่มรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรก็จะช่วยลดจำนวนหนี้ให้ลดลงอีกด้วย ภาครัฐจึงควรมีนโยบายพยุงราคาสินค้าเกษตรรวมถึงโครงการพัฒนาศักยภาพด้านการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรสามารถควบคุมต้นทุนในการเพาะปลูกรวมทั้งมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรที่หลากหลายเพื่อสร้างรายได้เพิ่มเติม

2. ภาครัฐควรส่งเสริมนโยบายด้านพฤติกรรมทางการเงิน เช่น การจัดโครงการให้ความรู้ในการวางแผนทางการเงินหรือการบริหารการเงินแก่เกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรสามารถบริหารจัดการหนี้ได้อย่างถูกต้อง และควรใช้นโยบายสนับสนุนการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมค่านิยมที่ถูกต้อง และปกป้องคุ้มครองไม่ให้เกี่ยวข้องกับการพนันและการพนันออนไลน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมซึ่งมีผลต่อการเป็นหนี้โดยตรง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ในการวิจัยครั้งถัดไปควรศึกษาครอบคลุมประเด็นด้านรายได้เพราะเนื่องจากรายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการก่อหนี้ของเกษตรกร

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกลุ่มเกษตรกร หมู่ 2 ตำบลโนนราษี อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคามที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กวิน มุสิกกา สุขชนนี เมธิโยธิน และ บรรพต วิรุณราช. (2562). แนวทางการบริหารหนี้สินเกษตรกรไทย. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์**, 7(1), 111-125.
- กานต์มณี การินทร์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อภาระหนี้ครัวเรือนในสถานการณ์ช่วงโควิด-19 ของเกษตรกรในเขต ตำบลสะแกโพรง จังหวัดบุรีรัมย์. **วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 5(2), 458-472.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). ก่อหนี้อย่างไร ให้เกิดความมั่งคั่ง. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.set.or.th/th/education-reserach/education/happymoney/knowledge/article/96-tsi-how-to-be-in-debt-to-be-wealthy>.
- ปทุมรัตน์ สนสุต ญัฐกิตต์ กริตสารนันท์ และ สุธิพงษ์ โตณิม. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาระหนี้สินของเกษตรกร หมู่ที่ 7 บ้านท่าช้าง ตำบลทับผึ้ง อำเภอสรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย. **Journal of Roi Kaensarn Academi**, 7(9), 808-824.
- ปิ่นภักดิ์ปวีณ รณรงคณ์รุรักษ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อหนี้สินของเกษตรกรผู้ปลูกอ้อย ข้าว และมันสำปะหลัง: กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี และเพชรบุรี. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลากร ดวงเกตุ. (2565). หนี้สินครัวเรือนเกษตรกรของประเทศไทย: ความท้าทายต่อเนื่อง. **Journal of Demography**, 38(1), 60-71.
- พิมพ์ชนก กระตุปัญญา ภิรดา ชัยรัตน์ และ ศรีรัฐ โกวงศ์. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการก่อภาระหนี้สินของเกษตรกร อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2565 จาก <https://so06.tcithaijo.org/index.php/jomld/article/download/247885/168877>.
- พิสนธ์ โบว์สุวรรณ และคณะ. (2565). ปัญหาหนี้สินของเกษตรกรไทย. **วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย**, 6(1), 265-277.
- ศิริณัฐ กาพย์พิมาย. (2560). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้างชำระหนี้ของเกษตรกรลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานครไทย หน่วยอำเภอ นครไทย1 จังหวัดพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิริณา โภคาพานิชย์ และสัญญา เคนาภูมิ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาระหนี้สินของเกษตรกรอำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร. 5 (พิเศษ)**, 192 -201.
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์. (2566). หนี้ครัวเรือนไทย วิกฤติแค่ไหน ทำไมถึงไม่ควรมองข้าม. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2566 จาก <https://projects.pier.or.th/household-debt>.
- สุริยะ หาญพิชัย เฉลิมผล จตุพร และวสุ สุวรรณวิหค. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อหนี้สินครัวเรือนเกษตรกรใน จังหวัดลพบุรี. **Journal of Modern Learning Development**, 5(5), 309-320.

- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดมหาสารคาม สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). (ร่าง) **แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ของจังหวัดมหาสารคาม (พ.ศ.2566-2570) ฉบับทบทวน**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.opsmoac.go.th/mahasarakham-dwl-files-451991791105>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). **สำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2559**. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2565 จาก <http://ddi.nso.go.th/index.php/catalog/220>.
- อภินันท์ ฉิมย้อย มยุรี รัตนเสริมพงศ์ และวาสิตา เกิดผล ประสพศักดิ์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเกิดภาระหนี้สินของชาวนา ตำบลเขาพระ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(9), 283-29.
- Atkinson, A. & Messy, F. (2012). **Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/ International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study**. Retrieved December 20, 2022, from <http://dx.doi.org/10.1787/5k9csfs90fr4-en>.
- Best. J. W. (1981). **Research in Education**. (4thed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Yamane, T. (1967). **Elementary Sampling Theory**. New Jersey: Prentice-Hall.

สภาพปัญหาและการพัฒนายกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงผักสุผลิตภัณฑซ์งดื่ม ตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์

Problem Conditions and Raising Income Development of Community Enterprise
Turns Vegetable Powder into Drinking Products according to Commercial Standards

นันทกาญจน์ เกิดมัลย์¹ ชนินทร์ วะสินนท์² นีรมล เนื่องสิทธิ์^{3*} สาคร อินทะชัย⁴ อรอนงค์ ฐานพันธ์นิตกุล⁵

^{1,2,3,4,5}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Nuntakan Kirdmalai¹, Chanin Vaseenonta², Niramol Nueangsittha^{3*}, Sakorn Inthachai⁴

Onanong Thapanaphannitkul⁵

^{1,2,3,4,5}Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: nnreangsittha@gmail.com

(Received: November 20, 2023; Revised: December 1, 2023; Accepted: December 18, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและการพัฒนายกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงนัวบ้านยางโหล่นสุผลิตภัณฑซ์งดื่มตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต กลุ่มตัวอย่าง เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงนัวบ้านยางโหล่น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ผู้ผลิตวัตถุดิบ นักวิทยาศาสตร์ นักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 30 คน สถิติที่ใช้ในการการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา นำเสนอการวิจัยแบบการพรรณนา

ผลการวิจัย พบว่า ผลิตภัณฑซ์งดื่มเดิมผงผักปรุงรส “ผงนัวยางโหล่น” เป็นผลิตภัณฑซ์งดื่มหลักผลิตจากวัตถุดิบพืช ผัก สมุนไพร จำนวน 13 ชนิด ด้วยวิธีตากแห้ง แล้วบดละเอียด ใช้ทำให้อาหารกลืนกล่อม ปัจจุบันมีผลิตภัณฑซ์งดื่มผงผักปรุงรสสูตรดั้งเดิม สูตรเจ และผงปิ้งย่าง ลักษณะสภาพและปัญหาผงผักปรุงรสเป็นผงสีเขียว กลิ่นผักเข้มไม่พึงประสงค์ ไม่ละลายน้ำ ข้อจำกัดผลิตภัณฑซ์งดื่ม ดังนี้ ด้านปัจจัยนำเข้า วัตถุดิบปลูกตามครัวเรือนกลุ่มสมาชิก พึ่งพิงน้ำฝนตามธรรมชาติเป็นหลัก น้ำเพาะปลูกวัตถุดิบไม่เพียงพอ ใช้น้ำใต้ดินพลังงานไฟฟ้าจากเครื่องปั่นไฟด้วยน้ำมันเบนซิน ด้านกระบวนการผลิต อุปกรณ์ขึ้นตากวัตถุดิบเสื่อมสภาพ ฝุ่น กร่อน เกิดสนิมเนื่องจากวัสดุเป็นเหล็ก ผลิตภัณฑซ์งดื่มยังไม่ผ่านการตรวจวัดคุณภาพ การตลาดลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มผู้รักสุขภาพ ด้านผลผลิตตราผลิตภัณฑซ์งดื่มไม่ได้ขึ้นทะเบียนตราสินค้าถูกต้องตามกฎหมาย ช่องทางการจำหน่ายออฟไลน์การแสดงสินค้าตามงานภาครัฐจัดขึ้น สื่อออนไลน์ โฆษณา คลิป วีดีโอ ยังมีไม่มาก การพัฒนาผลิตภัณฑซ์งดื่มใหม่สร้างมูลค่าเพิ่ม จากผักโขมสดกิโลกกรัมละ 35 บาท เมื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑซ์งดื่ม บิวตี้-วี-ดริง (Beauti-V-Drink) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑซ์งดื่มให้หลากหลายขึ้นและยังเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑซ์งดื่มขึ้นเป็นกิโลกกรัมละ 2,500 บาท เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น จำนวน 25,000 – 60,000 บาท/ปี ซึ่งมีส่วนต่างเพิ่มขึ้น จำนวน 35,000 บาท เฉลี่ยรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 35 ต่อปี

คำสำคัญ: การพัฒนายกระดับรายได้, ผงผัก, ผลิตภัณฑซ์งดื่มเพื่อสุขภาพ

Abstract

The objective of this research was to study the problem conditions and raising income development of community enterprise turns vegetable powder into drinking products according to commercial standards. Mainly using qualitative research and participatory action research. Collect data from interviews and observations. Sample groups of 30 people were draw from a member of the community enterprise group of housewives making Nua powder at Ban Yang Lon, Khok Phu Subdistrict, Phu Phan District, Sakon Nakhon Province, raw material producer, scientists and academics. Statistics used was content analysis. Reporting research results by descriptive format

The results of the research found that the original product was seasoning vegetable powder called “Nuayang Seasoning Powder” which was the main product and produced from 13 types of plant ingredients, vegetables, and herbs by drying method, then grind finely. This powder will helps the food taste good. Currently, there were traditional vegetable seasoning powder products including vegetarian formulas, and grilling powder products. Conditions and problems of green seasoning vegetable powder was undesirable dark vegetable smell, the powder does not dissolve in water. In terms of input factors, it was found that raw materials were grown by member households, relies mainly on natural rainwater, insufficient water for cultivating raw materials, uses groundwater, electricity was used from a gasoline generator. As for the production process, it was found that the raw material drying equipment was deteriorated, corroded, and rusted because the material was steel. The product has not yet been tested for quality. Target customers focus on health-conscious people. In terms of production, it was found that the product brands were not legally registered, offline sales channels, product exhibitions at government events, online media, advertisements, video clips, are not many. Developing new products creates added value from fresh spinach at 35 baht per kilogram. In order to achieve sustainability and increase the average income by 25,000 - 60,000 baht/year, which has an additional margin increased by 35,000 baht, an average income increase of 35 percent per year, it should developed product into a product called Beauti-V-Drink, it can increase product distribution channels to a wider variety and also increase product value to 2,500 baht per kilogram.

Keywords: Raising Income Development, Vegetable Powder, Health Products

บทนำ

จังหวัดสกลนครกำหนดยุทธศาสตร์เน้นการใช้ประโยชน์จากการเพิ่มมูลค่าสมุนไพรมาใช้ในชีวิตประจำวัน (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2559) สอดคล้องกับวิถีอันเปี่ยมคุณค่าของกลุ่มพัฒนาระดับความเข้มแข็งและแนวโน้มจำนวนธุรกิจอาหารจากผักและผลไม้ ในปีพ.ศ. 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้นในกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงานที่มีความใส่ใจสุขภาพ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) ธุรกิจผลิตอาหารจากผัก ผลไม้ ให้ความสำคัญกับกลุ่ม Baby Boomers ที่มีอายุ 51 – 69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องดูแลสุขภาพ และขยายกลุ่มผู้บริโภคอาหารที่เป็นประโยชน์ มีคุณค่าทางโภชนาการ ชูเปอร์ฟู้ดตามกระแสของกลุ่มผู้รักสุขภาพ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560)

การประกอบกิจการรูปแบบวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าและบริการหรือการดำเนินการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการในรูปนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเอง ครอบคลุม ชุมชน และระหว่างชุมชน สร้างระบบพึ่งพาตนเองให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ ชุมชน โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงบัวบ้านยางโหล้น ตำบลโคกภู อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมผงบัวเพื่อปรุงรสอาหารให้มีรสชาติดี (กลุ่มแม่บ้าน) ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์พบว่า ผงบัวที่ใช้ปรุงรส ไม่ละลายน้ำ มีตะกอนสีเขียวขุ่น รับประทานยากเนื่องจากต้องนำมาปรุงรสในอาหารเท่านั้น ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงบัวบ้านยางโหล้นฯ ต้องการองค์ความรู้สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถขบเคี้ยวได้ง่าย มีประโยชน์ พกพาสะดวก และขยายกลุ่มลูกค้าเป็นผู้หญิงคนรุ่นใหม่ วัยทำงาน วัยรุ่น ผู้ผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่แล้วปรับผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการเปลี่ยนแปลง แนวโน้มการบริโภคผงบัวขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพและความงามตอบโจทย์ด้านโภชนาการเหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคปัจจุบัน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และเป็นการยกระดับผงบัวเครื่องสำอางอินทรีย์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ สร้างความเข้มแข็งด้านแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชน ใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบเดิมและเพิ่มศักยภาพการผลิต พัฒนาธุรกิจแบบมืออาชีพด้วยการนำพืช ผักพื้นบ้านมาใช้เป็นวัตถุดิบ เพิ่มประสิทธิภาพอย่างมีมาตรฐานและสามารถใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เครื่องสำอางอินทรีย์ได้นำเห็ดภูพานแอ่งสกลนคร ซึ่งมีสรรพคุณทางยา เช่น เห็ดแดง ยับยั้งเนื้องาย บรรเทาอาการปวดขา เอ็น กระดูก เห็ดโคน หรือเห็ดปลวกบำรุงสมอง สอดคล้อง ผู้จัดการออนไลน์ (2555) เห็ดตับเต่า ให้พลังงาน โปรตีน คาร์โบไฮเดรต แร่ธาตุ บำรุงหัวใจ ตับ ปอด บำรุงกำลัง ดับพิษร้อน ยับยั้งเนื้องาย

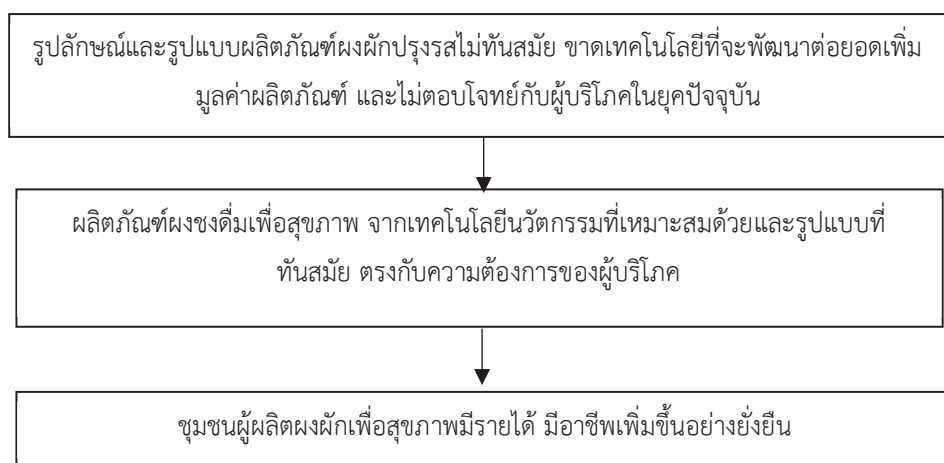
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครส่งเสริมกิจกรรมพัฒนากระบวนการผลิตภัณฑ์ผงบัวปรุงรสของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผงบัวบ้านยางโหล้น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงบัวให้ขยายสู่กลุ่มคนทำงาน (ชนินทร์ วะสินธ์และคณะ, 2557) ร่วมกับสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานรากชีวภาพ (Biodiversity-based Economy Development Office: BEDO) แก้ปัญหาผงบัวตกตะกอนและมีกลิ่นเหม็นเขียว ทำให้ละลายน้ำ เสริมรสอาหาร ไม่เหม็นเขียว (ชนินทร์ วะสินธ์, 2560) เพิ่มทางเลือกในการบริโภคเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนายกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงบัวผู้ผลิตภัณฑ์ขบเคี้ยวตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์ เพื่อสังเคราะห์แนวทางการยกระดับมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและการพัฒนาระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงบัวบ้านยางโหล่นสู่ผลิตภัณฑ์ขงต้มตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงบัก ผลิตภัณฑ์ขงต้มเพื่อสุขภาพมาตรฐานอาหาร วิสาหกิจชุมชน มีแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยได้แก่ การทำแห้งแบบพ่นฝอย ทฤษฎีการอบแห้ง แนวคิดตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แนวคิดเชิงพาณิชย์และสามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงบัวบ้านยางโหล่น ตำบลโคกภู อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร จำนวน 30 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการตามกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เป็นหลัก โดยใช้เครื่องมือวิจัยคือ 1) แบบสัมภาษณ์สภาพปัญหากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงบัวบ้านยางโหล่นฯ 2) แบบสอบถามการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาพัฒนาและการยอมรับผงบักสู่ขงต้มเพื่อสุขภาพ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ตรวจสอบวิเคราะห์คุณภาพเครื่องมือโดยพิจารณาจากค่า IOC (Item-Objective Congruence Index) ความสอดคล้อง แล้วจึงเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์สร้างคำถามจากการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวัตถุประสงค์ แนวคิด ทฤษฎี โดยมีประเด็นคำถามดังนี้ 1) วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิต 2) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) กระบวนการผลิตวัตถุดิบ 4) เทคโนโลยีในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 5) คุณภาพผลิตภัณฑ์

และจัดกลุ่มตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยพิจารณาเวลา สถานที่ และบุคคลจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เป็นหลัก ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Plan) การประชุมแบบมีส่วนร่วมเพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาผักรู้ซังดีมเพื่อสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติ (Action) การดำเนินการตามแผนการประชุมแบบมีส่วนร่วมที่กำหนดไว้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักรู้ซังดีมเพื่อสุขภาพ

ขั้นตอนที่ 3 การสังเกต (Observe) การติดตามการดำเนินการตามแผนงานต่าง ๆ ประเมินผลการดำเนินการโดยการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผล

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนผล (Reflect) การคืนข้อมูลผลการพัฒนา การยืนยันการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาพัฒนาผักรู้ซังดีมเพื่อสุขภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการนำเสนอเชิงพรรณนา ยืนยันผลการวิจัยด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ ค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย

สภาพปัญหาการพัฒนาเกษตรกรระดับรายได้อาจได้วิสาหกิจชุมชนผักรู้ซังดีมตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์ พบว่า กระบวนการผลิตวัตถุดิบดำเนินการโดยการปลูกผักที่เป็นส่วนประสมของผักรู้ซังดีมตามบ้านสมาชิก แปลงปลูกวัตถุดิบหลักอยู่บ้านของประธานกลุ่ม และสวนที่อยู่ห่างจากตัวบ้านประมาณ 5 กิโลเมตร พื้นที่เป็นสวนยางพารา แปลงปลูกพืชผล และวัตถุดิบ เช่น กุยช่าย ผักโขม ผักหวานบ้าน หน่อไม้ฝรั่ง อ้อยสามสวน มีผลไม้นาน น้อยหน่า มะม่วง มะขามเทศ มะละกอ พริก และผลไม้ประจำถิ่น มะเฒ่า มะแขว เป็นต้น

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผักรู้ซังดีมบ้านยางโหล้น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ 3 รายการ ได้แก่ 1) ผักรู้ซังดีม 2) ผักปลั่งรส สูตรเจ 3) ผักปิ้งย่าง สูตรผลิตภัณฑ์อาหารผักรู้ซังดีม ประกอบด้วย ใบคอนแคน ใบก้านตง ใบมะรุ้ม ใบผักหวานบ้าน ใบผักหวานป่า ซะเอม ฟักทอง ข้าวโพดอ่อน กุยช่าย ใบชะมวง ใบย่านาง ใบหม่อน ผักโขมนา ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานอาหารและยา อย. ผักรู้ซังดีม สูตรดั้งเดิม เลขที่อย. 47-2-05755-2-001 และผลิตภัณฑ์ ผักปลั่งรส สูตรเจ เลขที่อย. 47-2-05755-2-0002

สภาพและปัญหาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผักรู้ซังดีมบ้านยางโหล้น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร มีข้อจำกัดในกระบวนการผลิตพืชวัตถุดิบ พื้นที่สวนปลูกวัตถุดิบไฟฟ้าเข้าไม่ถึง ใช้น้ำใต้ดินน้ำบาดาลสำหรับการเกษตร ใช้น้ำมันตังน้ำจากใต้ดินมาใช้ในการเกษตร กระบวนการเตรียมวัตถุดิบสำหรับการแปรรูป พบว่า การทำแห้ง วัตถุดิบมีปัญหา มีอุปสรรคช่วงฤดูฝน มีความชื้นส่งผลต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ผงน่วยางไล่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงน่วยางไล่น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร เป็นผงผักบดละเอียดจึงไม่ละลายน้ำ เมื่อนำไปปรุงอาหารมีกลิ่นผักเข้ม สีเขียวขุ่น เป็นตะกอน ซึ่งเป็นข้อจำกัดหาผู้บริโภคต้องการให้อาหารที่ปรุงมีน้ำซุบใส ไม่มีตะกอน ผลการตรวจคุณภาพผงน่วยางไล่น จากห้องปฏิบัติการเคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ณ วันที่ 5 มีนาคม 2565 พบว่า เบสพิวรีน (Purine Base) ยังไม่พบว่าบริโภคแล้วเป็นอันตรายต่อร่างกาย ดังนั้น เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคให้กว้างมากขึ้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงน่วยางไล่น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร จึงร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ผงน่วยางไล่นให้เป็นผลิตภัณฑ์ผงขงดื่มเพื่อสุขภาพ เพิ่มความเชื่อมั่นในการบริโภคได้ตรวจคุณค่าทางโภชนาการต่อหน่วยการบริโภค ตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้สามารถจำหน่ายในช่องทางการจำหน่ายได้หลากหลายมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Plan)

1. ระบุประเด็นปัญหา สภาพความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงขงดื่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงน่วยางไล่น ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร

จากการพิจารณาถึงสภาพการดำเนินการของกลุ่ม จึงได้สรุปประเด็นปัญหาในการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.1 การผลิตวัตถุดิบในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ พื้นที่ปลูกพืชวัตถุดิบใช้พลังงานน้ำมันแปลงเป็นพลังงานไฟฟ้าเพื่อต้มน้ำไต้ดินมาใช้ในการเพาะปลูกสำหรับการผลิตแปรรูปผลิตภัณฑ์

1.2 กระบวนการทำแห้งวัตถุดิบ การทำแห้งพืชวัตถุดิบในช่วงฤดูฝนมีความชื้นสูง ทำให้การผลิตขาดความต่อเนื่อง มีอุปสรรคจากมากขึ้น

1.3 สถานที่ผลิตอาหารมาตรฐานอาหารและยา (อย.) การปรับปรุงสถานที่ผลิตให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน เนื่องจากได้รับอนุญาตสถานที่ผลิตผ่านมาเป็นสิบปี สถานที่ผลิตจึงเสื่อมสภาพไปตามระยะเวลาการใช้ เช่น ม่านพลาสติกเข้าออกแตก ฉีกขาด เหนียวและดักจับฝุ่น รางน้ำฝนขาด กระเบื้องปูพื้นหักกร่อน หลังคารั่ว ฝ้าผนังร้าว เป็นต้น

1.4 ผลิตภัณฑ์เดิมยังไม่มี การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์หรือตรวจสอบคุณภาพการบริโภคว่าไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้า

1.5 ตราผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย ตราผลิตภัณฑ์และชื่อยี่ห้อผลิตภัณฑ์ผงน่วยางไล่น ดังนั้นกลุ่มควรเร่งดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย

1.6 ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ไม่ละลายน้ำ มีตะกอน กลิ่นผักฉุนแรง ผลิตภัณฑ์ใหม่ละลายน้ำ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปสู่ผู้บริโภคในตลาดทั่วไป เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสุภาพสตรีที่มีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์จากพืชและมีประโยชน์ในการสร้างภูมิคุ้มกัน เพิ่มภูมิให้กับร่างกาย

ความต้องการผลิตผลิตภัณฑ์จากผักโดยลดปัญหาเหม็นเขียว การตกตะกอนของผลิตภัณฑ์ มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงละลายน้ำขงดื่ม โดยพิจารณาจากการเลือกวัตถุดิบที่จะนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์สารสกัดผักโขม ซึ่งเปลี่ยนแนวจากการผลิตผงน่วยางเพื่อปรุงรส เป็นผลิตภัณฑ์ขงดื่มเพื่อสุขภาพ วัตถุดิบที่นำมาใช้ใน

การผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่กระบวนการผลิตผ่านบริษัทผู้ผลิตเนื่องจากมีต้นทุนไม่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับการจัดทำเครื่องทำผงละลายน้ำ

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติ (Action)

ทีมผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และสังเคราะห์แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผงนัวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงนัวยางโหล่นจากสภาพและบริบทของพื้นที่ในการดำเนินการ

2. ประชุมเชิงปฏิบัติการวางแผนการวิจัยการพัฒนาระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงผักผู้ผลิตซึ่งเดิมตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์

2.1 เสนอแนวทางการพัฒนาการพัฒนาระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงผักผู้ผลิตซึ่งเดิมตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์ โดยการใช้พืชวัตถุดิบเดิมที่เป็นส่วนประสมของผลิตภัณฑ์ผงนัวยางโหล่น 1 ใน 13 ชนิดจากการพิจารณาเห็นว่าพืชวัตถุดิบที่มีสรรพคุณทางยาและคุณสมบัติในการป้องกันโรค เพิ่มภูมิคุ้มกันคือผักโขม

2.2 รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักโขม แบ่งออกเป็น 2 ผลิตภัณฑ์

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ผักโขมสกัด 100%

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ผักโขมขงดื่ม

2.3 ออกแบบการใช้ระบบน้ำพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อให้สามารถดึงน้ำจากใต้ดินมาใช้ด้วยการใช้เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ โซล่าเซลล์ เป็นการลดต้นทุนการใช้น้ำของกลุ่มและเพื่อให้สามารถใช้น้ำได้ตามความต้องการพลังงานแสงอาทิตย์สำหรับการนำน้ำจากใต้ดินมาใช้ในการปลูกพืชวัตถุดิบทางการเกษตรสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ผงผักโขม

2.4 เทคโนโลยีการทำแห้งวัตถุดิบทางการเกษตรสำหรับการผลิต ผลิตภัณฑ์ผงผักโขมให้มีคุณภาพและสามารถแก้ไขปัญหาคาความชื้นของวัตถุดิบได้

2.5 ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ผงนัวยางโหล่น ตรวจสอบสารที่อาจเป็นอันตรายจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ผงนัวยางโหล่นการวิเคราะห์พืชรินผงนัวยางโหล่น

2.6 ปรับปรุงสถานที่ผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้ง 2 รายการ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์คณะกรรมการอาหารและยากำหนด (อย.)

2.7 トラผลิตภัณฑ์ใหม่ และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ผงผักโขมสกัด 100% และผงผักโขมขงดื่ม

จากการประชุมแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงนัวยางโหล่น จึงได้วางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงต้องดำเนินการในรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม

ที่	กิจกรรม	ระยะเวลา : เดือน			
		1-3	4-6	7-9	10-12
1.	พัฒนาผลิตภัณฑ์ผงผักละลายน้ำ				
2.	ตรวจสอบสารพิษในผลิตภัณฑ์ผงนัวยาลิ้นสูตรดั้งเดิม				
3.	การจัดการน้ำเพื่อการผลิตวัตถุดิบ				
4.	ซ่อมบำรุงสถานที่ผลิตตามมาตรฐาน ออย.				
5.	กระบวนการเตรียมวัตถุดิบด้วยเทคโนโลยีการทำแห้งและ ถ่ายทอดเทคโนโลยี				
6.	กระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีผงละลายน้ำ				
7.	ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์				
8.	ขึ้นทะเบียนตราผลิตภัณฑ์ผงนัวยาลิ้น				
9.	มาตรฐานสถานที่ผลิต				
10.	มาตรฐานผลิตภัณฑ์				
11.	ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เว็บไซต์				

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผักโขม 2 ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามสูตรดั้งเดิม และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงสูตรผลิตภัณฑ์ตามรสนิยมการใช้ของผู้บริโภค ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ผงผักโขม 100% 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ผงผักโขมขงติ่ม

ตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ผงนัวยาลิ้น

รายการวิเคราะห์พิวรีนผงนัวยาลิ้น ตัวอย่างแห้ง 100 กรัมต่อมิลลิกรัม วิธีสกัดและเทคนิคการวิเคราะห์ 2 รูปแบบ วิธีสกัดสารผสมของกรดไตรคลอโรอะซิติกต่อกรดฟอร์มิกก่อนน้ำ เทคนิคการวิเคราะห์โครมาโทกราฟีของเหลวสมรรถนะสูง (High Performance Liquid Chromatography, HPLC) ผลการวิเคราะห์ ดังนี้ เบสพิวรีน (Purine base) ปริมาณเบสพิวรีน 29.46 กัวนีน (Guaine) ปริมาณเบสพิวรีน 18.26 อะดีนีน (Adenine) ปริมาณเบสพิวรีน 2.71 และแซนทีน (Sanghine) ปริมาณเบสพิวรีน 8.49 จากผลการวิเคราะห์เบสพิวรีน กัวนีน อะดีนีน และแซนทีน ไม่เป็นอันตรายต่อร่างกาย และมีระดับเบสพิวรีนในตัวอย่าง (Classified group) น้อยมากและผลิตภัณฑ์ ผักโขมผง (Spinach Powder) สกัดเย็นผ่านเครื่อง Homogenizer และทำแห้งด้วย Spray Drying เป็นผงผักโขมละลายน้ำขงติ่มเพื่อสุขภาพระดับวิสาหกิจชุมชนแห่งแรกของจังหวัดสกลนครที่ได้รับใบอนุญาตจดทะเบียนอาหาร โดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

ตราผลิตภัณฑ์ใหม่ และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ขอขึ้นทะเบียนตราผลิตภัณฑ์และชื่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านทำผงนัวบ้านยางโหล้น เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์และถูกต้องตามกฎหมายกำหนด แนวคิดในการกำหนดตราผลิตภัณฑ์ โดยการใช้สัญลักษณ์ของแบรนด์ ด้วยการถ่ายภาพ “ดอกยกานา” เป็นสัญลักษณ์ (Brand

Logo) ชื่อแบรนด์ (Brand Name) “นัวร์แน” หมายถึง รสชาติกลมกล่อมแน่นอน สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกแบบตราผลิตภัณฑ์สารสกัดผักโขมขงติ่ม โดยใช้ชื่อยี่ห้อ (Brand Name) บิวติ-วี ดรังก์

ช่องทางการจำหน่ายปัจจุบันหลัก ดังนี้ ช่องทางออฟไลน์ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ ที่ทำการกลุ่ม เลขที่ 2/4 หมู่ 3 ตำบลโคกภู อำเภอกุพาน จังหวัดสกลนคร และบูธนำเสนอสินค้า นิทรรศการ ที่หน่วยงานภาครัฐ เอกชน จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดผู้บริโภค และช่องทางออนไลน์ประกอบด้วยเฟซบุ๊กเป็นหลัก โดยใช้ชื่อ “ผงน่วยางไล่น” www.facebook.com/123 yangloan และ ไลน์

การส่งเสริมการตลาดและราคาผลิตภัณฑ์ปัจจุบันในช่องทางออนไลน์เฟซบุ๊ก “ผงน่วยางไล่น” เป็นหลัก ในการทำการตลาด และในวันที่ 10 พฤษภาคม 2565 สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ได้เข้าถ่ายผลิตภัณฑ์ผงน่วยางไล่น ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงน่วยางไล่น เลขที่ 2/4 หมู่ 3 ตำบลโคกภู อำเภอกุพาน จังหวัดสกลนคร ซึ่งทำให้ยอดขายสินค้าของกลุ่มมีเพิ่มขึ้น ซึ่งรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายอันนำมาซึ่งรายได้ที่มากขึ้น

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดผู้บริโภค ในช่วงเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงไม่ควรจำหน่ายให้สูงกว่าตลาดทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้ให้กลุ่มผู้บริโภคมาทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นราคาขายในตลาดราคา 100 กรัม บรรจุซอง ขนาด 11x16 ซม. ราคา 250 บาท การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากผักโขมสดกิโลกรัมละ 35 บาท เป็นผักโขมสกัด ราคา 2,500 บาท

ขั้นตอนที่ 3 การสังเกต (Observe)

การสังเกต และสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริโภค ต่อผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผงผักโขมสกัด 100% จากคุณประโยชน์ของผักโขมที่มีผลงานวิจัยรับรองและได้รับการยอมรับถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงมีความสนใจทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มภูมิและช่วยลดอาการปวดประจำเดือนได้ ผลิตภัณฑ์ผงผักโขมขงติ่ม BeautiV Drink มีรสชาติหอม หวาน รับประทานง่าย

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนผล (Reflect)

ผู้วิจัยได้สะท้อนผลการวิจัยด้วยการ ความพึงพอใจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำความเข้าใจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทำผงน่วยางไล่น โดยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงน่วยางไล่น เลขที่ 2/4 หมู่ 3 ตำบลโคกภู อำเภอกุพาน จังหวัดสกลนคร ผู้ตอบจำนวน 30 คน รายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวัดระดับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ผงผักโขม จำนวน 30 คน พบว่าการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงน่วยางไล่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผงผักขงติ่มบิวติ-วี-ดรังก์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผงน่วยางไล่นพึงพอใจการวิจัยในภาพรวมครั้งนี้มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.70 ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด รองลงมา มีส่วนร่วมในการวิจัยภาพรวม และส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ปรับปรุง พัฒนา ค่าเฉลี่ย 4.37 ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด และมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา ส่วนร่วม กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ส่วนร่วมออกแบบ กำหนดภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

2. การยอมรับผลิตภัณฑ์ ด้วยการวัดระดับความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้ตอบจำนวน 30 คน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผิงน่วยยางไลน์ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่มากที่สุด สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ผักโขมผิงน่วยจากกลุ่มฯ ค่าเฉลี่ย 4.70 ระดับการยอมรับมากที่สุด รองลงมา ยอมรับผลิตภัณฑ์น้ำสมุนไพร รสชาติดีกับคุณภาพ ค่าเฉลี่ย 4.57 ระดับการยอมรับมากที่สุด และการยอมรับมีประโยชน์ คุณค่าทางโภชนาการ ฉลากผลิตภัณฑ์ชัดเจน ง่ายต่อความเข้าใจค่าเฉลี่ย 4.50 ระดับการยอมรับมากที่สุด

ผลการวิจัยภาพรวม พบว่า ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ผงผักปรุงรส ที่รู้จักในชื่อ “ผิงน่วยยางไลน์” เป็นผลิตภัณฑ์หลักผลิตจากวัตถุดิบพืช ผัก สมุนไพร ด้วยวิธีตากแห้ง แล้วบดละเอียด ใช้ทำให้อาหารหลากหลายเมนู ผลิตภัณฑ์ผงผักประกอบด้วย ผงผักปรุงรส สูตรดั้งเดิม สูตรเจ และผิงน่วย ผงผักปรุงรสมีลักษณะเป็นผงสีเขียว กลิ่นผักเข้ม อนุไม่พึงประสงค์ ไม่ละลายน้ำ ข้อจำกัดผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ด้านปัจจัยนำเข้า วัตถุดิบปลูกตามครัวเรือน กลุ่มสมาชิก พึ่งพิงน้ำฝนตามธรรมชาติเป็นหลัก น้ำเพาะปลูกวัตถุดิบไม่เพียงพอ ใช้น้ำใต้ดินพลังงานไฟฟ้าจากเครื่องปั่นไฟด้วยน้ำมันเบนซิน ด้านกระบวนการผลิต อุปกรณ์ขึ้นตากวัตถุดิบเสื่อมสภาพ ฝุ่น กร่อน เกิดสนิม เนื่องจากวัสดุเป็นเหล็ก ผลิตภัณฑ์ยังไม่ผ่านการตรวจวัดคุณภาพ การตลาดลูกค้าเป้าหมายเน้นกลุ่มผู้รักสุขภาพ ด้านผลผลิต ตราผลิตภัณฑ์ไม่ได้ขึ้นทะเบียนตราสินค้าถูกต้องตามกฎหมาย ช่องทางการจำหน่ายออฟไลน์ การแสดงสินค้าตามงานภาครัฐจัดขึ้น สื่อออนไลน์ โฆษณา คลิป วิดีโอ ยังมีไม่มาก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สร้างมูลค่าเพิ่ม จากผักโขมสดกิโลกรัมละ 35 บาท เมื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ บิวตี้-วี-ดริง (Beauti-V-Drink) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายขึ้นและยังเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 2,500 บาท

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผิงน่วยยางไลน์จากวัตถุดิบธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคผักแทนผงชูรสและมีปริมาณผู้บริโภคเพิ่มขึ้นจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผงผักโขมซึ่งมีผลละลายน้ำเป็นการขยายกลุ่มผู้บริโภคให้กว้างขวางขึ้น ไปสู่ผู้บริโภคที่สนใจและรักสุขภาพ กลุ่มผู้หนึ่งที่ต้องการดูแลสุขภาพตนเองจากผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นการขยายฐานลูกค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วย ซึ่งทำให้กลุ่มฯ มองเห็นโอกาสในการขยายสายผลิตภัณฑ์ให้กว้างขวางและตอบสนองกับพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังจากวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจและดูแลสุขภาพยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มฯสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามรสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบันพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้นในอนาคต โดยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านผิงน่วยยางไลน์มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากฐานการมีส่วนร่วมของนักวิจัยชุมชน และปัญหาจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง ตั้งอยู่ในพื้นฐานของการพัฒนาแบบการมีส่วนร่วม ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมสร้าง อย่างไม่แสวงหากำไร พึ่งพาธรรมชาติไม่เบียดเบียนและอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเข้มแข็งจากชุมชนเพื่อชุมชนต่อไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยสภาพปัญหาการพัฒนายกระดับรายได้วิสาหกิจชุมชนผงผักสุ่มผลิตภัณฑ์ขงตีตามเกณฑ์มาตรฐานเชิงพาณิชย์ สามารถอภิปรายผลในส่วนที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผงผักสุ่มผลิตภัณฑ์ขงตีสมุขภาพโดย มีกระบวนการดำเนินการตั้งแต่การวางแผน ประกอบด้วยการศึกษาสภาพ ปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการพัฒนาควรใช้วัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ ดังนั้น จึงได้ร่วมกันพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผักโขม ที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับกัลยา นามสังข์ และคณะ (2562) ผักโขมมีธาตุเหล็ก แคลเซียม และวิตามินซี สรรพคุณของผักโขม ช่วยบำรุงกำลังให้มีสุขภาพแข็งแรง ผักโขมมีสารต่อต้านอนุมูลอิสระหลายชนิด จึงมีส่วนช่วยในการชะลอความเสื่อมของเซลล์ต่าง ๆ ในร่างกาย ช่วยเสริมการสร้างคอลลาเจน เพิ่มความยืดหยุ่นให้กับผิวหนัง จึงช่วยชะลอการเกิดริ้วรอยได้ ช่วยบำรุงและรักษาสุขภาพสายตา ป้องกันการเสื่อมของดวงตา ช่วยบำรุงกระดูกและฟันให้แข็งแรง ลดความเสี่ยงของการเกิดโรคกระดูกพรุน ช่วยชะลอความเสื่อมของสมอง ชะลอปัญหาความจำเสื่อม ช่วยบำรุงโลหิตในร่างกาย ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ ช่วยรักษาจังหวะการเต้นของหัวใจให้คงที่ช่วยให้เจริญอาหาร แก้อาการเบื่ออาหาร เป็นอาหารที่เหมาะสมอย่างมากกับผู้รับประทานอาหารมังสวิรัต เพราะผักโขมอุดมไปด้วยโปรตีน มีส่วนช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือดได้

ด้านการขอมาตรฐานในเชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบสถานที่ของสถานประกอบการอาหาร ตามกฎหมาย (กองอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2565) และหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตที่บังคับใช้กฎหมาย (GMP 420) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 420 พ.ศ.2563 ออกตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เรื่อง วิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาอาหาร (ฉบับปรับปรุง 2) บังคับใช้กับการผลิตอาหารทุกประเภทโดยพิจารณา 5 หมวด ดังนี้ 1) สถานที่ตั้ง อาคารผลิต การทำความสะอาด การบำรุงรักษา 2) เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์การผลิต การทำความสะอาดและการบำรุงรักษา 3) การควบคุมกระบวนการผลิต 4) การสุขาภิบาล และ 5) สุขลักษณะส่วนบุคคลที่ผู้ประกอบการต้องการตรวจสอบรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หากเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดจึงจะสามารถผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้ถูกต้องตามกฎหมาย จึงต้องแก้ไขสถานที่ผลิตให้เรียบร้อย

ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผักโขมผง (Spinach Powder) ด้วยการสกัดเย็นผ่านเครื่อง Homogenizer และทำแห้งด้วย Spray drying เป็นผงผักโขมละลายน้ำขงตีเพื่อสุขภาพระดับวิสาหกิจชุมชนแห่งแรกของจังหวัดสกลนคร และผลิตภัณฑ์ บิวตี้-วี-ดริง (Beauti-V-Drink) เพื่อส่งเสริมสุขภาพ ความพร้อม ศักยภาพ โดยส่งเสริมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม สอดคล้อง ดวงพร ภูพะกา (2559) การบริหารจัดการและการส่งเสริมโดยชุมชนด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ความรู้ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติกร เทพบุรีและคณะ (2562) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ และกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เพื่อการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานต้องมีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) ซึ่งสอดคล้องกับ Armstrong & Kotler (2009) กล่าวว่าลักษณะผลิตภัณฑ์ตามความต้องการในตลาด (Imitative or Me-too-Product) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการ บรรจุภัณฑ์ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพิ่มส่วนแบ่งส่วนตลาดในปัจจุบัน

ด้านการยกระดับรายได้ จากนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อกลุ่มผู้บริโภค ในช่วงเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์เป็นการนำเสนอชื่อผลิตภัณฑ์ที่สื่อสารด้วยอักษรอังกฤษ เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความทันสมัย สมัยใหม่ และเป็นสากล สอดคล้อง ธวัชชัย สุวรรณสาร (2556) การสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับตราสินค้า ต้องสร้างความประทับใจ โดยการทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ เป็นการทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีต่อสินค้า และยังเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์บอกคุณภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า คุณค่า ให้กับตราผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคาขายเดิมจากการขาย ผักโขมสดกิโลกรัมละ 35 บาท เมื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ บิวตี้-วี-ดริง (Beauti-V-Drink) สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้หลายหลายขึ้นและยังเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 2,500 บาท โดยภายหลังการเข้าร่วมโครงการกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร พบว่า เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น จำนวน 25,000 – 60,000 บาท/ปี ซึ่งมีส่วนต่างเพิ่มขึ้น จำนวน 35,000 บาท เฉลี่ยรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 35 ต่อปี จากผลิตภัณฑ์ บิวตี้-วี-ดริง (Beauti-V-Drink) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Armstrong & Kotler (2009) ได้กล่าวว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการตลาดเพื่อขอเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ผัสดก ควรควบคุมตั้งแต่กระบวนการปลูกผักโขม การจัดเก็บ การทำแห้ง การแปรรูป เพื่อควบคุมมาตรฐานให้เหมือนกันทุกครั้ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรมีการพัฒนากลุ่มอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตอบโจทย์ผู้บริโภคและการจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์
2. ควรศึกษาการบริหารต้นทุนควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบบัญชีเพื่อให้กลุ่มทราบถึงต้นทุนและผลตอบแทนที่แท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (กองทุน ววน.) งบประมาณด้านวิจัยและนวัตกรรม ประเภท Fundamental Fund ประจำปีงบประมาณ 2565 และมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ที่มอบทุนสนับสนุนในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). ธุรกิจผลิตอาหารจากผักและผลไม้. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก <https://www.doae.go.th/index.php>.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). ข้าวเด่นเยอรมนีและสวิตเซอร์แลนด์รายสัปดาห์. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub_view.php?filename=contentsattach/กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ.
- กองอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2565). คู่มือการตรวจสถานที่ผลิตอาหารตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตที่บังคับใช้กฎหมาย (GMP 420) ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 420 พ.ศ.2563 ออกตามความในพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 เรื่อง วิธีการผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตและการเก็บรักษาอาหาร. กรุงเทพฯ: กองอาหาร.
- กัลยา นามสังข์ และคณะ. (2562). ศึกษาพืชผักสมุนไพรในท้องถิ่นพัทลุงเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ผักแผ่น ตำบลตำนาน อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชนินทร์ วะสินนท์ และคณะ. (2557). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ผงบัว บ้านยางโกลน ตำบลโคกภู อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชนินทร์ วะสินนท์. (2560). การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต วางแผนการตลาดผงบัว สกลนคร. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- ชูสิทธิ์ เทพบุรี และคณะ. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการรายย่อย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์, 3(1), 50-58.
- ดวงพร ภูพะกา. (2559). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์สู่การเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้มาตรฐาน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 8(1), 116-145.
- ธวัชชัย สุวรรณสาร. (2556). เทคนิค 5 ข้อการทำเนื้อหาทางการตลาด CONTENT MARKETING แบบออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก <http://www.coachtawatchai.org/2013/07/5-contentmarketing.html/ธวัชชัย>.

ผู้จัดการออนไลน์. (2555). อาหารเป็นยา: “เห็ด” อาหารต้านโรคร้าย. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก <https://mgronline.com/dhamma/detail/ผู้จัดการออนไลน์>.

สำนักงานจังหวัดสกลนคร. (2559). **ร่างแผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร 4 ปี พ.ศ. 2561 – 2564**. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2565 จาก <https://sakonnakhon.go.th/สำนักงานจังหวัดสกลนคร>.

Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing, an introduction** (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้
ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction and Brand Image of
the Revenue Unit, Accounting and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport
Cargo Clearance Customs Office

ชนัตถ์ ไชยานนท์^{1*} จิระพงศ์ เรืองกุล²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Chanat Chaianon^{1*} Jirapong Ruanggoon²

^{1,2}Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: 109392@customs.go.th

(Received: July 23, 2023; Revised: August 15, 2023; Accepted: September 18, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนหรือผู้มาใช้บริการจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ด้วยความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

ผลการวิจัย พบว่า 1) คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และภาพลักษณ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 2) การวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square/df = 3.234, P = .000, CIF = 0.974, TLI = .964, RMSEA = .075 และ SRMR = .025) ผลการวิจัยยังพบว่าคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ในแต่ละด้านแตกต่างกัน

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจของลูกค้า, ภาพลักษณ์

Abstract

This research aimed to study 1) the level of service quality, customer satisfaction, and image of the Revenue unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office, and 2) to analyze the impact of service quality on customer

satisfaction and the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office. The sample group consisted of 400 individuals who were either passengers or service users. The study employed questionnaires and statistical tools, including percentages, means, standard deviations, and linear structural relationship analysis.

The findings were shown that 1) the service quality was in high level had an average score of 4.07, customer satisfaction was in high level had an average score of 4.08, and the image was in high level had an average score of 4.01, indicating a high overall level 2) the analysis of the impact of service quality on customer satisfaction and the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office was in line with empirical data (Chi-Square/df = 3.234, P = .000 CIF = .974, TLI = .964, RMSEA = .075, and SRMR=.025). This implies that service quality and customer satisfaction significantly influence the image of the Revenue Unit, Accounting, and Duty Section of the Suvarnabhumi Airport Cargo Clearance Customs Office.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Brand Image

บทนำ

จากสภาพสังคมปัจจุบันเป็นยุคเทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสารสนเทศ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา องค์การที่มีประสิทธิผล (Effectiveness Organization) จะสามารถดำเนินงานตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์องค์กรได้ กรมศุลกากรเป็นหน่วยงานที่มีการปรับเปลี่ยนในเรื่องระบบการบริหาร ซึ่งมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและให้เป็นไปตามกฎของศุลกากรโลก ดังนั้นระบบราชการของกรมศุลกากรในอนาคตจะถูกกำหนดให้มีรูปแบบที่เล็กลงโดยที่การทำงานจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ปัญญานิธิพันธ์, 2563)

กรมศุลกากร เป็นหน่วยงานภาครัฐ สังกัดกระทรวงการคลัง มีภารกิจเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีอากรจากการนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้า และการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางศุลกากร โดยมีการแบ่งส่วนราชการประกอบด้วย กอง สถาบัน สำนักงาน และด่านศุลกากร ซึ่งสำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นหนึ่งหน่วยงานหลักในสังกัดกรมศุลกากรที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการปฏิบัติพิธีการศุลกากรการจัดเก็บภาษีอากรและรายได้อื่น การศันอากรทั่วไป การควบคุมสินค้าและการตรวจปล่อยสินค้าที่นำเข้าหรือส่งออก สินค้าถ่ายลำ ทางท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ นอกเหนือจากสินค้าที่ผู้โดยสารนำมาพร้อมกับตน รวมทั้งการควบคุมคลังสินค้าทัณฑ์บนและเขตปลอดอากรท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ไม่รวมถึงคลังทัณฑ์บนภายในอาคารผู้โดยสารและอาคารเทียบเครื่องบินท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ การจัดเก็บภาษีอากรและรายได้อื่นของสำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีบทบาทสำคัญที่จะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของรัฐบาลในการ

นำไปใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมาย ซึ่งจะต้องมีการติดต่อและให้บริการแก่ประชาชน ประกอบกับรัฐบาลได้ประกาศยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐใช้ขับเคลื่อน เกี่ยวข้องกับประเด็นภาครัฐยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 ในการบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน ส่วนราชการจะต้องดำเนินการโดยถือว่าประชาชนเป็นศูนย์กลางที่จะได้รับบริการจากรัฐ และจะต้องมีแนวทางการบริหารราชการ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ได้กำหนดการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA) หมวด 3 การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้เสีย โดยยึดหลักการบริหารราชการและการให้บริการขององค์กรภาครัฐที่ดีมีประสิทธิภาพ ที่ประชาชนพึงพอใจ ต้องยึดถือเอาความต้องการของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนด

ดังนั้น กรมศุลกากรจึงได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ซึ่งคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่องานบริการ เพราะคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการและเกิดความเชื่อมั่นต่อบริการที่ได้รับ (รุ่งทิพย์ นิลพัท, 2561) นอกจากนี้จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า คุณภาพการบริการถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้ในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาคุณภาพการบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังอย่างต่อเนื่องจะสามารถให้องค์กรนั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีอีกทั้งยังทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ (Dam & Dam, 2021) ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ ยังสามารถสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร (Munyaradzi & Saman, 2016) ภาพลักษณ์องค์กรนั้นเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่ผู้รับบริการรับรู้จากประสบการณ์ และเกิดเป็นภาพขึ้นในใจที่สะท้อนความรู้สึกด้านบวกและด้านลบ (สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์, 2561) ทั้งนี้ทัศนคติหรือความคิดเห็นของลูกค้าเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นตามนั้นเช่นกัน โดยการสร้างภาพลักษณ์องค์กรในเชิงบวกนั้น จะทำให้องค์กรเกิดความน่าเชื่อถือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อองค์กร และส่งผลให้ลูกค้าผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ (Zinkhan et al., 2001)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสนใจศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งผลการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง เสนอแนะ และพัฒนาการบริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจสูงสุด และเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

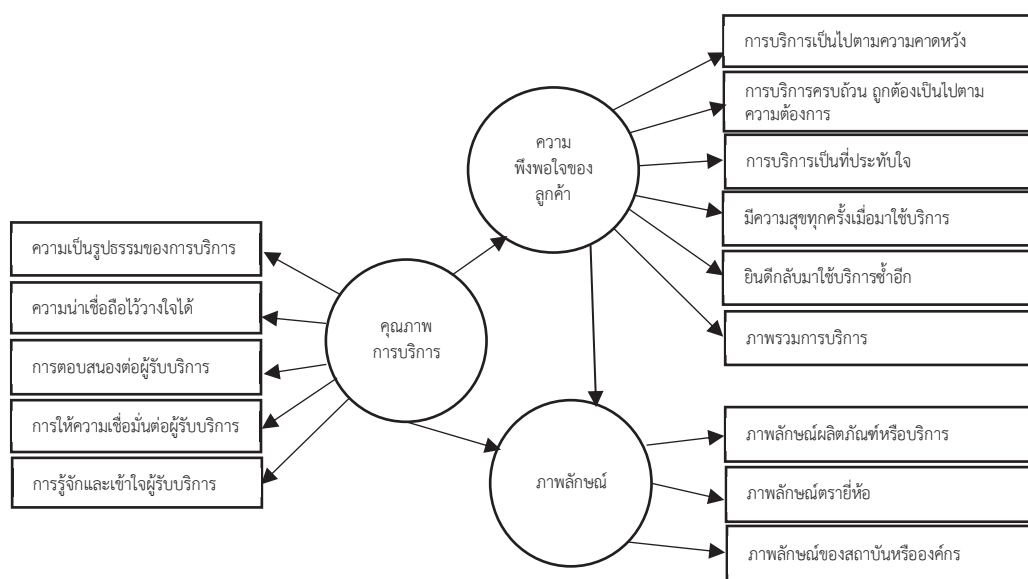
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ ทฤษฎีคุณภาพการบริการ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988) ความพึงพอใจของลูกค้า (นัทธิรา พุมมาพันธุ์, 2560) และภาพลักษณ์ (Kotler, 2000) สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) มีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการหรือประชาชนผู้มาใช้บริการฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระหว่างเดือนเมษายน - กันยายน พ.ศ. 2565 จำนวน 128,425 คน ข้อมูลจากผู้มาใช้บริการกดบัตรคิวฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2565

กลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยควรมีขนาดตัวอย่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตในงานวิจัยนั้น ๆ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตจำนวน 34 พารามิเตอร์ ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ คือ 340 ตัวอย่าง ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้รับจากการศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบให้เลือกตอบ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทผู้ใช้บริการ ประเภทการใช้บริการ และจำนวนครั้งที่มาใช้บริการต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคอร์ท 5 ระดับ (Rating Scale) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคอร์ท 5 ระดับ (Rating scale) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ และภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคอร์ท 5 ระดับ (Rating Scale) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ได้แสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

การตรวจเพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยใช้วิธี Index of Content Validity และได้ทำการปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงความถูกต้องและครบถ้วนของคำถาม จากนั้นทำการทดสอบแบบสอบถามโดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง 40 คน เพื่อประเมินความน่าเชื่อถือโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ผลการวิจัยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .88 - .98 และโดยรวมทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .97 ซึ่งตรงตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.70 (Nunnally & Bernstein, 1994) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแล้วรอรับคืนด้วยตนเอง โดยเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 13 มีนาคม 2566 ถึง 31 มีนาคม 2566 ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และทำการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยจากการวิเคราะห์ข้อมูล (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2551) ค่าเฉลี่ย 4.21 -5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด และวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น

เกณฑ์การประเมินแบบจำลองสมการโครงสร้างโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ ซึ่งมีการกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า χ^2/df น้อยกว่า 5, CFI มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .90, TLI มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .90, RMSEA มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ .05 - .08 และ SRMR มีค่าน้อยกว่า .08 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Hair et al., 2010; Schermelleh-Engel, et al., 2003; Schreiber et al., 2006; Schumacker & Lomax, 2010; Kaplan, 2000)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 20-29 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาท และเป็นตัวแทนออกของ/ชิปปิ้ง มาใช้บริการชำระค่าภาษีอากร ค่าธรรมเนียมศุลกากร และค่าทำการล่วงหน้า โดยมีจำนวนครั้งที่มา ใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 5 ครั้ง

ผลการศึกษาระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และการแปลผล

รายการ	Mean	SD	Skewness	Kurtosis	Interpretation
คุณภาพการบริการ	4.07	.72	-1.07	1.99	ระดับมาก
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (T)	4.08	.74	-.87	1.18	ระดับมาก
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (R)	4.11	.75	-.98	1.42	ระดับมาก

รายการ	Mean	SD	Skewness	Kurtosis	Interpretation
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (RE)	4.08	.80	-.97	1.22	ระดับมาก
การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (A)	4.03	.78	-.92	1.20	ระดับมาก
การรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ (E)	4.05	.82	-1.19	2.15	ระดับมาก
ความพึงพอใจของลูกค้า	4.08	.74	-1.00	1.68	ระดับมาก
การบริการเป็นไปตามความคาดหวัง (S1)	4.11	.86	-1.04	1.54	ระดับมาก
การบริการครบถ้วน ถูกต้องเป็นไปตามความต้องการ (S2)	4.08	.81	-.86	1.30	ระดับมาก
การบริการเป็นที่ประทับใจ (S3)	4.04	.85	-.84	.86	ระดับมาก
มีความสุขทุกครั้งเมื่อมาใช้บริการ (S4)	4.04	.85	-.87	.99	ระดับมาก
ยินดีกลับมาใช้บริการซ้ำ (S5)	4.10	.83	-.85	.92	ระดับมาก
ภาพรวมการบริการ (S6)	4.15	.82	-.95	1.15	ระดับมาก
ภาพลักษณ์	4.01	.72	-.82	1.23	ระดับมาก
ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (P)	4.02	.74	-.87	1.24	ระดับมาก
ภาพลักษณ์ตราชื่อ (B)	4.00	.72	-.72	1.08	ระดับมาก
ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร (I)	4.00	.77	-.83	1.16	ระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทำให้เห็นได้ว่าฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีการเตรียมความพร้อมในทุก ๆ ด้าน เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงมีการบันทึกข้อมูลในเอกสารต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง มีการเตรียมอุปกรณ์ เครื่องมือ และเครื่องใช้พร้อมให้บริการ เพื่อรองรับการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ หรือสามารถสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง จะส่งผลให้บริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจมาก โดยพึงพอใจกับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ครบถ้วนถูกต้อง บริการประทับใจ มีความสุขทุกครั้งที่มาใช้บริการและยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ

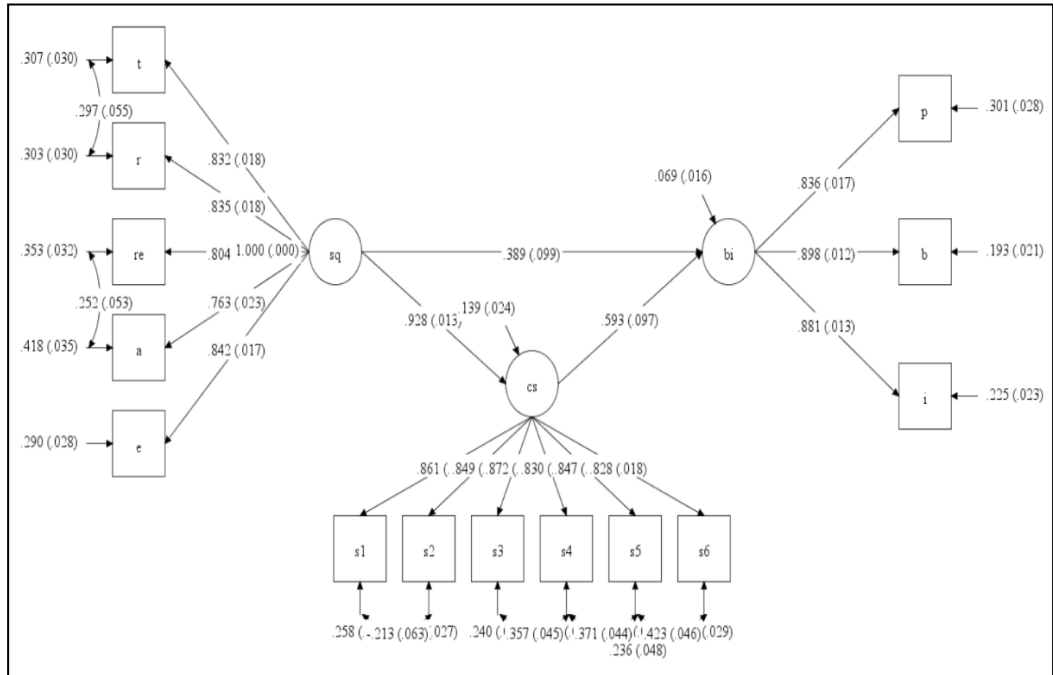
ผลการวิเคราะห์ระดับภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทำให้เห็นว่า ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นองค์กรที่มีความทันสมัย ออกแบบอาคารที่มีความโดดเด่นมองเห็นได้อย่างชัดเจน มีการดำเนินงานโดยยึดหลักความถูกต้องเป็นธรรม มุ่งเน้นการให้บริการโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง และเป็นหน่วยงานที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสามารถทำประโยชน์ต่อสาธารณะชน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์อิทธิพลที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในแต่ละด้านประกอบด้วย ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์ตราหือภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร และนำเสนอภาพรวมของภาพลักษณ์ โดยครั้งแรกพบว่าค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับโมเดล (Model Modification) ด้วยการปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ผลการวิเคราะห์หาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล หลังจากที่ได้ดำเนินการปรับโมเดล พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 5 ดัชนี ผ่านเกณฑ์การยอมรับ ดังนี้

โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (1) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 3.081 (2) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CIF) มีค่าเท่ากับ .970 (3) ดัชนี Trucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ .962 (4) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .072 (5) ดัชนีรากที่สองของส่วนเหลือกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ .028 ซึ่งโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ตราหือ (1) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 3.081 (2) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CIF) มีค่าเท่ากับ .970 (3) ดัชนี Trucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ .962 (4) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .072 (5) ดัชนีรากที่สองของส่วนเหลือกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ .028 ซึ่งโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ตราหือ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร (1) ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 3.359 (2) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CIF) มีค่าเท่ากับ .964 (3) ดัชนี Trucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ .954 (4) ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .077 (5) ดัชนีรากที่สองของส่วนเหลือกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ .029 ซึ่งโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



$\chi^2 = 216.683$, $df=67$, $p = .000$, $RMSEA = .075$, $SRMR = .025$, $CFI = .974$, $TLI = .964$, $**p < .01$

ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตารางที่ 2 คำนวณหาค่าประกอบของโมเดลการวัดตัวแปรในโมเดลสมการโครงสร้าง

ตัวแปรสังเกตได้	β	SE	Z	R ²
โมเดลการวัดคุณภาพการบริการ (SQ)				
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (T)	.832**	.018	46.251	.693
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (R)	.835**	.018	46.128	.697
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (RE)	.804**	.020	40.081	.647
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (A)	.763**	.023	32.849	.582
5. การรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ (E)	.842**	.017	50.109	.710
โมเดลการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (CS)				
1. การบริการเป็นไปตามความคาดหวัง (S1)	.861**	.015	57.005	.742
2. การบริการครบถ้วน ถูกต้องตรงตามความต้องการ (S2)	.849**	.016	53.102	.722
3. การบริการเป็นที่ประทับใจ (S3)	.872**	.014	62.583	.760
4. มีความสุขทุกครั้งเมื่อมาใช้บริการ (S4)	.830**	.017	49.917	.689

ตัวแปรสังเกตได้	β	SE	Z	R ²
5. ยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก (S5)	.847**	.016	53.052	.717
6. โดยภาพรวมท่านพึงพอใจในการให้บริการ (S6)	.828**	.018	47.299	.685
โมเดลการวัดภาพลักษณ์ (BI)				
1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (P)	.836**	.017	49.473	.699
2. ภาพลักษณ์ตราหือ (B)	.898**	.012	75.337	.807
3. ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร (I)	.881**	.013	66.794	.775

หมายเหตุ: * $p < .05$, ** $p < .01$

โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (β) ทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 3.234 ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (CIF) มีค่าเท่ากับ .974 ดัชนี Trucker-Lewis Index (TLI) มีค่าเท่ากับ .964 ดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ .075 และดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ .025 และจะเห็นว่า น้ำหนักองค์ประกอบ (β) คุณภาพการบริการ มีค่าระหว่าง .763 - .842 เรียงค่าน้ำหนักจากมากไปน้อย ได้แก่ การรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ และการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ น้ำหนักองค์ประกอบ (β) ความพึงพอใจของลูกค้า มีค่าระหว่าง .828 - .872 เรียงค่าน้ำหนักจากมากไปน้อย ได้แก่ โดยภาพรวมท่านพึงพอใจในการให้บริการ มีความสุขทุกครั้งเมื่อมาใช้บริการ ยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก การบริการครบถ้วนถูกต้องตรงตามความต้องการ การบริการเป็นไปตามความคาดหวัง และการบริการเป็นที่ประทับใจ น้ำหนักองค์ประกอบ (β) ภาพลักษณ์ มีค่าระหว่าง .836 - .898 เรียงค่าน้ำหนักจากมากไปน้อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กรและภาพลักษณ์ตราหือ และผลการวิจัยยังพบว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการ (SQ) ซึ่งเป็นตัวแปรทำนายมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเป็นบวกเท่ากับ .928 นอกจากนี้ คุณภาพการบริการ (SQ) และความพึงพอใจของลูกค้า (CS) จะส่งผลโดยตรงทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเป็นบวกเท่ากับ .389 และ .593 ตามลำดับ ด้านอิทธิพลทางอ้อมพบว่า คุณภาพการบริการ (SQ) ได้ส่งอิทธิพลทางอ้อมผ่านความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ทำให้เกิดภาพลักษณ์ (BI) ฝ่ายรายได้ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลเป็นบวกเท่ากับ .550 เมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยรวมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (CS) ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอาคาร สำนักงานบุคลากรตรวจสอบสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า คุณภาพการบริการ (SQ) มีอิทธิพลส่งผลมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .928

ส่วนตัวแปรที่อิทธิพลโดยรวมทำให้เกิดภาพลักษณ์ (BI) เพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ คุณภาพการบริการ (SQ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .939 แสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ขนาดอิทธิพล

ตัวแปร ทำนาย	ตัวแปรผล					
	CS			BI		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
1.SQ	.928	-	.928	.389	.550	.939
2.CS	-		-	.593	-	.593

$\chi^2 = 216.683$, $df = 67$, $\chi^2/df = 3.234$, $p = .000$ CFI = .974 , TLI = .964, RMSEA = .075
และ SRMR = .025

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าระดับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน และโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ในแต่ละด้านมีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ที่มีความแตกต่างจาก ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และภาพลักษณ์ตราหือ ทำให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในการให้บริการประชาชน ควรให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร เนื่องจากประชาชนจะมองภาพรวมของหน่วยงาน ในแง่ของการบริหารจัดการบุคลากร ความรับผิดชอบต่องสังคมและการทำประโยชน์แก่สาธารณะ ส่งผลทำให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ยังคงต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการยังมีค่าอิทธิพลที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรด้วย

นอกจากนี้ยังพบว่าโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพการบริการประกอบด้วยความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ เป็นไปตามแนวคิด ทฤษฎีของ Parasuraman, Zeithaml & Berry, (1998) ซึ่งการให้ความสำคัญในด้านความเชื่อถือและความมั่นใจ โดยให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลักและตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการ การให้บริการที่ดีเยี่ยม และการเอาใจใส่ที่ดี พร้อมให้คำปรึกษา จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

และเกิดความประทับใจจนเกิดความจงรักภักดีต่อการมาใช้บริการ (ณัฐพงศ์ สันติธัญญาโชค, 2565) ซึ่ง Kotler (2000) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์องค์กรไว้ว่า เป็นวิธีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร สามารถเกิดขึ้นได้จากปัจจัยหลายประการโดยจำแนกได้ดังนี้ 1) ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ 2) ภาพลักษณ์ตราหือ 3) ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและชื่นชมธุรกิจ ความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้ใช้บริการอื่น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิมพ์ใจ เปียงงาม (2564) พบว่าคุณภาพการบริการและความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ซึ่งภาพลักษณ์องค์กรนั้นเป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์หรือมีความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงาน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ กรณฐพรครองภพ สท้านไตรภพ และธนกร สิริสุคันธา (2560) พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการแสดงออกทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตนเองอย่างดีหรือสมบูรณ์ที่สุด ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้เมื่อสภาวะแวดล้อมหรือสถานการณ์เปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนันทิธา พุมมาพันธุ์ (2560) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้วยวิธีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า” ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า มาจากความคาดหวังของลูกค้า (ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีไม่เท่ากัน) คุณภาพที่ลูกค้าได้จากประสบการณ์ และภาพลักษณ์นี้อาจจับต้องได้ เช่น ลักษณะทางกายภาพ และจับต้องไม่ได้ เช่น การบริการส่งผลต่อความพึงพอใจ กลายเป็นความจงรักภักดี เมื่อเกิดความจงรักภักดี จะแสดงออกในพฤติกรรมมารซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยที่ได้มา พบว่าอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้า และภาพลักษณ์ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครอบคลุมภาพลักษณ์ทั้งในมิติของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ภาพลักษณ์ตราหือ และภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร สะท้อนให้เห็นว่าในการพัฒนาภาพลักษณ์องค์กร องค์กรจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ การสร้างคุณภาพการบริการตามแนวทางดังกล่าวนี้ช่วยทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความพึงพอใจ จากการบริการที่เป็นไปตามความคาดหวัง ครบถ้วนถูกต้อง ประทับใจ มีความสุข และยินดีที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ทำให้เห็นถึงแนวทางในการสร้างคุณภาพการบริการที่ส่งเสริมภาพลักษณ์หน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจในด้านการบริการประชาชน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนด้านการบริการของหน่วยงานในการปรับปรุงหรือพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดี

2. คุณภาพการบริการ จากผลการศึกษา พบว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะในเรื่องของการรู้จักและเข้าใจผู้มาใช้บริการ (Empathy) ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ควรกำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานด้านบริการมีคุณลักษณะเฉพาะตัว เป็นคนช่างสังเกต

เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ให้เกิดบริการ ทำให้เกิดการเข้าใจผู้ใช้บริการว่าต้องการอะไร กำลังมองหาบริการด้านใด หรือกำลังเจอปัญหาอะไร เพื่อให้สามารถแนะนำการให้บริการได้อย่างตรงจุด ยิ่งผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและตอบสนองผู้ใช้บริการได้มากขึ้นเท่าใดหมายถึงความมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานก็จะมีเพิ่มขึ้นเช่นกัน

3. ภาพลักษณ์ จากการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ของฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากร ตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการกลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์มีความสำคัญ เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นการ ประเมินภาพรวมขององค์การจากการเรียนรู้ ความรู้สึก ประสบการณ์ ความเชื่อและค่านิยมส่วนตัวของผู้ลูกค้า ดังนั้นควรสร้างการจดจำภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ

4. ความพึงพอใจ จากการศึกษา พบว่าความพึงพอใจของลูกค้า ฝ่ายรายได้ ส่วนบัญชีและอากร สำนักงานศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในเชิงบวก ในเรื่องของการบริการที่ประทับใจ แสดงให้เห็นว่าการสร้างความประทับใจด้านการบริการ การสร้าง Service Mind หรือการมีจิตใจที่รักในด้านการบริการให้กับพนักงานทุกคนคือสิ่งที่สำคัญ และควรทำเป็นอย่างยิ่ง เพราะหากขาด Service Mind แล้วนั้น คงยากที่จะมัดใจผู้ใช้บริการ และไม่สามารถที่จะเปลี่ยนผู้ใช้บริการเหล่านี้ให้เป็นผู้ใช้บริการประจำได้ ซึ่งการมี Service Mind นั้นหมายถึงตั้งแต่การต้อนรับผู้ใช้บริการตั้งแต่ก้าวขาเข้าสู่ประตูหน่วยงาน พนักงานมีความนอบน้อมยินดีให้บริการ พุดจาไพเราะ พร้อมช่วยเหลือทุกเมื่อ หากสามารถสร้างความประทับใจหรือความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือเกิดความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และสามารถรักษาสู่ผู้ใช้บริการรายเดิมไว้ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาการหาแนวทางพฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ โดยจัดทำเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการสนทนากลุ่มหรือระดมความคิด ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของกรมศุลกากร กำหนดแนวทางร่วมกัน

2. ควรศึกษาความพึงพอใจ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการ เพิ่มเติม เพื่อจะได้หาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผู้มาใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรณฐพรครองภพ สหพันธ์ไตรภพ และธนกร สิริสุคันธา. (2560). ความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า ภาพลักษณ์สายการบินและความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 12(2). 139-152.

ณัฐพงศ์ สันติธัญญาโชค. (2565). การบริหารลูกค้าสัมพันธ์สมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สำนักงานเขต 14. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 9(1), 17-35.

- นัทธีรา พุมมาพันธุ์. (2560). การประเมินความพึงพอใจของลูกค้าด้วยวิธีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า.
วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 7(2), 165-174.
- ปณิตา นิลปิ่น. (2563). การยอมรับการใช้เทคโนโลยีทางการเงินในการชำระภาษีอากร ของสำนักงาน
ศุลกากรตรวจสินค้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พิมพ์ใจ เปียงงาม. (2564). คุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน
สรรพสามิตพื้นที่ลำปาง. มจร อุบลปริทรรศน์, 6(3), 561-573
- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้
บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาลเปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุทธิสินี ธีระธรรมสรณ์. (2561). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์องค์กร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิง
พฤติกรรมของผู้บริโภคธุรกิจสปาในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเพชรบูรณ์.
- Dam, S. M. & Dam, T. C. (2021). Relationships between Service Quality, Brand Image, Customer
Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and
Business*, 8(3), 585-593.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, A.D. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*.
London:Sage Publications.
- Hair, J. F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). New Jersey: Pearson Educational
International.
- Kaplan, D. (2000). *Structural Equation Model: Foundation and Extensions*. Thousand Oake:
Sage Publications.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Munyaradzi, W. & Saman, K. (2016). The Antecedents of Customer Loyalty: a Moderated
Mediation Model of Customer Relationship Management Quality and Brand Image.
Journal of Retailing and Consumer Services, 30(2), 262 – 270.
- Nunnally, J. C. & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed). New York: McGraw- Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item Scale for
Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Marketing*, 64,
Spring, 12-40.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit to Structural
Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-fit Measures.
Methods of Psychological Research, 8(2), 23-74

- Schreiber, J. B., Nora, A., Stage, F. K., Barlow, E. A., & King, J. (2006). Reporting Structural Equation Modeling and Confirmatory Factor Analysis Results: A Review. **The Journal of Educational Research**, 99(6), 323-338.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G., (2010). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. (3rd ed.). New York: Routledge.
- Zinkhan, G. M., Ganesh, J., Jaju, A., & Hayes, L. (2001). Corporate Image: A Conceptual Framework for Strategic Planning. **Enhancing Knowledge Development in Marketing**, 12(1), 152 – 160.

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

Factors Affecting the Investment Awareness of Generation Y in Digital Assets in Ubon Ratchathani

กัญจิญา จิรกาลสิริ^{1*} อัยรดา พรเจริญ² ภูมิภวิมล ปรมัตถ์วรโชติ³ ดุสิต จักรศิลป์⁴

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

⁴คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Khunchiya Chirakansiri^{1*} Irada Phorncharoen² Pimvimol Poramatworachote³ Dusit Juksil⁴

^{1,2,3}Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University

⁴Business School Ubon Ratchathani University

*Corresponding Author E-mail: Praweena.k@ubru.ac.th

(Received: November 14, 2023; Revised: January 1, 2024; Accepted: January 10, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างคือคนเจนเอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน 375 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม ร่วมกันพยากรณ์ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 73 โดยองค์ประกอบด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล, เจนเอเรชั่นวาย, ผลกระทบทางการเงิน

Abstract

This research aims to study the factors affecting the investment awareness of generation Y in digital assets in Ubon Ratchathani. The samples were 375 of generation Y in Ubon Ratchathani. The research instrument tools used is questionnaires. The statistics tools used for data analysis are percentages, means, standard deviations and multiple regression analysis.

The results showed that the factors affecting the investment awareness of generation Y in digital assets in Ubon Ratchathani consist of recognition, financial resource, risk from shortage, economic system and society and culture. The overall forecasting results accuracy was 73 %. The factors of recognition, financial resource, risk from shortage, economic system and society and culture have a positive influence on affecting the investment awareness of generation Y in digital assets in Ubon Ratchathani at the significance level of .01.

Keywords: Investment Awareness in Digital Assets, Generation Y, Financial Products

บทนำ

การออม ถือเป็นการวางแผนทางการเงินเพื่ออนาคต โดยการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เมื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำในอนาคต โดยทั่วไป การออมเงินควรออมเงินประมาณ 1 ใน 4 ของรายได้ในแต่ละเดือน ตามอัตราส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้ เช่น หากมีแผนที่จะใช้เงินก้อนใหญ่ในระยะเวลาอันใกล้ อาจจำเป็นต้องออมเงินมากกว่า 1 ใน 4 เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเงินเร็วขึ้น แต่หากมีรายได้น้อย และหนี้สินมาก อาจลดการออมลง เพื่อนำเงินจำนวนนี้ไปทยอยผ่อนชำระหนี้สินที่มีให้หมดก่อน แล้วค่อยออมเพิ่มขึ้น เป็นต้น เมื่อเริ่มออมเงินสิ่งที่จะต้องพิจารณาคือ จะเก็บเงินออมอย่างไร หากจะเก็บเป็นเงินสด แม้จะนำมาใช้จ่ายได้สะดวก แต่ก็เสี่ยงต่อการสูญหาย และไม่มีผลตอบแทนที่จะทำให้เงินออมเพิ่มขึ้นได้ ทางเลือกการออมเงินจึงอาจเป็นการมองหาผลิตภัณฑ์เพื่อการออมที่หลากหลายรูปแบบออกโดยสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น บัญชีเงินฝาก หรือผลิตภัณฑ์คล้ายเงินฝาก ซึ่งการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออมให้เหมาะสมกับความต้องการ และวัตถุประสงค์ในการออมนั้นสามารถพิจารณาได้จากผลตอบแทน และอัตราเงินเฟ้อ ผลตอบแทนจากการออม คือ ดอกเบี้ย ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการออม เพราะหากมีอัตราดอกเบี้ยสูง ผลตอบแทนเงินออมก็จะเพิ่มมากขึ้น ส่วนอัตราเงินเฟ้อเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ “ค่าของเงิน” (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2557) เนื่องจากการออมส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การลงทุนในหุ้น การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นต้น โดยเฉพาะการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการทำให้นักลงทุนสามารถลงทุน หรือซื้อขายกันได้ในรูปแบบออนไลน์ ในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนในยุคหรือเจนเนอเรชันใดต่างให้ความสนใจเกี่ยวกับการออม และการลงทุนเพิ่มมากขึ้น สินทรัพย์ดิจิทัล เป็นหน่วยอิเล็กทรอนิกส์ที่แสดงมูลค่าเหมือนสินทรัพย์ทั่วไป ซึ่งจำเป็นต้องไม่ได้ด้วยมือเปล่า ถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ แต่สามารถ ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนความเป็นเจ้าของได้ ใจความสำคัญคือการแลกเปลี่ยน “ไม่ต้องผ่านตัวกลาง” (ถ้าเป็นเงินสด การเก็บ ฝาก ถอน ต่าง ๆ จะต้องมีการออกหรือสถาบันการเงินเป็นคนลงบันทึกการทำธุรกรรม แต่พอเป็นสินทรัพย์ดิจิทัล ซึ่งทำงานอยู่บนออนไลน์ และระบบบล็อกเชน การทำธุรกรรมต่าง ๆ ก็จะถูกบันทึกโดยคอมพิวเตอร์) และการไม่ผ่านตัวกลาง ก็ทำให้สามารถซื้อ-ขายได้ 24 ชั่วโมง 7 วัน แบบไม่มีวันหยุด ทั้งนี้ประเทศไทยได้มีการออกพระราชกำหนดการประกอบธุรกิจสินทรัพย์ดิจิทัล พ.ศ. 2561 เพื่อกำกับดูแลการออกเสนอขาย และ

การประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถแบ่งสินทรัพย์ดิจิทัลได้เป็น 2 ประเภท ผ่านการพิจารณาตามลักษณะของการใช้งาน และสิทธิที่กำหนดไว้สำหรับผู้ถือ ได้แก่ 1) คริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) หรือสกุลเงินดิจิทัล (Digital Currency) เป็นหน่วยอิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นบนเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ สร้างขึ้นเพื่อเป็น “สื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า บริการ และสิทธิอื่นใด” โดยปัจจุบัน มูลค่าขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ซื้อ-ขายเป็นหลัก เพราะไม่ถูกควบคุมโดยหน่วยงานกลางใด คริปโตเคอร์เรนซีแรกของโลกที่รู้จักกันดีก็คือบิตคอยน์ (Bitcoin) 2) โทเคนดิจิทัล (Digital Token) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 2.1) โทเคนดิจิทัลเพื่อการลงทุน (investment token) เป็นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนระบบหรือเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ และ 2.2) โทเคนดิจิทัลเพื่อการใช้ประโยชน์ (Utility Token) เป็นการให้สิทธิแก่ผู้ถือในการเข้าร่วมลงทุนในโครงการหรือกิจการใด ๆ ของผู้ที่ดำเนินการออกโทเคนนั้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565)

กลุ่มคนในยุคปัจจุบันสามารถแบ่งกลุ่มจากช่วงอายุของประชากรด้วยหลักประชากรศาสตร์ (Demography) ของนักเศรษฐศาสตร์ ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 Baby Boomer หรืออีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งได้แก่ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 60-75 ปี กลุ่มที่ 2 คือ เจเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งได้แก่ กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 44-59 ปี กลุ่มที่ 3 คือ เจเนอเรชันวาย อายุระหว่าง 26-43 ปี กลุ่มที่ 4 คือ เจเนอเรชันแซท อายุระหว่าง 8-25 ปี โดยแต่ละกลุ่ม ในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์มีพฤติกรรมแตกต่างกัน อาทิ เจเนอเรชันวาย หรือ Generation Y หรือ ที่เรียกว่า ยุค Millennials คือ กลุ่มคนที่เกิดอยู่ในช่วง พ.ศ. 2523-2540 โดยคนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง และค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายาย กับรุ่นพ่อแม่ มีลักษณะนิสัยชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบ และไม่ชอบเงื่อนไข ต้องการความชัดเจนในการทำงาน จุดเด่นอีกอย่างคือ ความสามารถทำงานหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน คนรุ่นนี้ถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย และวัยทำงาน เนื่องจากให้ความสำคัญกับความสุขในชีวิต มีนิสัยประนีประนอม ช่างเจรจา ซึ่งรายงานของธนาคารแห่งประเทศไทย (2557) พบว่า เจเนอเรชันวาย ในประเทศไทยกว่าร้อยละ 50 (ประมาณ 7.2 ล้านคน) มีพฤติกรรมทางการเงินคือการเป็นหนี้ และเฉลี่ยภาระหนี้ต่อหัวสูงถึง 4.23 แสนบาท ที่น่าสนใจคือ กว่า 1.4 ล้านคน เป็นหนี้แบบผิมนัดชำระ ซึ่งคิดเป็นหนี้เสีย ร้อยละ 7 ของยอด NPL หรือ Non-Performing Loan และพบว่ามากกว่าร้อยละ 70 ของเจเนอเรชันวาย มีการผ่อนชำระที่ต้องเสียดอกเบี้ยจากการใช้บัตรเครดิต กับบัตรเครดิตเงินสด แต่ในทางกลับกัน ของคนเจเนอเรชันวายหลาย ๆ คน ก็ให้ความสนใจเกี่ยวกับการเงินการลงทุน หรือการออมเงินมากขึ้น (สนุก, 2566)

รายงานของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2565) พบว่าจำนวนผู้เข้าถึงการลงทุนในตลาดทุน และสินทรัพย์ดิจิทัลมีขนาดเทียบเท่า 1 ใน 3 ของจำนวนประชากรที่จ่ายภาษี และจำนวนผู้ลงทุนเพิ่มสูงขึ้นในทุกภูมิภาค สถิติการซื้อขายหลักทรัพย์ตามช่วงอายุ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2565 มีจำนวนนักลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มเจเนอเรชันวาย และกรุงเทพมหานครมีจำนวนนักลงทุนต่อจำนวนประชากรมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12.5 มูลค่าเงินลงทุนต่อค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 43 ในขณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนนักลงทุนต่อจำนวนประชากรคิดเป็นร้อยละ 1 มูลค่าเงินลงทุนต่อค่า GDP คิดเป็นร้อยละ 9 ซึ่งถือว่าน้อยที่สุด จังหวัดอุบลราชธานีเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีอัตราการลงทุนไม่มากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งหมด นักลงทุนเจเนอเรชันวายร้อยละ 90 ลงทุนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เท่านั้น และพฤติกรรมของนักลงทุนใหม่กลุ่มนี้ส่วนใหญ่สะสมกำไรไม่นาน แต่จะถอนขาดทุนได้มากกว่า สามารถยอมรับความเสี่ยงได้สูงมีการศึกษาสิ่งแวดล้อมทางการตลาด ลงทุนตามภาวะเศรษฐกิจ เพิ่มพูนความรู้ทางการเงิน

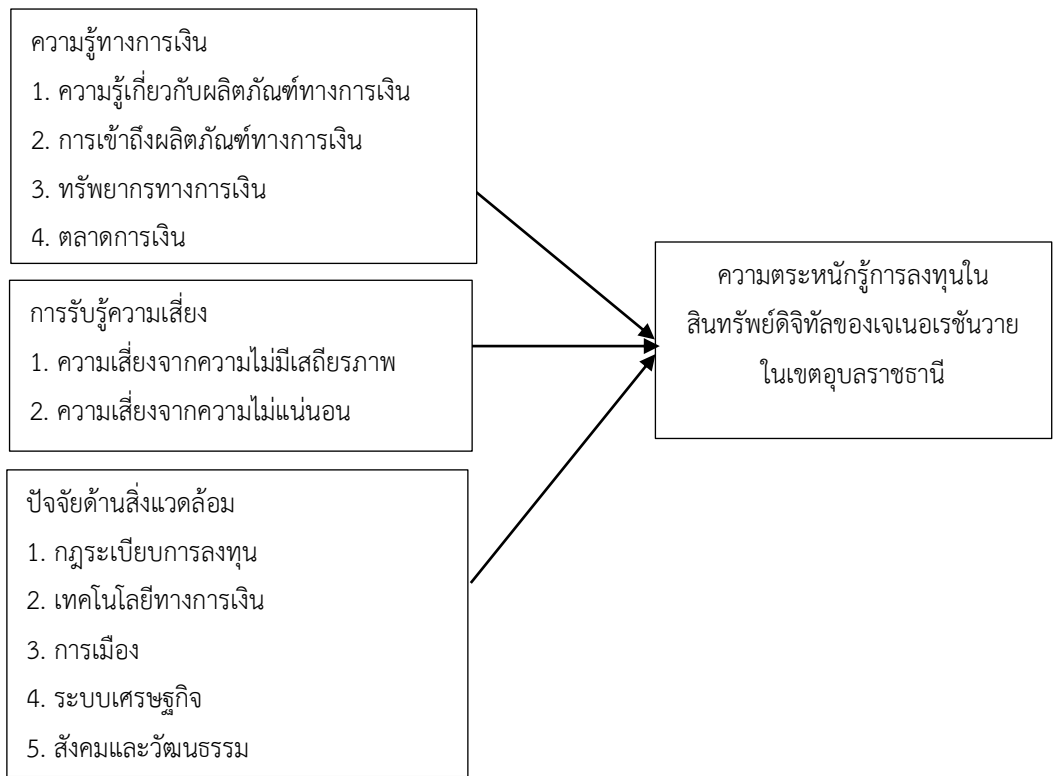
ดังนั้น การวางแผนการเงินถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยเตรียมความพร้อมเพื่อให้เกิดมั่นคงทางการเงิน ซึ่งควรเริ่มจากการปลูกฝังตั้งแต่วัยเด็กให้เกิดนิสัยการประหยัดอดออม และมีวินัยทางการเงิน เมื่อเข้าสู่วัยทำงานก็จะต้องมีการวางแผนทางการเงินทั้งในรูปแบบการออม และการลงทุนเพื่อตนเอง และคนในครอบครัว การวางแผนทางการเงินจึงมีความสำคัญมากในการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน กลุ่มคนเจนเอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มคนที่กำลังสร้างเนื้อสร้างตัวควรให้ความสำคัญต่อความตระหนักรู้ก่อนการลงทุนโดยเฉพาะในรูปแบบสินทรัพย์ดิจิทัลตามพฤติกรรมของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายซึ่งลงทุนผ่านอินเทอร์เน็ต และยอมรับความเสี่ยงได้สูง การวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักลงทุนเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งคาดว่าจะมีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มขึ้นอีกในอนาคต เมื่อมีการวางแผนการเงินและการลงทุนที่ดีจะได้ไม่มีปัญหาการเงินเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชั่นวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศ ต่างประเทศในเรื่องความรู้ทางการเงิน ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทรัพยากรทางการเงิน และตลาดการเงิน (ดวงกมล สุวรรณล้วน, 2562; Azhar et al., 2017; Saleem, 2021) การรับรู้ความเสี่ยง ได้แก่ ความเสี่ยงจากความไม่มีเสถียรภาพ และความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน (รุ่งตะวัน แซ่พั้ว, 2560; กษิตีค สังสีเพชร, 2564; Vasagadekar, 2014) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กฎระเบียบการลงทุน เทคโนโลยีทางการเงิน การเมือง ระบบเศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม (บรมกิก ดอนละคร และนรัชย์ อรินดีะทราย, 2561; อุบลวรรณ ขุนทอง, นริรัตน์ นันต์ชัยรัชตะ และบุญธรรม ราชรักษ์, 2563; กษิตีค สังสีเพชร, 2564; Azhar et al, 2017) ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล (ภัททิยา เฟื่องประไพ และบุญภา ปั่นทุรอมพร, 2564; จิรายุทธ ธารารุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์, 2564) และนำมาสังเคราะห์จนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่จะนำมาศึกษาเป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร และตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนในเขตจังหวัดอุบลราชธานีที่มีภูมิลำเนาตามข้อมูลทะเบียนราษฎร กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 (ช่วงอายุ 26-43 ปี) จำนวน 16,432 คน (เทศบาลนครอุบลราชธานี, 2564)

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 จำนวน 375 คน ได้มาโดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่างแบบทราบบจำนวนประชากร ผู้วิจัยใช้สูตรของ Yamane (1973) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n คือ ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

N คือ จำนวนประชากรที่ทราบค่า

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e = .05)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 6 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 ความรู้ทางการเงิน ประกอบไปด้วย ความรู้ทางการเงินด้านผลิตภัณฑ์ทางการเงิน การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ทรัพยากรทางการเงิน และตลาดการเงิน ตอนที่ 3 การรับรู้ความเสี่ยง ประกอบไปด้วย ความเสี่ยงจากความไม่มีเสถียรภาพ และความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย กฎระเบียบการลงทุน เทคโนโลยีการทางการเงิน การเมือง ระบบเศรษฐกิจ และสังคมและวัฒนธรรม และตอนที่ 5 ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชันวาย จำนวน 65 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบมาตราการวัดของ Likert Scale โดยกำหนดระดับความรู้ให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

การแปลความหมายเพื่อวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิดของ Best (1981)

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 แปลว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 แปลว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 แปลว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 แปลว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 แปลว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ได้ทำการทดสอบค่า IOC ผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่านมีค่าอยู่ระหว่าง .66-1.00 และทดสอบแบบสอบถามผู้วิจัย เลือกผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะใกล้เคียงกันแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เลือกจากกลุ่มเจนเอเรชันวาย ในเขตจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเช่นเดียวกันกับจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 50 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ .99

3. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Stepwise เนื่องจากมีความสะดวก และโปรแกรมจะพิจารณาตัวแปรที่ดีที่สุดเพื่อเข้าสู่สมการ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 สถานภาพโสด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 รองลงมาระดับ ปริญญาโท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 210 คน

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นเกี่ยวกับ ความรู้ทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับ ความรู้ทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ของเจนอเรชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ความรู้ทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และ ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความรู้ทางการเงิน			
1. ด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน	2.74	.94	ปานกลาง
2. ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	2.82	.89	ปานกลาง
3. ด้านทรัพยากรทางการเงิน	2.75	.96	ปานกลาง
4. ด้านตลาดการเงิน	2.75	.96	ปานกลาง
การรับรู้ความเสี่ยง			
5. ด้านความเสี่ยงจากความไม่มีเสถียรภาพ	2.74	.94	ปานกลาง
6. ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน	2.73	.95	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม			
7. ด้านกฎระเบียบการลงทุน	2.72	.94	ปานกลาง
8. ด้านเทคโนโลยีทางการเงิน	2.77	.85	ปานกลาง
9. ด้านการเมือง	2.70	.93	ปานกลาง
10. ด้านระบบเศรษฐกิจ	2.71	.86	ปานกลาง
11. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	2.74	.89	ปานกลาง
ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี	2.90	.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า ความรู้ทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นแต่ละด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดย 3 อันดับแรกคือด้านความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีระดับความเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.90) รองลงมา คือ ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ โดยมีระดับความเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.82) และด้านเทคโนโลยีทางการเงิน โดยมีระดับความเห็นในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ =2.77) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

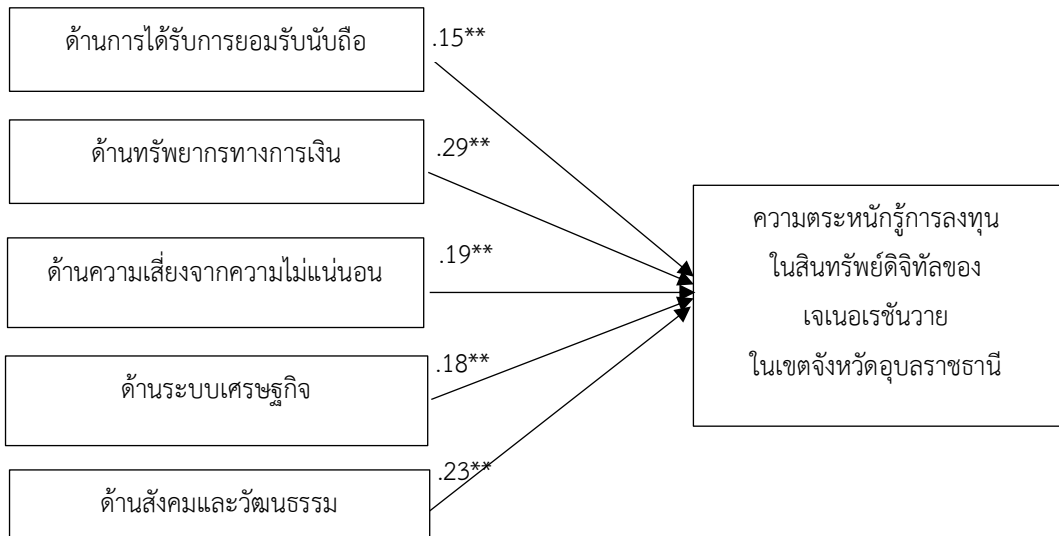
การวิเคราะห์ความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วม และตรวจสอบตัวแปรด้วยค่า Tolerance และค่า VIF ของความสัมพันธ์ขององค์ประกอบมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี มีค่าอยู่ระหว่าง .11-.25 และค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 3.98-9.15 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al (2010) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า .01 ค่า VIF มีค่าไม่เกิน 10 แสดงว่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล ไม่เกิดปัญหาความเป็นพหุสัมพันธ์ร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ขององค์ประกอบมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เป็นตามข้อตกลงเบื้องต้น และสามารถวิเคราะห์ค่าถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise เนื่องจากมีความสะดวกและโปรแกรมจะพิจารณาตัวแปรที่ดีที่สุดเพื่อเข้าสู่สมการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล เจนอเรชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized coefficients	t	P	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ	.14	.05	.15	2.75**	.01	.25	3.98
ด้านทรัพยากรทางการเงิน	.25	.07	.29	3.52**	.00	.11	9.15
ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน	.16	.06	.19	2.36**	.01	.12	8.44
ด้านระบบเศรษฐกิจ	.17	.07	.18	2.59**	.01	.15	6.82
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.21	.07	.23	3.08**	.00	.13	7.61
Constant = .71 n=375 F=90.93 Sig. =.00 R=.85 R ² =.73 R ² _{adj} =.73							

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Stepwise พบว่าด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม ร่วมกันพยากรณ์ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 73 ($R^2_{adj}=.73$) โดยองค์ประกอบด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตามเท่ากับ .85 ($R = .85$) สามารถนำมาแสดงเส้นทางพยากรณ์ ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 เส้นทางพยากรณ์ความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้ 1) ด้านการได้รับการยอมรับนับถือมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี 2) ด้านทรัพยากรทางการเงินมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี 3) ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี 4) ด้านระบบเศรษฐกิจมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี และ 5) ด้านสังคมและวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่ององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์พบว่า ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจเนอเรชันวาย ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการใช้บริการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ มีการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายช่องทาง การใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินในการลงทุนที่สอดคล้องกับรายได้ มีการลงทุนที่ได้รับความเป็นธรรมและโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ และมีการกำกับดูแลการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลเป็นการลงทุน

ทางเทคโนโลยี และมีความเสี่ยงสูง ดังนั้นหน่วยงานที่ให้บริการทางการเงินจึงต้องมีมาตรฐานในการให้บริการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงง่าย เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุน และให้ผลตอบแทนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับอริสา งามสรรพ (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อขายออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตัวสินค้ามีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อขายออนไลน์ ซึ่งนั่นหมายความว่าหากลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อระบบธนาคารออนไลน์ก็จะส่งผลให้มีการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ในระดับที่สูง ตรงกันข้ามหากลูกค้ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบธนาคารออนไลน์ก็จะส่งผลต่อการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับ ปัทมา สันเส็น (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ของลูกค้าธนาคารออมสิน ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่าทัศนคติของลูกค้าธนาคารออมสินที่มีต่อระบบธนาคารออนไลน์ โดยภาพรวมนั้นมีความสัมพันธ์กับระดับการยอมรับระบบธนาคารออนไลน์ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง หมายความว่า เมื่อลูกค้าธนาคารมีทัศนคติที่ดีต่อระบบธนาคารออนไลน์ก็จะส่งผลต่อการยอมรับในระบบธนาคารออมสินในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับ Azhar et al. (2017) ได้ศึกษาความตระหนักรู้ด้านการลงทุนของคนรุ่นใหม่ พบว่าระดับการรับรู้ในหมู่คนหนุ่มสาวในการลงทุนอธิบายได้จากหลายปัจจัย ดังนั้นผลลัพธ์ที่ได้จากแบบจำลองโครงสร้างจึงยืนยันว่าความตระหนักในการลงทุนของคนรุ่นใหม่ได้รับอิทธิพลจากความสนใจส่วนบุคคล การยอมรับช่องทางการลงทุน และความรู้ทางการเงิน

ด้านทรัพยากรทางการเงิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องการลงทุนในสถาบันการเงิน เช่น เงินฝากออมทรัพย์ เงินฝากประจำ สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องในการลงทุน เช่น เงินสด เครดิต การบริหารจัดการสรรพากรการเงินก่อนนำไปลงทุน การลงทุนเกี่ยวกับหุ้น พันธบัตร และการลงทุนเกี่ยวกับสกุลเงิน เนื่องจากการลงทุนในรูปแบบเงินฝากออมทรัพย์ หรือเงินฝากประจำเป็นการลงทุนที่ไม่มีความเสี่ยง หรือเกิดความเสี่ยงน้อยแต่ได้รับดอกเบี้ยตามที่สถาบันทางการเงินกำหนด จึงทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการอื่น ๆ จากสถาบันทางการเงิน เพื่อผลตอบแทนมาใช้ยามเกษียณซึ่งสอดคล้องกับโอภาส ฐาปนางษ์ (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการลงทุนธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคลกับบุคคลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า การเลือกลงทุนส่วนใหญ่ให้ความความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บเงิน จากผลตอบแทนมาใช้ยามเกษียณ เก็บเงินจากผลตอบแทนเพื่อใช้ในยามฉุกเฉินนำเงินที่ได้จากผลตอบแทนเพื่อมาทำธุรกิจ นำเงินจากผลตอบแทนเพื่อซื้อรถยนต์/บ้าน สำหรับรูปแบบการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภทต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภทเงินฝากออมทรัพย์ ประกันชีวิต และซื้อสลากออมสิน สอดคล้องกับ Vasagadekar (2014) ได้ศึกษาความตระหนักรู้ด้านการลงทุนของสตรีที่มีงานทำชาวอินเดีย พบว่า รูปแบบการลงทุนที่ปลอดภัย คือ การลงทุนในพันธบัตรแต่นักลงทุนมักจะลงทุนที่มีความเสี่ยงสูง และมีนักลงทุนอีกประเภทหนึ่งคือนักลงทุนระยะยาวเป็นนักลงทุนประเภทเทรดเดอร์และนักเก็งกำไรที่สามารถตัดสินใจลงทุนได้ด้วยตนเอง

ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของการยอมรับความเสี่ยงในการลงทุนอาจส่งผลกระทบต่อเงินเก็บในอนาคต การยอมรับความเสี่ยงจากผลตอบแทนที่ไม่ได้รับตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ การยอมรับความเสี่ยงในการนำเงินเก็บมาลงทุน การยอมรับความเสี่ยงที่ท่านไม่สามารถไปถึงเป้าหมายทางการเงินได้ และการยอมรับความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบทางการเงินในวัยเกษียณ เนื่องจากการลงทุนทำให้เงินที่ลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลอาจเกิดการผันผวนได้ตลอดเวลาอาจได้รับความเสียหายจากการลดค่าสกุลเงิน

ดิจิทัลทำให้ส่งผลกระทบต่อเงินเก็บในอนาคตได้ ดังนั้นผู้ลงทุนจึงต้องศึกษาด้านความเสี่ยงทุกครั้งก่อนลงทุน และสถาบันทางการเงินจะต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ลงทุนสินทรัพย์เพื่อไม่ให้เกิดความเสี่ยงเกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับปรารณอารี มูฮัมหมัดอัลโคลเลซ (2563) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงินอยู่ในระดับดี ผู้บริโภคมีความกังวลว่าจะถูกโจรกรรมทางการเงินจากการใช้สกุลเงินดิจิทัล มีความกังวลว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นในการใช้งานสกุลเงินดิจิทัล รู้สึกกังวลเรื่องการเสียภาษีหากมีการครอบครองสกุลเงินดิจิทัลมีความกังวลว่าค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมของสกุลเงินดิจิทัลจะมากกว่าการทำธุรกรรมปกติ รู้สึกกังวลว่าการใช้สกุลเงินดิจิทัลเป็นการสิ้นเปลืองเงินอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Saleem (2021) ได้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมของปากีสถาน พบว่าการลงทุนที่มีความเสี่ยงจะส่งผลต่อพฤติกรรมของนักลงทุน และความรู้ทางการเงินที่ดีจะทำให้สามารถตัดสินใจลงทุนและยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ และสอดคล้องกับ Vasagadekar (2014) ได้ศึกษาเรื่อง ความตระหนักรู้ด้านการลงทุนของสตรีที่มีงานทำชาวอินเดีย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 20 ที่ต้องการลงทุนในหุ้นที่มีความเสี่ยงสูง และร้อยละ 7 เป็นนักลงทุนประเภทเทรดเดอร์

ด้านระบบเศรษฐกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องกลุ่มเครือข่ายนักลงทุนที่สามารถให้คำปรึกษาแก้ไขปัญหาในการลงทุน ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการในการลงทุนของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายกฎหมาย ระเบียบ แบบแผนของสถาบันทางเศรษฐกิจ ได้แก่ สถาบันการเงิน การธนาคาร การลงทุน ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ หรือสถาบันทางเศรษฐกิจการเงิน การลงทุน และความรู้ ความเข้าใจก่อนตัดสินใจลงทุนร่วมผู้อื่นในสังคมเทคโนโลยีเพื่อให้ได้รับประโยชน์ เพื่อความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากการได้รับความรู้เกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบันเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ตัดสินใจในการลงทุนสินทรัพย์ดิจิทัล จึงต้องมีเครือข่ายกลุ่มนักลงทุนคอยให้คำปรึกษา หรือแนะนำ เพื่อให้เกิดความเข้าใจก่อนตัดสินใจลงทุนร่วมผู้อื่นในสังคมเทคโนโลยีเพื่อให้ได้รับประโยชน์ และความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับพรินทร์ อินท่า (2564) ศึกษากระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาวะเศรษฐกิจ พบว่า ปัจจัยด้านการลงทุนด้านภาวะเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ควรมีคำแนะนำการลงทุนตามภาพรวมภาวะเศรษฐกิจ จำนวนการซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลให้แก่กลุ่มลงทุน เพื่อเป็นแนวทางในการจัดพอร์ตการลงทุนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของประเทศและเศรษฐกิจโลก

ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความเข้าใจขนบธรรมเนียมประเพณีของกลุ่มคนยุคก่อนเทคโนโลยีที่ไม่สามารถเข้าถึงการลงทุนด้านเทคโนโลยี การให้ความรู้กับคนยุคก่อนเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการลงทุนในยุคเทคโนโลยี การยอมรับขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนยุคก่อนที่อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจลงทุน การนำเอาวิถีชีวิตของคนยุคก่อนเทคโนโลยีมาใช้ในการตัดสินใจลงทุน และความเข้าใจวิถีชีวิตของคนยุคก่อนเทคโนโลยีที่ไม่สามารถรับความเสี่ยงในการตัดสินใจลงทุนทางเทคโนโลยีของท่านได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้ผู้ให้บริการได้ทราบถึงการใช้งานเทคโนโลยีในกลุ่มสินทรัพย์ดิจิทัล ทำให้

เกิดการยอมรับในสังคม และสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตัดสินใจลงทุนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับศรัณย์ภัทร ปฏิพัฒน์พงศ์ (2565) ศึกษาความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรวัยทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าปัจจัยความคาดหวังในการใช้งานและสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัล ดังนั้นจึงสามารถสรุปให้ผู้ทำการศึกษากับความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัล เพื่อใช้ในการศึกษาและนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านต่าง ๆ ทั้งในภาคส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน หรือตัวบุคคล สามารถทำความเข้าใจถึงทัศนคติของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีความสำคัญกับความคาดหวังในการใช้งานและสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนเป็นลำดับแรก และสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ต่อได้ซึ่งในปัจจุบันการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรไทยเพิ่มสูงขึ้น และสินทรัพย์ดิจิทัลก็เริ่มถือเป็นส่วนหนึ่งที่มีการเริ่มนำเข้ามาเปลี่ยนแปลงธุรกรรมทางการเงินในหลากหลายด้าน และสอดคล้องกับ ปราบณานอารี มูฮัมหมัดอัลโคเลซ (2563) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัลของผู้บริโภคในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ความเสี่ยง ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถาม และมีผลต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล รวมถึงมีความกังวลถึงกฎหมายที่รองรับสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งเป็นสกุลเงินที่อาจได้รับการต่อต้านจากสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย

1.1 สำหรับสถาบันทางการเงินที่ให้บริการในการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลควรสร้างความน่าเชื่อถือเพิ่มเทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลการลงทุนที่ทันสมัย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับการลงทุนทุกรูปแบบเพื่อให้ผู้ลงทุนได้ศึกษายอมรับและมั่นใจในการใช้บริการกับสถาบันทางการเงินนั้น ๆ

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการวางแผนการออมของประเทศ ควรส่งเสริมความรู้ สร้างเครือข่ายและรูปการลงทุนที่ปลอดภัยสำหรับนักลงทุนรุ่นใหม่เพื่อลดความเสี่ยงของนักลงทุนในระยะยาว

1.3 นักลงทุนต้องตระหนักและสร้างวินัยในการออมและการลงทุนในสินทรัพย์ทุกรูปแบบโดยเฉพาะสินทรัพย์ดิจิทัลเนื่องจากข้อมูลและเทคโนโลยีมีมากมายหลายรูปแบบและปรับเปลี่ยนตลอดเวลา ผู้ลงทุนควรลงทุนกับสถาบันทางการเงินที่เชื่อถือได้ มีความเสี่ยงน้อย ลงทุนตามฐานเศรษฐกิจเฉพาะบุคคลและให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมที่เป็นจริงของผู้ลงทุน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นตัวแปรด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านทรัพยากรทางการเงิน ด้านความเสี่ยงจากความไม่แน่นอน ด้านระบบเศรษฐกิจ และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อความตระหนักรู้การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของเจนเอเรชันวายในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งการศึกษานี้สามารถปรับใช้กับเจนเอเรชันอื่น ๆ ได้ด้วย หรือสามารถปรับใช้ในพื้นเขตจังหวัดอื่น ๆ ได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาสภาพการออมและการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของกลุ่มคนที่เป็นพนักงานในหน่วยงานราชการที่มีเงินเดือนประจำเพื่อเห็นแนวโน้มการลงทุนและการออม
2. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในคริปโตเคอร์เรนซี
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลตอบแทนจากการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล
4. ควรศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการของผู้ลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- กษิติศ สังสีเพชร. (2564). การตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิรายุทธ์ ธารธรรุ่งเรือง และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสนใจใช้งานสกุลเงินดิจิทัลลิบรา. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, 16(2), 107-122.
- ดวงกมล สุวรรณล้วน. (2562). ความสนใจและความตระหนักรู้ในการวางแผนการออมเงินกับพฤติกรรม การออมเงินของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยทักษิณ. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). **มารู้จักสินทรัพย์ดิจิทัล (Digital Asset)**. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2565 จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/99-tsi-getting-to-know-digital-assets>.
- เทศบาลนครอุบลราชธานี. (2564). **สถิติประชากรประจำเดือน มกราคม 2566**. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <http://www.cityub.go.th/2022>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2557). **การวางแผนการเงิน**. สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2565 จาก <https://www.1213.or.th/th/moneymgt/finplan/Pages/planningsteps.aspx>.
- นพรินทร์ อินท่า. (2564). **กระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลของ นักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บรมกิจ ดอนละคร และนรชัย อรินตะทราย. (2561). **การเปิดรับเทคโนโลยี BlockChain ที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจลงทุนใน Cryptocurrency ของนิสิตและบุคลากรในมหาวิทยาลัยนเรศวร**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปรารธนาอารี มูฮัมหมัดอัลโคลเลซ. (2563). **การยอมรับเทคโนโลยีพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์และการรับรู้ ความเสี่ยงที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้สกุลเงินดิจิทัล**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ปัทมา สันเสน. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการยอมรับในระบบธนาคารออนไลน์ของลูกค้าธนาคารออมสินในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภัททิยา เพ็งประไพ และบุญกา ปันทุรอมพร. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัลบิตคอยน์ (Bitcoin) ของนักลงทุนรายย่อยในสถานการณ์ COVID-19. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รุ่งตะวัน แซ่พัว. (2560). การศึกษาพฤติกรรมออมและการลงทุนของ Generation X ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรัณย์ภัทร ปฏิพัฒน์พงศ์. (2565). การศึกษาความตั้งใจในการใช้งานสินทรัพย์ดิจิทัลของประชากรวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สนุก. (2566). Gen B, Gen X, Gen Y และ Gen Z อยู่ในกลุ่มอายุเท่าไร แต่ละเจนมีความแตกต่างอย่างไร. สืบค้นเมื่อ 28 มิถุนายน 2566 จาก <https://www.sanook.com/campus/1401267>.
- อริสา งามสรรพ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการซื้อขายสินค้าออนไลน์ (E-Shopping) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลวรรณ ขุนทอง, นริรัตน์ นันต์ชัยรัชตะ และบุญธรรม ราชรักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน กรณีศึกษาระบบการชำระเงินผ่านสมาร์ทโฟน ด้วยเทคโนโลยี Near Field Communication (NFC) ในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์, 14(32), 23-36.
- โอภาส ฐานาพงษ์. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการลงทุนธุรกรรมสินเชื่อระหว่างบุคคล กับบุคคลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล
- Azhar et al. (2017). Investment Awareness Among Young Generation. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 36(11), 126-135.
- Best, J. W. (1981). *Research in Education*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hair, et al. (2010). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. (2nd ed.). Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Saleem, S. (2021). *Determinants of Investment Behavior in Mutual Funds: Evidence from Pakistan*. Pakistan: Business School Government College University.
- Vasagadekar, P. (2014). A Research Paper on Investment Awareness Among Indian Working Women with Reference to Pune Region. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 5(6), 1333-1350.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rded.). New York: Harper & Row.

การพัฒนาด้านสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร

Social Development for the Sustainable Development of the Organization

สมภพ จุโลห์^{1*} พุฒิธร จิรายุส²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Somphop Julio^{1*} Puttithorn Jirayus²

^{1,2}Faculty of Business Administration, Southeast Asia University

*Corresponding Author E-mail: somphopj@hotmail.com

(Received: 19 July, 2023; Revised: 20 October, 2023; Accepted: 3 November, 2023)

บทคัดย่อ

บทความเรื่องการพัฒนาด้านสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้และความรับผิดชอบต่อแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนขององค์กร การพัฒนาที่ยั่งยืนคือการดำเนินธุรกิจไม่ว่าขนาดใหญ่หรือเล็กจำเป็นต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและความท้าทายหลายด้านธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนการพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็น “เรื่องสำคัญ” ที่ทุกธุรกิจต้องมีการวางแผนจัดการและบูรณาการตามลักษณะขององค์กร

คำสำคัญ: การพัฒนาสังคม, การพัฒนาอย่างยั่งยืน, การพัฒนาองค์กร

Abstract

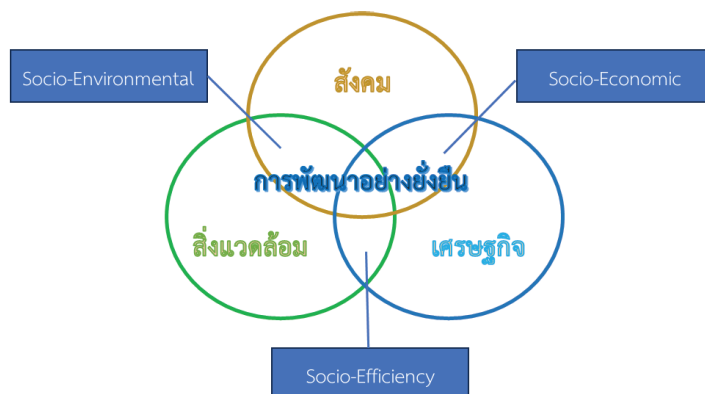
The objective of article on social development for sustainable development of the organization is to create awareness and responsibility for the organization's sustainable development guidelines. Sustainable development is business operations, whether large or small, having to face changes and challenges in many areas. Businesses must constantly adapt and develop themselves in order to survive and grow steadily and sustainably. Organizational development towards sustainability is therefore “Important matters” that every business must have plann, management and integration according to the nature of the organization.

Keywords: Social Development, Sustainable Development, Organizational Development

บทนำ

ประเทศไทยจำเป็นต้องจัดการกับความเหลื่อมล้ำและความไม่สมดุลระหว่างสภาพแวดล้อมและสังคม เป้าหมายรวมของประเทศไทยก็เช่นเดียวกันกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการผลิตของประเทศให้กลายเป็นประเทศที่มีรายได้สูง ไปสู่เศรษฐกิจแบบที่ภาคส่วนต่าง ๆ ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและมุ่งเน้นการเติบโตและการพัฒนาอย่างยั่งยืน นโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนการทำฟาร์มแบบดั้งเดิมสู่การทำฟาร์มแบบชาญฉลาด เปลี่ยนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิมให้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ชาญฉลาด เปลี่ยนการบริการต่าง ๆ แบบดั้งเดิมไปสู่การบริการที่มีมูลค่าสูง และเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจให้ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนา และอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สุทธิดา ศิริบุญหลง, 2564) จุดมุ่งหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ทำให้เกิดดุลยภาพของเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เพื่อการอยู่ดีมีสุขของประชาชน โดยการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดใหม่ที่แตกต่างกันจากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบเดิมที่มุ่งเน้นเฉพาะการเติบโตและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เป็นเหตุให้เกิดผลกระทบและปัญหาที่ตามมาจำนวนมากหลักการการพัฒนาอย่างยั่งยืนถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว และความพยายามในการหาทางออกจากความขัดแย้งในเรื่องการพัฒนาต่อไปในอนาคต โดยมีปัจจัยความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ข้อจำกัดทางด้านทรัพยากรและปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุ

ส่วนประกอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก อันได้แก่ ส่วนของระบบเศรษฐกิจ ระบบสังคม และระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสัมพันธ์และพึ่งพาซึ่งกันและกัน การพัฒนาอย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นในส่วนที่ทับซ้อนกันของ 3 องค์ประกอบ โดยส่วนประกอบทางด้านสังคมของการพัฒนาอย่างยั่งยืนจะต้องวางอยู่บนรากฐานของ 2 หลัก คือ หลักการความยุติธรรม และหลักการความเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมจะต้องมีความเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น อาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ที่มา: (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

การพัฒนาความยั่งยืนเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานในองค์กร ครอบคลุมหัวข้อด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อส่งเสริมให้เกิดการดำเนินการเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมโดยมีการนำปัจจัยสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เป็นปัจจัยหนึ่งในกระบวนการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบ ได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและนโยบายอย่างรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อความเป็นองค์กรเพื่อความยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ทุกบริษัทต้องนำไปปฏิบัติ เพื่อให้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของกลุ่ม ดังนี้

ด้านสิ่งแวดล้อม ดำเนินธุรกิจด้วยความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ด้านสังคม ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสู่สังคม โดยสนับสนุนให้ประชาชนมีความรู้ทางการเงินและสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่จำเป็น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

ด้านการกำกับดูแลกิจการ เสริมสร้างวัฒนธรรมด้านการกำกับดูแลและการบริหารความเสี่ยงที่เข้มแข็ง โดยสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในหลักการบริหารความเสี่ยงและการกำกับดูแลกิจการที่ดีในทุกๆระดับ สนับสนุนแนวทางการปฏิบัติเพื่อต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันที่อาจเกิดขึ้นได้ภายในองค์กร

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาด้านสังคม คือ กระบวนการหลายมิติซึ่งประกอบด้วยการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างทางสังคม ท่าทีของประชาชน สถาบันต่าง ๆ ของชาติ การเร่งรัดความเจริญเติบโต การลดความไม่เท่าเทียมกันและขจัดความยากจน นั่นคือการเปลี่ยนแปลงต่อระบบสังคมทั้งระบบ และมุ่งสู่การสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานของปัจเจกชนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมภายในระบบนั้นเป็นการก้าวออกจากสภาพชีวิตที่ไม่น่าพึงพอใจไปสู่สภาพชีวิตที่ดีกว่าทั้งในด้านวัตถุและรู้สึกนึกคิด

เนื้อเรื่อง

ความสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นขบวนการสร้างความเที่ยงธรรมความมีประสิทธิภาพและโครงสร้างที่มีส่วนร่วม เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งด้านต่างๆให้กับชุมชนและภูมิภาคโดยรอบ (สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) การที่องค์กรธุรกิจเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาทางด้านสังคมนั้นจะเป็นการเสริมสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ซึ่งจะเกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างภาคธุรกิจและภาคสังคม และส่งผลให้ทั้งสองภาคส่วนสามารถที่จะอยู่ร่วมกันได้อย่างยั่งยืน ลักษณะที่องค์กรควรเข้าไปมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม ได้แก่ การสร้างศักยภาพชุมชนในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การสร้างเสริมจิตสำนึกทางด้านสิ่งแวดล้อมและพลังงาน หรือการพัฒนาเยาวชนที่จะกลายมาเป็นกำลังสำคัญของชาติ ซึ่งการที่เข้ามามีส่วนร่วมขององค์กรในลักษณะดังกล่าวเป็นการสร้างประโยชน์สร้างองค์ความรู้แก่ชุมชน และเป็นวิถีทางที่เสริมสร้างศักยภาพแก่ชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้านสังคม

หลักการของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การที่จะเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้นต้องให้ความสำคัญถึงการสมดุลและความยั่งยืน โดยต้องให้ความสำคัญต่อบทบาทของชุมชนมากขึ้น และอาศัยกระบวนการที่นำพาภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผน การร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินติดตาม ร่วมประเมินผล และรับผลประโยชน์และผลกระทบต่าง ๆ จากการพัฒนาทุกขั้นตอน ซึ่งชุมชนต้องมีการทำงานเป็นองค์กรและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ของคนในชุมชนต่อการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชน

พิชิต หล่อจิระชุมกุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช (2564) การพัฒนาอย่างยั่งยืน จะต้องเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดความสมดุลหรือมีปฏิสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันในระหว่างมิติอันเป็นองค์ประกอบที่จะทำให้ชีวิตมนุษย์อยู่ดีมีสุข คือ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม จิตใจ รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งต่อคนในรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นอนาคต

อภิชาติ สถิตนิรามัย (2565) การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่มีผลกระทบในทางลบต่อความต้องการของคนรุ่นต่อไปในอนาคต เนื่องจากทุกครั้งที่มีการตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน ต้องมีการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลกระทบในทางลบต่ออนาคต การพัฒนาที่ยั่งยืนจึงเป็นแนวคิดในการแก้ปัญหานี้ โดยการพยายามอนุรักษ์ธรรมชาติไว้ในลักษณะที่เป็นส่วนรวมหรือมหภาค คือ หากมีความจำเป็นที่จะดำเนินการให้กระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อมในที่ใดที่หนึ่ง ก็จะต้องเสริมสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมในที่อื่น ๆ เป็นการชดเชยเพื่อให้เห็นคุณภาพสิ่งแวดล้อมคงอยู่ได้ดังเดิม

อาจกล่าวได้ว่า ในโลกที่ทุกคนกำลังสนใจเรื่องวิถีชีวิตที่ยั่งยืนนั้น องค์กรต่างก็หันมาใส่ใจการสร้างองค์กรให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable Organization) เช่นกัน การยั่งยืนนั้นไม่ใช่เพียงแค้อยู่ในระยะยาวเท่านั้น

แต่เป็นการยืนหยัดด้วยการวางรากฐานที่แข็งแกร่ง และพร้อมจะเติบโตไปกับสังคมอย่างเกื้อกูลกัน รวมถึงอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างลงตัว ความยั่งยืนนั้นไม่สามารถสร้างได้คนเดียว แต่จะต้องเกิดจากการร่วมมือกันของทุกฝ่ายทั้งในและนอกองค์กรที่มีส่วนช่วยพัฒนาให้องค์กรเจริญเติบโตยิ่งขึ้นไปเรื่อย ๆ และเอื้อประโยชน์ให้ทุกฝ่ายอยู่ร่วมสังคมเดียวกันอย่างมีความสุข

การพัฒนาอย่างยั่งยืน: การพัฒนายุคโลกาภิวัตน์

สุทธิดา ศิริบุญหลง (2564) กล่าวว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นหลักการจัดองค์การเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนามนุษย์ พร้อมกับยังรักษาความสามารถของระบบธรรมชาติไว้เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติและบริการระบบนิเวศซึ่งเศรษฐกิจและสังคมต้องพึ่งพา โดยผลที่คาดหวัง คือสภาพสังคมที่มีการใช้ภาวการณ์ครองชีพและทรัพยากรเพื่อบรรลุความต้องการของมนุษย์โดยไม่บ่อนทำลายบูรณภาพและเสถียรภาพของระบบธรรมชาติ การพัฒนาอย่างยั่งยืนยังนิยามได้ว่าเป็นการพัฒนาที่บรรลุความจำเป็นในปัจจุบันโดยไม่ลดทอนความสามารถของชนรุ่นหลังในการบรรลุความจำเป็นของพวกเขาเป้าหมายความยั่งยืน เช่นเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับสหประชาชาติปัจจุบัน จัดการกับความท้าทายทั่วโลก รวมทั้งความยากจน ความเหลื่อมล้ำ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเสื่อมโทรมของธรรมชาติ สันติภาพและความยุติธรรม

มนทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืนสมัยใหม่ มีรากฐานมาจากความคิดก่อนหน้านี้เกี่ยวกับการจัดการอย่างยั่งยืนและความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อมในคริสต์ศตวรรษที่ 20 เมื่อการพัฒนามโนทัศน์การพัฒนาอย่างยั่งยืนดำเนินไป มันได้เลื่อนความมุ่งสนใจต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการปกป้องสิ่งแวดล้อมสำหรับชนรุ่นหลังมากขึ้น เศรษฐกิจสมัยใหม่กำลังต่อสู้เพื่อประนีประนอมระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างทะเยอทะยานและข้อผูกมัดในการสงวนทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ ซึ่งปกติทั้งสองประเด็นนี้มักมองว่ามีสภาพขัดแย้งกัน

ณรงค์ ณ เชียงใหม่ (2565) กล่าวว่า การพัฒนาแบบยั่งยืนสามารถครอบคลุมสองลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรก เน้นเรื่องการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบมีขีดจำกัดโดยมุ่งเน้นวิธีของประชาชนที่มีเศรษฐกิจพอเพียง สามารถอยู่ได้ท่ามกลางกระแสวิกฤตหรือเศรษฐกิจที่ปั่นป่วน โดยประการแรกคือ เน้นหลักความพอดีและการตอบสนองต่อความจำเป็นพื้นฐานเท่าที่จำเป็น ประการที่สอง เน้นเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือทรัพยากรธรรมชาติ เพราะว่าธรรมชาติไม่ได้มีไว้เพื่อให้นักุณยนำไปใช้อย่างฟุ่มเฟือยและล้างผลาญ วิธีของการรักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรหรือการใช้สอยให้คุ้มค่าและได้ใช้น้อยลง อย่างไรก็ตามประเด็นนี้กำลังเป็นที่สนใจ เพราะความสัมพันธ์กับประชากร การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การเพิ่มประชากร และเทคโนโลยีขาดความสมดุล อย่างไรก็ตามวิธีการพัฒนาแบบยั่งยืนควรจะสามารถทำได้อย่างน้อยสามด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านนิเวศวิทยา

สรุปได้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นเรื่องของการพัฒนาที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ ประหยัด ไม่สูญเปล่า เพื่อให้การ

สะสมความมั่งคั่งยังคงดำเนินต่อไปได้ การพัฒนาอย่างยั่งยืนจึงกลายเป็นความยั่งยืนของการพัฒนามากกว่าความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพสังคมและคุณภาพชีวิต

กรอบวิสัยทัศน์และออกแบบประเทศไทยที่มุ่งเน้นที่วาระการปฏิรูป (Reform Agenda) คือการปฏิรูปประเทศในประเด็นปัญหาที่สะสมเรื้อรังมานาน เพื่อให้ประเทศกลับเข้าสู่สภาวะปกติและวาระการปรับเปลี่ยน (Transformation Agenda) โดยมีกลไกหลัก ได้แก่ (1) กลไกขับเคลื่อนผ่านการสร้างและยกระดับผลิตภาพ (Productive Growth Engine) (2) กลไกขับเคลื่อนที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive Growth Engine) และ (3) กลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green Growth Engine) ซึ่งสรุปได้ว่ามิติของสังคม มีความสำคัญอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีแนวคิดคุณภาพสังคม (Social Quality) ซึ่งประกอบด้วย ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม การสร้างโอกาสอย่างเป็นธรรมโดยไม่แบ่งแยก การเสริมสร้างพลังทางสังคม และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม ด้านคุณภาพชีวิต (Quality of Life) ซึ่งมีเป้าหมายยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนให้ดีขึ้น เสริมสร้างความมั่นคงของมนุษย์ เปรียบเสมือนการพัฒนาพื้นฐานขั้นต่ำของการดำรงชีวิตอย่างอยู่ดีมีสุข และเป็นรากฐานในการพัฒนาดลอดช่วงอายุ การยกระดับการพัฒนามนุษย์ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทุนมนุษย์ หมายถึง การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นและเกิดการขยับขึ้นทางสังคม (Social Mobility)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาสังคม ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาประชาชนให้พึ่งตนเองได้มากขึ้น โดยภาครัฐให้การช่วยเหลือ สนับสนุน เฉพาะที่จำเป็นและเหมาะสม ลดการสนับสนุนสวัสดิการแบบให้เปล่า เพื่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างแท้จริง

แนวคิดการพัฒนาสังคมคุณภาพ (Social Quality Development)

สังคมคุณภาพ คือ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความสามัคคีทางสังคม การรวมตัวทางสังคม และเงื่อนไขสำหรับการให้อำนาจทางสังคม สิ่งเหล่านี้แสดงเป็นสี่ด้านซึ่งเป็นผลผลิตของความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการระดับโลกและกระบวนการทางชีวประวัติในแง่หนึ่ง ตามแบบจำลองคุณภาพทางสังคม (Abbott & Wallace, 2011) ที่กล่าวถึง กลุ่มแรก คือ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม หรือการประกันว่าผู้คนมีทรัพยากรเมื่อเวลาผ่านไปเพื่อให้สามารถรับมือกับชีวิตประจำวัน เพลิดเพลินกับวิถีชีวิต และรับประโยชน์และโอกาสจากการเป็นพลเมือง ซึ่งเกี่ยวกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจตลอดช่วงชีวิต ที่สามารถเข้าถึงบริการสวัสดิการที่มั่นคง กลุ่มที่สอง คือ ความสามัคคีทางสังคม เป็นกาวที่ผูกมัดสังคมเข้าด้วยกันและสร้างความไว้วางใจ (Brundtland Report, 1987) กำหนดให้มีหลักนิติธรรมที่จำเป็นสำหรับการมีส่วนร่วมทางสังคมและให้ความมั่นคงและความต่อเนื่องทางสังคม ความสามัคคีทางสังคมในระดับที่เพียงพอเป็นสิ่งที่ช่วยให้พลเมือง ดำรงอยู่ในฐานะมนุษย์ที่แท้จริง ในฐานะสิ่งมีชีวิตทางสังคม กลุ่มที่สาม คือ การรวมเข้าสังคม คือระดับที่ผู้คนมีและรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน องค์กร

และระบบสังคม รวมถึงความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเครือญาติและเพื่อน ๆ ตลอดจนการเป็นสมาชิกของเครือข่ายที่ หลวม เป็นแนวคิดที่ซับซ้อนและจำเป็นต้องตระหนักถึงความจำเป็นของการรวมกลุ่มทางสังคมแบบพหุนิยม เพื่อ อำนวยความสะดวกในการรวมบุคคลและชุมชน และกลุ่มที่สี่ คือ เจเนอรัลสำหรับการให้อำนาจทางสังคม กำหนดให้เจเนอรัลของวัตถุประสงค์มีอยู่จริงและบุคคลมีความสามารถที่จะใช้โอกาสที่มีและมีความพร้อม การให้อำนาจครอบคลุมทั้งวิธีการที่ผู้คนสามารถได้รับอำนาจ - ระดับสุขภาพและการศึกษาของพวกเขา แต่รวมถึง ความรู้สึกส่วนตัวของสิทธิเสรีด้วย

พื้นฐานของคุณภาพสังคมเกิดจากนโยบายสาธารณะ ซึ่งรวมถึงนโยบายเศรษฐกิจ นโยบายตลาด แรงงาน และนโยบายสังคม ในขณะที่บริบทของนโยบายเป็นตัวกำหนดคุณภาพของสังคม มันยังถูกกำหนดโดย บริบทในลักษณะที่ความต้องการที่แตกต่างกันของมนุษย์และสังคมถูกป้อนกลับเข้าสู่กระบวนการนโยบาย นโยบายสาธารณะที่สื่อสารโดย Social Quality จะรวมถึงนโยบายเศรษฐกิจที่ทำให้ความเป็นอิสระ นโยบายที่ เปิดทางให้ตลาดแรงงานมีส่วนร่วม นโยบายทางสังคมเพื่อรักษาศักดิ์ศรีส่วนบุคคล เพื่อส่งเสริมความเป็นน้ำหนึ่งใจ เดียวกันทางสังคม และการให้อำนาจขับเคลื่อนโดยนโยบายการศึกษาและสุขภาพ ตลอดจนกระบวนการให้ คำปรึกษาซึ่งสอดคล้องกับความหมายของการพัฒนาสังคมคุณภาพ ในยุทธศาสตร์กระทรวงการพัฒนาสังคมและ ความมั่นคงของมนุษย์ พ.ศ. 2560 – 2564 ประกอบด้วย 4 มิติ มิติที่ 1 ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม มิติที่ 2 การสร้างโอกาสอย่างเป็นธรรมโดยไม่แบ่งแยก มิติที่ 3 การเสริมสร้างพลังทางสังคม และมิติที่ 4 ความเป็น อันหนึ่งอันเดียวกันของสังคม (คะเนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม และคณะ, 2565)

แนวคิดการพัฒนาสังคมสวัสดิการ (Welfare Society Development)

แนวคิดการพัฒนาสังคมสวัสดิการ เป็นแนวคิดที่เสนอให้ภาคส่วนอื่นของสังคมเข้าร่วมรับภาระในการ จัดสวัสดิการ เช่น ด้านการเงิน หรือด้านการบริหารจัดการ ตัวอย่างเช่น การเข้าร่วมให้บริการสวัสดิการโดยส่วน ชุมชน มีบทบาทในการดูแลทุกข์สุขของประชาชนมานานในรูปแบบต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การช่วยเหลือเกื้อกูลระหว่าง เพื่อนบ้านยามเจ็บไข้ได้ป่วย การแบ่งปันอาหาร ยารักษาโรค ที่พักอาศัย เป็นต้น ไปจนถึงการร่วมก่อตั้งสหกรณ์ หรือกลุ่มอาชีพในรูปแบบต่าง ๆ การพึ่งพิงวัด เป็นต้น ส่วนภาคธุรกิจ ควรแทรกการจ้ดสวัสดิการสังคมไว้ใน แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจ (Corporate Social Responsibility: CSR) หรือแนวคิดวิสาหกิจ สังคม (Social Enterprise) ซึ่งนอกจากข้อดีโดยตรงในการลดภาระภาครัฐและลดการบิดเบือนกลไกตลาดแล้ว ภาคธุรกิจยังสามารถเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการสวัสดิการได้ด้วย เช่น การฝึกอบรมด้านการทำ บัญชีให้สหกรณ์ และสวัสดิการ เป็นต้น (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2564)

แนวคิดการพัฒนาสังคมสงเคราะห์ (Social Work Development)

งานสังคมสงเคราะห์เป็นอาชีพตามหลักฐานที่มีประวัติการวิจัยและสิ่งพิมพ์ด้านจิตวิทยามานาน นักสังคมสงเคราะห์มีชุดเครื่องมือมากมายสำหรับปฏิบัติต่อบุคคลและช่วยรักษาชุมชน ทฤษฎีและวิธีการสังคมสงเคราะห์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์สมัยใหม่ ซึ่งมีทฤษฎีที่ใช้ในปัจจุบัน ได้แก่ (1) ทฤษฎีจิตสังคม (2) ทฤษฎีความผูกพัน (3) ทฤษฎีระบบ (4) ทฤษฎีพฤติกรรม (5) ทฤษฎีความรู้ความเข้าใจ (6) ทฤษฎีพฤติกรรมทางปัญญา (7) ทฤษฎีการสร้างแรงบันดาลใจ (8) ทฤษฎีการเสริมอำนาจ (9) รูปแบบการเน้นงานเป็นศูนย์กลาง (10) การแทรกแซงในภาวะวิกฤต (11) วิธีการเล่าเรื่อง (University of Nevada) เป็นศาสตร์และศิลป์ของการจัดบริการ เพื่อช่วยส่งเสริมความสามารถของบุคคล ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ของตน ที่มีอยู่ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นสุข (ยุพา วงศ์ไชย, 2560)

บทสรุป

การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างมีส่วนร่วม ภายใต้การให้ความสำคัญกับการประสานการทำงานจากทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อความชัดเจนในการกำหนดแผนการดำเนินงานในระยะสั้นและระยะยาวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับประเทศไทย เพื่อช่วยให้ทราบถึงสถานะของการดำเนินงานด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทยภาพอนาคตของประเทศไทย จึงต้องแสวงหาทางออกที่นำไปสู่เป้าหมายในการพัฒนาประเทศร่วมกันของคนในชาติโดยมีเป้าหมายสูงสุด คือ การพัฒนาคนให้มีคุณภาพ คุณธรรม และความสุข ก่อให้เกิดให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืนอันจะนำมาสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งผลให้คนมีความสุขอย่างแท้จริง การพัฒนาที่บูรณาการให้เกิดองค์รวม คือ องค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะมาประสานกันครบองค์มีคุณภาพ คือ ธรรมชาติแวดล้อมกับเศรษฐกิจจะต้องบูรณาการเข้าด้วยกัน จะทำให้เกิดสภาพที่เรียกว่าเป็นภาวะยั่งยืนทั้งในทางเศรษฐกิจและในทางสภาพแวดล้อม การคุ้มครองสภาพแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้มนุษย์เป็นแกนกลางการพัฒนาเพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างคน ธรรมชาติ และสรรพสิ่ง เพื่อให้อยู่ร่วมกันด้วยความเกื้อกูลกัน ไม่ทำลายล้างกัน ทุกสิ่งในโลกก็จะอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องครอบคลุมทุกด้าน ดังนี้

มิติทางเศรษฐกิจ การทำให้เกิดดุลยภาพของการพัฒนา คือ เศรษฐกิจที่มีรากฐานมั่นคงมีขีดความสามารถในการแข่งขันและสามารถพึ่งตนเองได้ โดยมีเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นแนวคิดหลักใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการทำให้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ประชาชนมีความมั่นคงปลอดภัยและสามารถพึ่งพาตนเองได้ในที่สุด

มิติทางสังคม หมายถึง วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นระเบียบวิถีชีวิตของสังคมที่ทำให้มนุษย์ปรับตัวและดำรงชีวิตอยู่กับสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นได้ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และให้รวมถึงศาสนาธรรมซึ่งเป็นระเบียบจิตใจของคนในสังคมที่ทำให้สังคมอยู่ได้โดยสงบสุข สิ่งเหล่านี้ล้วนถือเป็นการสร้างเงื่อนไขสังคมใหม่ให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพัฒนาที่พึงปรารถนาก่อให้เกิดความเอื้ออาทร ความรัก ความสามัคคี สมานฉันท์ต่อกัน ชุมชนสังคมมีความเข้มแข็ง

มิติทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ทั้งเป็นสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต เกี่ยวโยงสัมพันธ์กันเป็นระบบนิเวศน์ที่สามารถให้คุณและให้โทษต่อมนุษย์ได้ทั้งที่ขึ้นกับความสมดุลหรือไม่สมดุลของระบบนิเวศ โดยจะต้องมีการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัฒนาเทคโนโลยีและการพลังงาน ที่สะอาด ปลอดภัย และปลอดภัยเพื่อการมีสภาพแวดล้อมที่ดี

ข้อเสนอแนะ

ผู้เขียนขอเสนอแนะการพัฒนาด้านสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร ดังนี้ ความยั่งยืน คือ การยืนหยัดอย่างต่อเนื่องไปในระยะยาว ฉะนั้นองค์กรที่มีเป้าหมายในการพัฒนาองค์กรให้ยั่งยืน จะต้องมีความวิสัยทัศน์ที่มองการณ์ไกล คิดทำสิ่งใดไม่ใช้การหวังผลแค่ระยะสั้น แต่เป็นการวางรากฐานเพื่อให้องค์กรเติบโตได้ในระยะยาว การเติบโตในระยะยาวที่มั่นคงย่อมต้องมีรากฐานที่แข็งแกร่ง มีการวางแผนที่มองการณ์ไกล ตลอดจนคนในองค์กรให้ความร่วมมือในการขับเคลื่อนองค์กรไปในทิศทางที่วางไว้อย่างดีเยี่ยม รวมไปถึงสังคมยังส่งเสริมสนับสนุนให้องค์กรนั้นเจริญเติบโตและก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง

แนวปฏิบัติขององค์กรธุรกิจเพื่อสังคม

1. การกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร องค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่ต้องการพัฒนาด้านตนเองไปสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจนั้นจะต้องมุ่งมั่นและเอาจริงนับตั้งแต่เริ่มต้น ด้วยการกำหนดความคิดของตนให้อยู่ในแนวทางธุรกิจเพื่อสังคมอย่างมั่นคง เข้มแข็ง กำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กรให้เป็นเข็มทิศชี้ทางเดินที่ถูกต้องไว้แต่ต้น เพื่อเป็นหลักประกันว่าแนวปฏิบัติขั้นตอนต่อไปจะอยู่ในแนวทางที่เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่ยั่งยืนได้จริง

2. การกำหนดยุทธศาสตร์ขององค์กร เป็นการสร้างความชัดเจนของวัตถุประสงค์ขององค์กร แล้ววางแผนทางที่จะไปสู่จุดนั้น ซึ่งผ่านการศึกษาวิเคราะห์แล้วเป็นอย่างดีว่าเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพสังคมภายนอกที่องค์กรดำรงอยู่ และสอดคล้องกับความเข้มแข็งหรืออ่อนแอขององค์กร

แนวปฏิบัติของภาคประชาคม

1. การรับรู้ของประชาคมต่อองค์กร สร้างความเป็นเจ้าของร่วมของทุกภาคส่วนในการดำเนินงานไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางที่ชัดเจนต่อการทำงาน

2. การมีจิตสำนึกเป็นเจ้าขององค์กร เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับหลักการและแนวคิดในการสร้างความสำเร็จในการทำงาน ด้วยจิตสำนึกรักองค์กร (Organization Awareness) จิตสำนึกการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าขององค์กร

แนวปฏิบัติของภาครัฐ

1. การกำหนดการส่งเสริมเชิงนโยบาย
2. การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสารและพัฒนาองค์ความรู้
3. การสร้างจิตสำนึกในการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม
4. การสนับสนุนให้มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่เป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมที่สมบูรณ์
5. การส่งเสริมการลงทุน

เอกสารอ้างอิง

คะนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม และคณะ. (2565). แนวทางการเสริมสร้างประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมตามรัฐธรรมนูญ

แห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540: ปัญหา อุปสรรค และทางออก. กรุงเทพฯ: ธรรมดาเพลส.

ณรงค์ ณ เชียงใหม่. (2565). อนาคตไทย พ.ศ. 2585 มองจากทัศนไทยในอีกสองทศวรรษ. สืบค้นเมื่อ

7 กรกฎาคม 2566 จาก <https://www.the101.world/scenarios-in-the-next-20-years/>.

พิชิต หล่อจิระชุมกุล และจิราวัลย์ จิตรถเวช.(2564). รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาดัชนีและตัวชี้วัด

การพัฒนายั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ยุพา วงศ์ไชย. (2560). Social Work. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก [http://chaninsocwork.](http://chaninsocwork.blogspot.com/2007/08/blog-post_29.html)

[blogspot.com/2007/08/blog-post_29.html](http://chaninsocwork.blogspot.com/2007/08/blog-post_29.html).

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2564). สู่ระบบสวัสดิการสังคมถ้วนหน้าภายในปี 2564.

สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก <http://tdri.or.th/wp-content/uploads/2012/12/m67.pdf>.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาประชากรเพื่อการพัฒนาประเทศ

ระยะยาว (พ.ศ. 2565 – 2580). สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก [https://www.nesdc.go.th/](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13500)

[ewt_dl_link.php?nid=13500](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13500).

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ภาพสังคมไทย ไตรมาสสี่และภาพรวมปี 2565.

สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13633&filename=socialoutlook_report)

[13633&filename=socialoutlook_report](https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=13633&filename=socialoutlook_report).

- สุทธิดา ศิริบุญหลง. (2564). การพัฒนาแบบยั่งยืน: กระบวนการกระทำทางเศรษฐกิจสังคม (Metabolism) และการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก <https://www.oocities.org/tokyo/dojo/6860/suthida.htm>.
- อภิชาติ สถิตนิรามัย. (2565). รัฐธรรมนูญ การกระจายอำนาจและการมีส่วนร่วมของประชาชน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดียนตุลา.
- Abbott, P. & Wallace, C. (2011). *Social Quality: A Way to Measure the Quality of Society*. Retrieved July 7, 2023, from https://aura.abdn.ac.uk/bitstream/handle/2164/2524/fulltext_2_.pdf;jsessionid=510C2F0B0A4DA195E4122594825E42F0?sequence=1.
- Brundtland Report. (1987). *Our Common Future*. Retrieved July 7, 2023, from <https://www.are.admin.ch/are/en/home/media>.

แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ

Management Guidelines That Help Businesses Survive in The Crisis of Low-cost Airlines

ณัฐนัน บุญยวิชญ์กานนท์^{1*} พุฒิธร จิรายุส²

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Nat Boonyavichkanont^{1*} Puttithorn Jirayus²

^{1,2}Faculty of Business Administration, Southeast Asia University

*Corresponding Author E-mail: boytmk@gmail.com

(Received: July 19, 2023; Revised: October 16, 2023; Accepted: October 31, 2023)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการศึกษาถือเป็นองค์ความรู้ใหม่สำหรับแนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่รู้จักในนาม AIC MODEL ประกอบด้วยแนวทางสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ปรับตัว หมายถึง ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งในเรื่องการบริการจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและอยู่รอด และต้องเข้าใจวิกฤตการณ์จริงที่เกิดขึ้นเพื่อประมวลเป็นองค์ความรู้ในการปรับแนวทางหรือทิศทางดำเนินธุรกิจให้อยู่รอด 2) ปรับปรุง หมายถึง นำเอาข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาปรับใช้เพื่อปรับปรุงองค์การให้เหมาะสมกับบริบททางธุรกิจและสถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤต และ 3) เปลี่ยนแปลง หมายถึง การปรับเปลี่ยนองค์การอาจเป็นการปรับเปลี่ยนทั้งหมดที่เรียกว่า “พลิกโฉม” หรือปรับเปลี่ยนบางแผนกที่เป็นจุดอ่อนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, ภาวะวิกฤต, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

This article aims to study management approaches that help businesses survive in the crisis of low-cost airlines. The result of the study is considered as a new knowledge for management guidelines that help businesses survive in the crisis of low-cost airlines, known as AIC MODEL, consisting of 3 important guidelines as follows: 1) Adaptation: means entrepreneurs must have knowledge and understanding of both business management services to succeed and survive. In order to compile it into a body of knowledge, to adjust the direction or direction of the business to survive, entrepreneurs must understand the real crisis that has occurred. 2) Improvement: means bringing the information obtained from the analysis and apply it to improve

the organization to suit the business context and the crisis situation that occur. Then, the organization can run the business successfully and survive in crisis. 3) Change: means changing the organization, which can be a total change called “transformation” or changing some departments that are weak in order to be able to compete in the market.

Keywords: Management, Crisis, Low-cost Airline

บทนำ

อุตสาหกรรมการบิน เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมระดับโลกที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นการเชื่อมโยงผู้คน วัฒนธรรม และธุรกิจต่าง ๆ ทั่วทั้งทวีป อุตสาหกรรมการบินมีความสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจโลก และสร้างผลประโยชน์ทางสังคมผ่านกระบวนการขนส่งทางอากาศ เพราะสายการบินให้บริการเครือข่ายการขนส่งทั่วโลกที่รวดเร็ว ซึ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจระดับโลก สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมถึงการสร้างงาน การอำนวยความสะดวกด้านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และอุตสาหกรรมการบินที่มีความพร้อมการใช้งานของบริการขนส่งทางอากาศที่เชื่อถือได้นั้น จะช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงสิ่งที่ต้องการ มาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และการบินเป็นเส้นทางการขนส่งระยะยาวที่ปลอดภัยที่สุดและมีประสิทธิภาพที่สุดของโลก ธุรกิจสายการบินจะต้องปรับตัวและปรับตัว คือ รายได้จากค่าโดยสารที่หายไปเป็นจำนวนมหาศาล ต้องอาศัยการดำเนินนโยบายอย่างรอบคอบ เน้นความร่วมมือกับภาคขนส่งรูปแบบอื่น ๆ การปรับกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการบริการขนส่งสินค้าภายใต้วิกฤตเช่นนี้ สะท้อนถึงความมุ่งมั่นตั้งใจของบุคลากรในธุรกิจการบินที่พร้อมจะปรับรูปแบบเพื่ออำนวยความสะดวกการขนส่งสินค้าทางอากาศและโลจิสติกส์ รวมทั้งพร้อมที่จะผลักดันให้เศรษฐกิจทั้งของไทยและทั่วโลกขับเคลื่อนผ่านความยากลำบากไปด้วยกัน (ทักษิณา แสนเย็น และคณะ, 2563)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ได้สร้างวิกฤตแก่สังคมโลกเป็นอย่างมากส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลกในวงกว้างทั้งในภาคการบริการและภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะธุรกิจสายการบิน (อารียา สุขโต, 2564) การระบาดใหญ่ของโควิด-19 ที่ผ่านมากำลังส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมการบินส่งผลกระทบต่อภาระของผู้อยู่โดยสารความต้องการขนส่งสินค้าทางอากาศ แรงงานในสนามบิน และรายได้เข้า หากมองย้อนกลับไปในอดีต อุตสาหกรรมการบินคือตัวแปรสำคัญของภาคการบริการและการท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันภาวะภัยคุกคามที่อุตสาหกรรมการบินกำลังเผชิญอยู่นั้น สร้างมูลค่าความเสียหายอย่างมหาศาลและสร้างความเสียหายให้กับภาคธุรกิจและแรงงานในแต่ละภาคส่วน และแน่นอนคือทุกสายการบินต้องวางแผนและดำเนินการกอบกู้สายการบินให้หลุดพ้นจากวิกฤต แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศักยภาพของการบริหารงานในการรับมือกับความเสี่ยงที่ต้องเผชิญ (ทักษิณา แสนเย็น และคณะ, 2563) และภาคธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างหนัก ต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อความอยู่รอด เพราะก่อนที่จะเกิดวิกฤตดังกล่าว ธุรกิจการบินมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงอยู่แต่เดิม ดังนั้นเมื่อมีสถานการณ์โควิด-19 สายการบินต่าง ๆ จึงพยายามหาวิธีเพื่อกลับไปทำการบินให้ได้เร็วที่สุด (ปิยะชาติ ภิรมย์สวัสดิ์ และคณะ, 2563) เพื่อสร้างสร้างแรงจูงใจให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการ จึงจำเป็นต้องหากลยุทธ์ และแนวทางการบริหารจัดการที่ยังไม่เคยใช้มาก่อน ทั้งการศึกษาพฤติกรรมใหม่ ของผู้บริโภคภายใต้

กฎเกณฑ์และข้อบังคับด้านสาธารณสุขที่เปลี่ยนไปแม้ปัจจุบันจะเริ่มเห็นว่าสายการบินต่าง ๆ พยายามปรับตัวเพื่อความอยู่รอด แต่สิ่งที่ปรากฏนั้นยังไม่สามารถจะสรุปว่าทั้งหมดทั้งมวลนี้คือสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเป็นการถาวร ยังมีความท้าทายสำหรับธุรกิจการบินให้ต้องเตรียมตัวอีกในอนาคต (อารียา สุขโต, 2564)

แนวโน้มธุรกิจการปรับตัวการบริการขนส่งทางอากาศ ปี พ.ศ. 2566-2568 พบว่าธุรกิจขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้น โดยการขนส่งผู้โดยสารทั้งในประเทศและระหว่างประเทศจะเติบโตตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยว ส่วนบริการขนส่งสินค้าทยอยฟื้นตัวตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ขณะที่การแข่งขันด้านราคามีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ท่ามกลางภาระการฟื้นฟูธุรกิจและต้นทุนที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้นตามราคาพลังงาน ปัจจัยท้าทายของธุรกิจด้านการบิน ได้แก่ ราคาเชื้อเพลิงทรงตัวสูง เพิ่มภาระต้นทุนแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้ให้บริการต่างชาติรายใหญ่ ซึ่งเพิ่มความครอบคลุมของเที่ยวบินขนส่งผู้โดยสารและสินค้ามายังภูมิภาคเอเชีย และภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการปฏิบัติตามเกณฑ์ความปลอดภัยต่าง ๆ แม้สถานการณ์โควิด-19 จะคลี่คลายลง ทำให้สายการบินต้องปรับตัวต่อเนื่อง ปัจจัยเหล่านี้อาจกระทบอัตรากำไรของธุรกิจ ขณะที่ผู้ประกอบการรายเล็กแข่งขันได้ยากจากข้อจำกัดด้านเงินทุน จำนวนฝูงบินและส่วนแบ่งตลาดในเส้นทางบิน ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศ (Air Transport) มีข้อได้เปรียบด้านความรวดเร็ว ช่วยลดเวลาเดินทาง และสามารถเข้าถึงพื้นที่เข้าถึงยากซึ่งการขนส่งแบบอื่นทำได้ยาก ทั้งยังเป็นรูปแบบการเดินทางที่ปลอดภัยที่สุด ถึงจุดหมายปลายทางได้ตามเวลาที่กำหนด จึงได้รับความนิยมมากขึ้นในทุกภูมิภาคทั่วโลก สะท้อนจากการพัฒนาสนามบินพาณิชย์ที่ทันสมัย การสร้างเครื่องบินขนาดใหญ่และสมรรถภาพสูงเพื่อบรรทุกผู้โดยสารและบรรทุกสินค้าได้มากขึ้น การพัฒนาเครื่องมือขนส่งที่ทันสมัย ตลอดจนการขยายและปรับปรุงคลังสินค้าบริเวณท่าอากาศยานเพื่ออำนวยความสะดวก และเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม จุดด้อยของการขนส่งทางอากาศ อาทิ ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสูงกว่าเมื่อเทียบกับการขนส่งประเภทอื่น ทั้งยังต้องการการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมากเพื่อรองรับรูปแบบการขนส่งทั้งระบบ (ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี, 2566)

ปัญหาการแข่งขันที่สูงขึ้นทั้งในเส้นทางการบินภายในประเทศและระหว่างประเทศสายการบินต่างแข่งขันกันในเรื่องระดับราคาค่าบัตรโดยสาร จำนวนเที่ยวบิน ความน่าเชื่อถือของการบริการ ภาพลักษณ์ของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร โปรแกรมสะสมไมล์ (Frequent Flyer Program) ตลอดจนความพร้อมและความสะดวกสบายของบริการอื่น ๆ นอกจากนี้สายการบินบางแห่งที่เป็นคู่แข่งของบริษัทนั้นมีขนาดใหญ่กว่าอาจมีชื่อเสียงและทรัพยากรทางการเงินมากกว่า และมีความสามารถในการช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดในตลาดสำคัญซึ่งรวมถึงเส้นทางการบินภายในประเทศได้ดีกว่าบริษัท สายการบินเหล่านั้นอาจมีความสามารถในการให้บริการในเส้นทางการบินบางเส้นทางที่ไม่ได้กำไรเป็นเวลานานกว่าที่บริษัทจะสามารถดำเนินการได้ (บางกอกแอร์เวย์, 2566)

จากการศึกษา พบว่านักวิชาการได้ทำการศึกษาเรื่องนี้ไว้หลากหลายครอบคลุมในแง่มุมต่าง ๆ ของสายการบินต้นทุนต่ำ จากเหตุผลดังกล่าวผู้เขียนจึงสนใจศึกษาประเด็นนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤต ที่หน่วยงานองค์กรต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้หรือปรับประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนให้อยู่รอดในภาวะวิกฤตต่อไป

เนื้อเรื่อง

บทความนี้ผู้เขียนได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการทบทวนวรรณกรรมไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

แนวคิดเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำหรือสายการบินราคาประหยัด (Low-cost Carrier: LCCs) ถือกำเนิดขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1971 ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยบริษัทเซาท์เวสต์แอร์ไลน์ (Southwest Airlines) เป็นรายแรกกับในช่วงระยะเวลานั้นทางฝั่งสหรัฐอเมริกาและยุโรปได้เกิดนโยบายการผ่อนคลายกฎระเบียบการบิน (Airlines Deregulation) ทำให้สายการบินอื่น ๆ เริ่มเปิดให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำตามมาเช่น แอร์ทรานแอร์เวย์ส (Air Tran Airways) อีซีเจต (Easy Jet) เป็นต้น ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำสามารถแบ่งได้ 2 แบบ แบบที่หนึ่ง คือ เป็นสายการบินอิสระไม่ขึ้นกับสายการบินอื่น และแบบที่สองเป็นสายการบินในสังกัดของสายการบินขนาดใหญ่ (กัญญา หมั่นไธสง, 2559)

สำหรับประเทศไทยนั้นสายการบินต้นทุนต่ำเปิดดำเนินการขึ้นเมื่อปลายปี พ.ศ. 2546 โดยสายการบินแรกที่เปิดให้บริการ คือ สายการบิน วัน-ทู-โก (One-Two-Go) ซึ่งเป็นบริษัทในเครือโอเรียนท์ไทย แอร์ไลน์ (Orient Thai Airlines) หลังจากนั้นไม่นานสายการบินแอร์เอเชีย (Air Asia) ของมาเลเซีย ได้ร่วมมือกับนักลงทุนในประเทศไทยร่วมกันก่อตั้งสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Thai Air Asia) เปิดให้บริการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 และในขณะเดียวกันก็ได้มีการเปิดตัวสายการบินนกแอร์ (Nok Air) ซึ่งเป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ถือหุ้นโดยบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นับตั้งแต่ที่มีสายการบินต้นทุนต่ำเกิดขึ้นในประเทศไทย มักจะมีคำถามอยู่เสมอว่าในเมื่อสายการบินต้นทุนต่ำแล้ว คุณภาพการให้บริการจะลดลงด้วยหรือไม่ ถึงแม้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำจะตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นออกไปเพื่อลดต้นทุน แต่ในส่วนเรื่องของคุณภาพมาตรฐานด้านความปลอดภัยยังอยู่ภายใต้กฎระเบียบที่เคร่งครัดขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) (ณัฐพงษ์ ประกอบการดี, 2565)

วิทวัส อุดมกิตติ (2549) กล่าวถึงหลักการบริหารสายการบินต้นทุนต่ำไว้ว่า แนวคิดการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำนั้น (Low-cost Carriers: LCCs) เกิดจากความต้องการให้ผู้บริโภคที่มีฐานะระดับปานกลางถึงผู้บริโภคระดับต่ำสามารถที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้นโดย Schneiderbauer & Painsible (2012) กล่าวถึงลักษณะของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำซึ่งจะแตกต่างจากลักษณะการให้บริการโดยทั่วไปของสายการบินปกติ (Full-service Carriers-FSCs) อยู่ 3 ประการ

Simple Product หมายถึง เรียบง่ายโดยมีลักษณะรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างจากสายการบินปกติ เช่น การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน จัดห้องรับรองพิเศษ (VIP Room) ไม่มีการแบ่งชั้นผู้โดยสารมีเพียงชั้นประหยัดเท่านั้น (Economy Class) ไม่มีการคืนค่าโดยสารกรณียกเลิกเที่ยวบิน จัดตัวแทนการจองบัตรโดยสารโดยใช้ระบบบัตรโดยสารแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Ticketing) แทน ใช้เครื่องบินขนาดเล็กและแบบรุ่นเดียวกัน เพราะง่ายต่อการซ่อมบำรุง เส้นทางการบินเน้นภายในประเทศและใกล้เคียง เลือกสนามบินระดับรอง (Secondary Airport) เพราะมีค่าธรรมเนียมต่ำ เน้นพนักงานที่สามารถทำงานได้หลายอย่าง (Multi-task) หรือใช้ผู้ชำนาญจากภายนอก (Outsourcing) ไม่ต้องจ่ายเงินและสวัสดิการต่าง ๆ เพิ่มเที่ยวบินให้มากขึ้น เพราะสนามบินระดับรองไม่มีความแออัดและการขนส่งสัมภาระต่าง ๆ ใช้เวลาน้อย

Market Positioning หมายถึง การวางตำแหน่งสายการบินต้นทุนต่ำที่ถูกต้องและชัดเจน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนี้ โดยจะเน้นการทำตลาดไปที่ผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว (Leisure Traffic Passenger) หรือผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจแต่คำนึงถึงราคาเป็นสำคัญ และเน้นผู้โดยสารที่เดินทางระยะสั้นทั้งในประเทศหรือประเทศใกล้เคียง นอกจากนี้ยังเน้นการทำตลาดเชิงรุกเพื่อที่จะอยู่ในตำแหน่งที่สามารถแข่งขันกับระบบขนส่งอื่น ๆ ในส่วนของการเดินทางระยะไกลและผู้โดยสารที่คำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญก็จะเป็นกลุ่มลูกค้าของสายการบินปกติ (Full-service Carriers: FSCs)

Low Operating Costs หมายถึง รูปแบบและโครงสร้างการดำเนินงานของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานให้ต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยใช้กลไกพื้นฐานตามหลักอุปสงค์และความยืดหยุ่นของราคา โดยทั่วไปแล้วสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-cost Carrier: LCCs) จะเสนอราคาให้ต่ำเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเดินทางทางอากาศเพิ่มมากขึ้น และพยายามที่จะเพิ่มรายได้จากการขายของที่ระลึก อาหาร และเครื่องดื่มบนเครื่องบิน และสาเหตุที่ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำนั้นสามารถกำหนดราคาต่ำโดยสารได้ต่ำว่าสายการบินปกติ เนื่องจากได้ลดต้นทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านบริการที่เพิ่มเพื่อยบนเครื่องบินและสิ่งอำนวยความสะดวกภาคพื้นในทางอากาศยาน ดังนั้นการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำจึงเหมาะสมกับเส้นทางบินระยะสั้น

ทั้งนี้การเกิดขึ้นของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ย่อมส่งต่อธุรกิจการบินและที่เกี่ยวข้องทั้งในทางบวกและทางลบ ผลในทางบวก เช่น ราคาบัตรโดยสารที่ถูกลง ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางโดยเครื่องบินมากขึ้น และบอ้ยขึ้นผ่านการขยายเส้นทางท่องเที่ยวได้กว้างขวางขึ้น ทำให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระดับรายได้ปานกลางกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลดีต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกิดการแข่งขันด้านคุณภาพในภาคธุรกิจการบินและภาคการขนส่งอื่น ๆ มากขึ้น เป็นต้น ผลในทางลบ เช่น นักท่องเที่ยวภายในประเทศอาจมีจำนวนลดลงเพราะมีทางเลือกในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น เพราะราคาตั๋วถูกเมื่อเทียบกับการโดยสารประเภทอื่น ส่งผลให้สายการบินหลักหรือสายการบินขนาดใหญ่มีรายได้ลดลงเมื่อเทียบกับต้นทุนการดำเนินงาน และอาจส่งผลถึงพนักงานที่ต้องตกงานเนื่องจากบริษัทต้องลดจำนวนพนักงานให้เหมาะสมกับรายได้ที่ลดลง เป็นต้น

จากการศึกษาสรุปได้ว่า แนวคิดการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเป็นรูปแบบหนึ่งที่เป็นทางออกทางรอดในสถานการณ์การแข่งขันธุรกิจการบินที่เข้มข้น ซึ่งรูปแบบนี้มีทั้งผลบวกผลลบ โดยหลักการแล้วปัจจัยสำคัญของธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินราคาประหยัด การเดินทางในเส้นทางที่ไม่ไกล ไม่คิดราคาสัมภาระเพิ่ม ระบบการจองการขายตั๋วดำเนินการง่าย สะดวกไม่มีค่าธรรมเนียม เป็นต้น แม้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำจะลดและงดการให้บริการบางรายการ เพื่อลดต้นทุนแต่คุณภาพไม่ได้ลด แต่กลับมุ่งมั่นพัฒนาให้ดีขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเดินทางได้ง่าย และสะดวกรวดเร็วปลอดภัย

2. แนวคิดการบริหารจัดการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสายการบิน

ธุรกิจการบิน (Airlines Business) เป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อห่วงโซ่ในอุตสาหกรรมคมนาคมขนส่งทางอากาศ (Air Transport Industry) เป็นอย่างยิ่ง อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาลและช่วยสร้างงานอย่างมากมายรวมถึงส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคมในวงกว้าง ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาการคมนาคมขนส่งทางอากาศมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้เกิดการแข่งขันที่

คู่แข่งแห่งโลกธุรกิจการbinที่ต้องช่วงชิงความได้เปรียบกับคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2559) คุณภาพการบริการถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับทุกธุรกิจเพราะเป็นเครื่องมือที่สร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของแต่ละธุรกิจการยกระดับคุณภาพการบริการ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญซึ่งควรนำมาใช้ในธุรกิจเพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ อันส่งผลให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจและความประทับใจ โดยมาตรฐานของการบริการที่ดีถูกกำหนดด้วยคำว่า คุณภาพ ทั้งนี้ทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ให้บริการกลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ ดังนั้นการที่หน่วยงานสามารถปรับกลยุทธ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการย่อมมีโอกาสในธุรกิจอย่างยั่งยืน (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560)

Kotler (2003) กล่าวถึงการบริหารที่ดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการมีแนวทางการดำเนินการ 5 ประการ คือ

- (1) สินค้าที่มีตัวตนเพียงอย่างเดียว
- (2) สินค้าที่จับต้องได้มาพร้อมกับการบริการควบคู่
- (3) สินค้าและบริการอย่างละเท่ากัน
- (4) การบริการทั้งหมด
- (5) เน้นการบริการเป็นส่วนสำคัญพร้อมด้วยสินค้าและบริการเสริม

แนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้นั้น Barsky & Labagh (2012) กล่าวว่า การดำเนินการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการมีผลต่อโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจทุกประเภท เพราะเมื่อใดก็ตามที่ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำหรืออาจกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นส่งผลต่อรายได้และการเพิ่มของกำไรมากยิ่งขึ้น ซึ่งในอุตสาหกรรมการบินในปัจจุบันนี้มีภาวะการแข่งขันสูงมากผู้บริหารในแต่ละองค์กรต่างหากกลยุทธ์และวิธีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้โดดเด่นเหนือคู่แข่งโดยได้เน้นที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือการเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้บริการและตอบสนองต่อความต้องการในสิ่งนั้นอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและความภักดีต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการและเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น (Seth, 2014) กล่าวว่า การบริการควรมีองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 1) การวางแผนการตลาดที่ชัดเจนโดยเน้นความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลัก 2) การสร้างแรงจูงใจเพื่อกระตุ้นบุคลากรผู้ให้บริการมีความตั้งใจ และเต็มใจในการบริการ 3) มีความเข้าใจในเรื่องคุณภาพการบริการและปัจจัยที่ส่งผลต่อกัน 4) เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการและระบบการให้คำแนะนำที่มีประสิทธิภาพ 5) ระบบการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพ และ 6) ระบบการดูแลผู้ใช้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้การบริหารจัดการธุรกิจภาวะวิกฤตเป็นเรื่องค่อนข้างยากและมีความลำบากในหลาย ๆ เรื่อง ผู้บริหารต้องใช้ศาสตร์และศิลป์หลายด้านประกอบกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ (อภิสิทธิ์ ฉัตรพนานนท์, 2552) กล่าวถึง การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้ว่า ผู้นำองค์กรยากที่จะหลีกเลี่ยงการเกิดปัญหาภาวะวิกฤตขององค์กรสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสียหายในหลาย ๆ ด้าน อาทิด้านการเงินทรัพย์สินภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสินค้า เป็นต้น ดังนั้นเมื่อเกิดวิกฤต ผู้บริหารจำเป็นต้องดำเนินการแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน อย่างไรก็ตาม ภาวะวิกฤตในบางครั้งสามารถหลีกเลี่ยงได้หากธุรกิจนั้นมีระบบการควบคุมอย่างเหมาะสม การบริหารภาวะวิกฤตมี

วัตถุประสงค์ คือ 1) ป้องกันการเกิดวิกฤต 2) หากเกิดขึ้นแล้วต้องรีบกำจัดวิกฤตนั้นให้หมดไปให้เร็วที่สุดและจำกัดความเสียหาย และ 3) การสร้างความเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับองค์กรอีกครั้งสำหรับแผนการรับภาวะวิกฤตนั้น ต้องมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าให้พร้อมในรูปแบบที่เข้าใจและนำไปใช้ได้ง่ายเมื่อเกิดวิกฤต ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพโดยให้ข้อมูลทั้งหมดต่อสื่อมวลชนอย่างซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา รวดเร็วและทันสถานการณ์ภายใต้เหตุการณ์ที่สับสน นอกจากนั้นผู้บริหาร ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีที่มีความพร้อมอยู่เสมอ มีเวลาให้เพียงพอ และต้องสร้างความเชื่อมั่นให้ได้รวมทั้งการสร้างกิจกรรมดี ๆ ให้กับผู้บริหารและสังคมอยู่เสมอด้วย เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดีไว้ล่วงหน้า ช่วยให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรเป็นการลดความรุนแรงของปัญหาลงได้

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการบริหารจัดการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสายการบินเป็นการบริหารจัดการให้การดำเนินงานธุรกิจสายการบินเป็นไปได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพบนฐานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพราะบริการคือหัวใจของธุรกิจเมื่อใดที่ลูกค้าพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำและการกลับมาใช้บริการซ้ำหมายถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจที่ช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤต

3. แนวคิดการดำเนินธุรกิจภาวะวิกฤต

ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ให้ความหมาย “วิกฤต” ไว้ว่า หมายถึง อยู่ในขั้นล่อแหลมต่ออันตราย อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ (2552) ให้นิยามภาวะวิกฤตไว้ว่า วิกฤตเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีการวางแผนล่วงหน้า ก่อให้เกิดภาวะคุกคามมีผลต่อภาพลักษณ์หรือความเชื่อถือในองค์กร โดยไม่ว่าจะเป็นความจริงหรือข่าวลือ ทำให้รับรู้ว่าเกิดความไม่ปลอดภัยในด้านต่าง ๆ หรือความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และภาพลักษณ์

Slaikeu (1984) อธิบายองค์ประกอบของการเกิดภาวะวิกฤตว่า มักจะมีองค์ประกอบหลัก ๆ ดังนี้

- 1) เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน
- 2) เกิดขึ้นแบบไม่คาดคิดมาก่อน
- 3) ส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ ต้องมีการบริหารจัดการอย่างทันที่ด้วยวิธีที่เหมาะสม
- 4) มีผลกระทบต่อสาธารณชน เกี่ยวข้องกับคนหมู่มาก
- 5) เกิดอันตรายและส่งผลโดยตรงจากครอบครัวผู้เสียหาย

จากแนวคิดดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า ภาวะวิกฤต มักมีลักษณะสำคัญ คือ เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนกะทันหัน โดยอาจเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือความคาดหมายโดยไม่ได้คาดคิดมาก่อน และไม่สามารถควบคุมได้จนเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้บุคคลองค์กร หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นร่างกาย จิตใจ ชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ หรือผลกำไรทางธุรกิจ

Mahon & Cochran (1991) กล่าวถึงแนวคิดการจัดหมวดหมู่ตามสาเหตุของการเกิดวิกฤตไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. วิกฤตที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งเป็นการกระทำขององค์กรเอง เช่น การบริหารผิดพลาดของผู้บริหาร หรือบางวิกฤตเกิดขึ้นจากความผิดพลาดภายในองค์กรซึ่งองค์กรไม่ได้เป็นผู้กระทำ เช่น เกิดไฟฟ้าลัดวงจรตามมาด้วยเพลิงไหม้เสียหายแก่องค์กร

2. วิกฤตที่สามารถคาดคะเนล่วงหน้า ถึงปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ภาวะเงินเฟ้อ ปัญหาตุลการชำระหนี้ที่สะท้อนออกมาจากการขาดดุลต่อเนื่องในระยะยาว วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดจากการสะสมของปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศมาเป็นระยะเวลานาน

3. วิกฤตที่เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอกที่ไม่ใช่ความผิดขององค์กร เช่น การเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ซึ่งคุกคามต่อองค์กร การลอบวางระเบิด ผู้ก่อการร้าย การลักพาตัว

4. วิกฤตที่เกิดจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภูเขาไฟระเบิด พายุ สึนามิ

เมื่อพิจารณาจากวิกฤตทั้ง 4 กลุ่มข้างต้นจะพบว่า มีวิกฤตที่สามารถหลีกเลี่ยงได้และวิกฤตที่หลีกเลี่ยงได้ยาก ความเชื่อที่ว่าเนื่องจากวิกฤตเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นองค์กรจึงไม่จำเป็นต้องเตรียมการป้องกัน จึงเป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง เนื่องจากถ้าองค์กรเข้าใจถึงสาเหตุของวิกฤตว่าเกิดจากอะไรได้บ้าง องค์กรสามารถจะริเริ่มหาวิธีการหลีกเลี่ยงวิกฤตเหล่านั้นด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมขององค์กรเพื่อลดโอกาสที่เหตุการณ์จะลุกลามกลายเป็นวิกฤตได้เช่นกัน

ฉัตรปวีณ์ จรสุราวัฒน์ (2556) กล่าวถึงการเรียนรู้ภาวะวิกฤตที่กำลังจะเกิดขึ้นมีดังนี้

1. ให้ความสนใจเมื่อสัญญาณของผู้บริหารในองค์กรมีบางอย่างผิดปกติ
2. ให้เผชิญกับข้อเท็จจริงที่น่ากังวลเมื่อพบ และตรวจสอบให้แน่ชัด
3. พิจารณาลูกที่ตามมา เช่น ความเสียหายทางการเงิน การบาดเจ็บ ภาพลักษณ์ขององค์กร
4. ให้ถามคำถามว่า นี่เป็นยอดของภูเขาน้ำแข็งที่ใหญ่และอันตรายหรือไม่ ขนาดของปัญหาในปัจจุบันเป็นอย่างไร มันจะใหญ่ขึ้นและอันตรายมากขึ้นได้หรือไม่
5. ให้แสวงหาคำแนะนำจากคนอื่น ๆ โดยเฉพาะคนที่อยู่ใกล้กับเหตุการณ์
6. สิ่งที่ถูกต้องนั้นคืออะไร

ในการเตรียมรับมือกับวิกฤตนั้น สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย มีขั้นตอนในการรับมือกับภาวะวิกฤตไว้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การลดขนาดภาวะวิกฤต ขั้นตอนที่สำคัญในการจัดการภาวะวิกฤต การคาดการณ์ภาวะวิกฤตที่น่าจะเกิดขึ้น และการจัดเตรียมขั้นตอนวิธีการในการลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากภาวะวิกฤตนั้น โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากภายในองค์กร รวมทั้งโอกาสและอุปสรรคซึ่งส่งผลกระทบจากภายนอก

2. การเตรียมความพร้อม องค์กรควรมีการประเมินภาวะวิกฤต การพัฒนากลยุทธ์ เทคนิค และแผนการสื่อสาร ตลอดจน มาตรการตรวจสอบ ชักซ้อมแผนดังกล่าวและเรียนรู้ทักษะในการจัดการภาวะวิกฤต

3. การตอบสนองต่อภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นท่ามกลางความยุ่งเหยิงของเหตุการณ์องค์กรจะสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้รวดเร็วเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของขั้นตอนการลดขนาดภาวะวิกฤต และการเตรียมความพร้อมซึ่งในขั้นตอนนี้จะให้ความสำคัญกับการควบคุมความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นอันดับแรก

4. การฟื้นฟูภายหลังภาวะวิกฤต การแก้ไขภาวะวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นการสร้างความมั่นใจถึงการฟื้นตัวของการดำเนินการขององค์กรตามปกติ ภูมูญสำคัญในการฟื้นฟูองค์กรภายหลังภาวะวิกฤต คือความร่วมมือในการทำงานและการประสานงานระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง

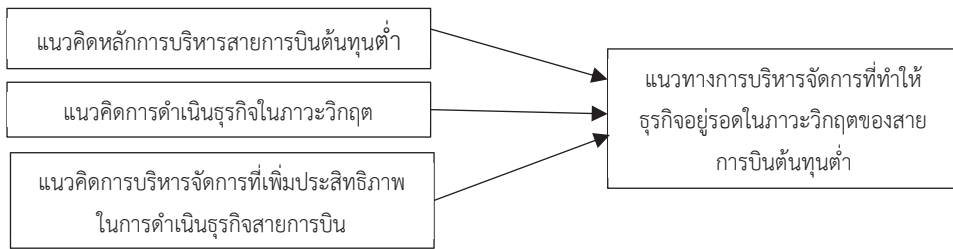
อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์ (2552) กล่าวถึงวัตถุประสงค์หลักในการบริหารภาวะวิกฤต มี 3 ข้อ คือ 1) การป้องกันการเกิดวิกฤต โดยต้องจัดทำแผนล่วงหน้า เพื่อช่วยลดการเกิดความเสียหาย ช่วยให้มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2) การกำจัดวิกฤตที่เกิดขึ้นนั้นให้หมดไปให้เร็วที่สุดและการจำกัดความเสียหาย เพื่อลดความสูญเสียของทรัพย์สิน ลดการเกิดการขัดขวางการดำเนินงาน 3) การสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นอีกครั้ง และการบริหารจัดการที่นำสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้นั้น ต้องอาศัยการวางแผนและการนำไปปฏิบัติที่ดีด้วยการอบรมบุคลากรให้ปฏิบัติตนได้อย่างถูกต้องปลอดภัยในช่วงก่อน ระหว่าง หรือหลังการเกิดเหตุฉุกเฉินนั้น ๆ

การวิเคราะห์ภาวะวิกฤติหลังโควิด-19 ของสายการบินต้นทุนต่ำ

การปรับตัวของธุรกิจการบินในช่วงการระบาดของโควิด-19 แม้ว่าการหยุดชะงักของการเดินทางจะเป็นการยับยั้งเหตุปัจจัยสนับสนุนการแพร่ระบาด แต่ธุรกิจการบินได้มีแนวทางการปรับตัวโดยการนำอากาศยานมาใช้เพื่อกิจการอื่นทดแทน นั่นคือ การปรับมาใช้เพื่อการขนส่งสินค้าและการส่งความช่วยเหลือทางการแพทย์แก่ประเทศต่าง ๆ การปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่สร้างผลกระทบในระดับโลกครั้งนี้ สายการบินมีวิธีปรับเปลี่ยนฝูงบินโดยสารให้เป็นเครื่องบินขนส่งสินค้า 3 รูปแบบ (รุ่งพิสิฐ วรคำนิ่ง, 2563) เพื่อรองรับการใช้งานประกอบด้วย 1) ใช้เครื่องบินโดยสารขนส่งสินค้าโดยวางสินค้าบนที่นั่งโดยสารและใช้ตาข่ายยึดคลุมสินค้าให้อยู่กับที่ 2) ดัดแปลงเครื่องบินโดยสารสำหรับปฏิบัติการขนส่งสินค้าชั่วคราว โดยถอดที่นั่งโดยสารออกเพื่อเพิ่มพื้นที่ระวางสินค้า และ 3) ดัดแปลงเครื่องบินโดยสารเป็นเครื่องบินขนส่งสินค้าอย่างถาวรเครื่องบินส่วนใหญ่ที่ถูกดัดแปลงเพื่อใช้ขนส่งสินค้าอย่างถาวร เป็นเครื่องบินที่ผ่านการใช้งานมาแล้วประมาณครึ่งหนึ่งของอายุการใช้งานทั้งหมด โดยที่นั่งโดยสารทุกชั้น ช่องเก็บสัมภาระเหนือศีรษะพื้นที่สำหรับเจ้าหน้าที่ต้อนรับบนเครื่องบิน และพื้นที่จัดเตรียมอาหาร จะถูกถอดออกทั้งหมด ปรับขนาดประตูเครื่องบินให้ใหญ่ขึ้นเพื่อเปิดรับสินค้า และนำพื้นที่กันระหว่างห้องโดยสารและใต้ท้องเครื่องออก ในส่วนท้องเครื่องจะได้รับการเสริมความแข็งแรง หน้าต่างทั้งหมดจะถูกปิดผนึก มีการติดตั้งระบบปฏิบัติการสินค้าและอุปกรณ์ดับเพลิง จากกระบวนการดัดแปลงดังกล่าว เครื่องบินจะสามารถให้บริการขนส่งสินค้าต่อไปได้อีกมากกว่า 15 ปี

กล่าวโดยสรุป การดำเนินธุรกิจภาวะวิกฤต จะต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือในทุก ๆ ด้านเป็นการเตรียมความพร้อมบนพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ ไม่ประมาทกับวิกฤตที่เกิดขึ้นจะส่งผลกระทบกับธุรกิจหรืองานอื่นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือคาดการณ์ว่าจะเกิด โดยนำปัญหาหรือผลการคาดการณ์นั้นมาแผนรับมือในระดับต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับสภาพปัญหา ในการทำแผนอาจทำโดยทีมบริหาร หรือใช้การระดมสมองเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างสมาชิกในองค์กร การมีแผนรับมือวิกฤตช่วยให้สามารถช่วยป้องกันปัญหาที่จะเกิดได้และสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันท่วงทีอันส่งผลต่อทิศทางที่ดีในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กรอบวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้เขียนกำหนดกรอบวิเคราะห์ผ่านแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดหลักการบริหารสายการบินต้นทุนต่ำ แนวคิดการบริหารจัดการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสายการบิน และแนวคิดการดำเนินธุรกิจภาวะวิกฤต ในลักษณะของการบูรณาการองค์ความรู้ทั้ง 3 แนวคิดเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างแนวทางทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำตามแผนภาพกรอบการวิเคราะห์ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้เขียนขอเสนอแนวทางดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินต้นทุนต่ำที่เปิดให้บริการอยู่ในขณะนี้ไม่ว่าจะเป็นสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย กำลังได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมากไม่ว่าผู้ที่มาใช้บริการจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างชาติก็ตาม ซึ่งในอนาคตสายการบินต้นทุนต่ำ เหล่านี้อาจจะพัฒนาศักยภาพของตนเองให้มีความสามารถขึ้นมาทัดเทียมกับสายการบินแห่งชาติปัจจุบัน ตลาดสายการบินต้นทุนต่ำมีการแข่งขันกันอย่างมากแต่ละสายการบินจึงมุ่งที่จะสร้างสรรค์และปรับปรุงบริการด้านต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจในการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพการให้บริการของแต่ละสายการบิน เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การหาแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมและการเตรียมพร้อมรับมือเผชิญสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นภายหลังวิกฤต เพื่อป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นและเพื่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด แนวทางการบริหารจัดการสายการบินสายการบินต้นทุนต่ำบนฐานแนวคิดกระบวนการนี้ผู้เขียนเรียกว่า “ปรับตัว” (Adaptation)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสายการบิน ในปัจจุบันธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ มีการแข่งขันที่รุนแรงผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำก็ต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อรองรับการแข่งขันที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ยังได้มีการขยายเส้นทางบินใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ครอบคลุมมากขึ้น และเพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ จะเห็นได้ว่าในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาสายการบินต้นทุนต่ำ ในไทยเติบโตในอัตราที่เร่งตัวขึ้น และธุรกิจยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหนุนธุรกิจหลากหลายประการ เช่น การเติบโตอย่างต่อเนื่องของการท่องเที่ยว การขยายตัวของความเป็นเมืองในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย ประกอบกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนมาใช้สายการบินต้นทุนต่ำมากขึ้น เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าและที่สำคัญการเติบโตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียนก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการขยายตัวของธุรกิจการบินกระบวนการนี้ผู้เขียนเรียกว่า “ปรับปรุง” (Improvement)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจภาวะวิกฤต การบริหารงานในองค์กรต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทางด้านรัฐและเอกชนจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะผู้นำในองค์กรไม่เพียงแต่จะต้องบริหารงานภายในองค์กรเท่านั้น ยังบริหารงานองค์กรภายนอก เช่น การสำรวจลูกค้า การพิจารณาคู่แข่งทางการตลาด การวิเคราะห์ทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี และค่านิยม เป็นต้นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการ

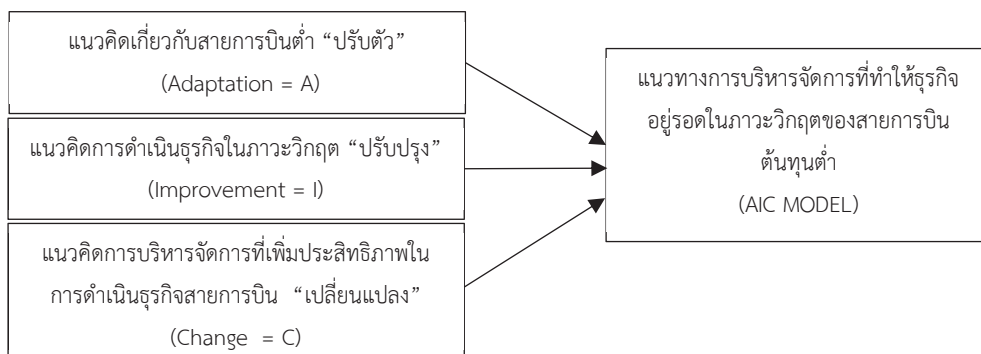
ดำเนินงานใหม่ เพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนดำเนินธุรกิจอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤต เช่น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร ปรับเปลี่ยนทีมงาน ปรับเปลี่ยนบุคลากรบางแผนก ปรับเปลี่ยนทัศนคติค่านิยมการทำงาน ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ในภาวะวิกฤต กระบวนการนี้ผู้เขียนเรียกว่า “ปรับเปลี่ยน” (Change)

ผลจากการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤติของสายการบินต้นทุนต่ำบนฐานการประยุกต์ บูรณาการผสมผสานความรู้ทั้ง 3 เรื่องเข้าด้วยกันผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ตีความเลือกสรรเอาส่วนดีของแต่ละแนวคิดมาบูรณาการสร้างเป็นแนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤติของสายการบินต้นทุนต่ำ ภายใต้คำนิยามว่า “ปรับตัว ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง” หรือ AIC Model คือ

A = Adaptation หมายถึง การปรับตัวปรับการดำเนินธุรกิจให้อยู่ได้ในภาวะวิกฤตบนพื้นฐานความรู้ความเข้าใจทั้งแนวคิด หลักการ วิธีการดำเนินงาน และความเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ในลักษณะปรับตัว ทำใจ อยู่ได้ และอยู่ดี

I = Improvement หมายถึง การปรับปรุงการดำเนินงาน เพื่อให้เหมาะสมกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น ปรับปรุงให้มีความคล่องแคล่ว คล่องตัวส่วนจะปรับปรุงเล็กหรือใหญ่ก็ขึ้นอยู่กับผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจเป็นหลัก

C = Change หมายถึง การเปลี่ยนแปลงผลกระทบจากวิกฤตที่เกิดขึ้นบางสถานการณ์หรือบางปัญหาที่เกิดขึ้น การดำเนินการโดยการปรับปรุงใช้ไม่ได้ผล หรือไม่ดีขึ้นกว่าเดิม หรือไม่เกิดประโยชน์ใด ๆ กับธุรกิจจำต้องปรับเปลี่ยนในลักษณะพลิกโฉมองค์กร เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบบริหารจัดการแนวใหม่ ปรับเปลี่ยนเรื่องรูปแบบการบริการปรับเปลี่ยนเรื่องผลิตภัณฑ์ ปรับเปลี่ยนบุคลากร ปรับเปลี่ยนแบรนด์สินค้ารวมถึงปรับเปลี่ยนอาคารสถานที่ให้ดูทันสมัย เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้บริการ เป็นต้น ทั้งนี้เป็นการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้ธุรกิจเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และเพื่อดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นทั้งใหม่และเก่า



ภาพที่ 2 Model การวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ

บทสรุป

ผลการวิเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำสำหรับทุกการบินไทยซึ่งได้ประสบปัญหาการขาดทุนอย่างต่อเนื่องมาหลายปี แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าวิกฤตโควิด-19 ทำให้มีการระงับการบินชั่วคราวมากที่สุดนับตั้งแต่เปิดดำเนินการและในปีที่ผ่านมา ธุรกิจสายการบินประสบกับปัญหาด้านลบหลายปัจจัย ทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การผันผวนของราคาน้ำมัน และการแข่งขันสูงของสายการบินต้นทุนต่ำ สิ่งที่เกิดขึ้นเหล่านี้บวกกับการเผชิญวิกฤตโควิด-19 ทำให้การเข้าสู่แผนพลิกฟื้นกิจการระยะ 10 ปี ทั้งการปรับลดเที่ยวบินจำนวนมากเหมือนสายการบินอื่น ๆ การหาทางลดรายจ่ายและปรับลดเงินเดือนผู้บริหารระดับสูง รวมถึงการลดผลตอบแทนให้แก่คณะกรรมการบริษัทลงครึ่งหนึ่งนาน 6 เดือนระหว่างกระบวนการฟื้นฟูกำลังเดินหน้าในช่วงที่ผ่านมาการสายบินต้นทุนต่ำ มีความพยายามในการหารายได้ผ่านธุรกิจอื่น ที่ไม่ใช่ธุรกิจการบินหลักเพียงอย่างเดียว แม้ว่าในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 การสายบินต้นทุนต่ำจะมีรายได้จากธุรกิจการไก่เพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องขยับขยายเพื่อที่จะเพิ่มรายได้ในช่องทางอื่น ๆ ในการปรับปรุงราคาของสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ
2. ควรศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการประยุกต์หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการสายการบินต้นทุนต่ำในภาวะวิกฤต
3. ควรศึกษาถอดบทเรียนความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจการบินต้นทุนต่ำที่ก้าวพ้นภาวะวิกฤต

เอกสารอ้างอิง

- กัญญา หมั่นไธสง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรปวีณ์ จรัสรวาวัฒน์. (2556). การบริหารงานในองค์กรในช่วงเหตุการณ์ที่วิกฤต. วารสารบัณฑิตศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2(1), 1-14.
- ณัฐพงษ์ ประกอบการดี. (2565). กลยุทธ์การให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(9), 56-66.
- ทักษิณา แสนเย็น และคณะ. (2563). บทวิเคราะห์การรับมือโรคโควิด-19: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 3(2), 209-220.
- บางกอกแอร์เวย์. (2566). ปัจจัยความเสี่ยงด้านการบิน. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2566 จาก <https://ba-th.listedcompany.com/misc/cg/20180523-ba-cg-riskfactors-th.pdf>.

- ปิยะชาติ ภิรมย์สวัสดิ์ และคณะ. (2563). นกปีกหัก: วิกฤต “อุตสาหกรรมการบินโลก” ในยุคโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2566 จาก <https://forbesthailand.com/commentaries/insights>.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(1), 219-232.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้น.
- รุ่งพิสิฐ วรคำนิ่ง. (2563). สายการบินทั่วโลกปรับตัวฝ่าวิกฤต COVID-19 ด้วยกลยุทธ์ขนส่งสินค้าผ่านอากาศยานโดยสาร. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2566 จาก <https://www.airfreightlogistics.com/th/airlines-across-the-globe-carry-cargo-via-passenger-planes-as-they-navigate-through-the-covid-19-crisis>.
- วิทวัส อุดมกิตติ. (2549). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2566). *บทวิเคราะห์ Research industry-outlook*. สืบค้นเมื่อ 9 กันยายน 2566 จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/air-transport/io/air-transport-2023-2025>.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2559). การบริการที่ตลึงใจ: หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจการบิน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 7(1), 77-99.
- อมิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. (2552). กลยุทธ์การบริหารภาวะวิกฤต สำหรับผู้นำองค์กร. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 32(122), 220-225.
- อารียา สุขโต. (2564). *วิกฤตโควิด-19 กับการปรับตัวของธุรกิจการบิน*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2566 จาก www.parliament.go.th.
- Barsky, J. D. & Labagh, R. (2012). An Investigation of Customer Satisfaction with Low-cost and Full-service Airline Companies. *Journal of Business Research*, 80, 188-196.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. (11th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Mahon, J. F. & Cochran, P. L. (1991). Fire Alarms and Siren Songs: The Role of Issues Management in the Prevention of, and Response to, Organizational Crises. *Industrial Crisis Quarterly*, 5(2), 155-176.
- Schneiderbauer, D. & Painsible, O. (2012). A Strategy for Customer Satisfaction. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 33, 32-40.
- Seth, N. (2014). Airline Image and Service Quality Effects on Traveling Customers' Behavior Intentions in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(22), 20-22.
- Slaikeu, K. A. (1984). *Crisis Intervention*. Massachusetts: Allyn and Bacon.

คำแนะนำสำหรับการเขียนบทความ

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี เปิดรับบทความของนักวิชาการ คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลที่มีประสบการณ์มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง มีกำหนดการ ตีพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม มีขอบเขตวิชาการในศาสตร์ ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการ ด้านการบัญชี ด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ด้านการจัดการระบบ สารสนเทศ และด้านการตลาด ทั้งนี้ทุกบทความจะต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ ไม่น้อยกว่า 3 ท่าน แบบ Double Blinded ตามนโยบายที่วารสารฯ กำหนด เพื่อให้บทความที่ตีพิมพ์เป็นไปตาม รูปแบบมาตรฐานตามเกณฑ์การรับรองคุณภาพวารสาร กำหนดการจัดทำบทความตามรูปแบบต่อไปนี้

การเตรียมต้นฉบับบทความ

1. บทความเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ เนื้อความรวม 8-15 หน้า ขนาดกระดาษ B5 (17.6 x 25 เซนติเมตร) โดยพิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ดแบบคอลัมน์เดียว

2. การจัดพิมพ์บทความมีข้อกำหนดดังนี้

2.1 การตั้งค่าหน้ากระดาษ และรูปแบบตัวอักษรในการพิมพ์บทความ มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การตั้งค่ากระดาษ

ขอบกระดาษ	ระยะขอบ
ขอบบน (Top)	2.54 เซนติเมตร
ขอบล่าง (Bottom)	1.27 เซนติเมตร
ขอบซ้าย (Left)	2.54 เซนติเมตร
ขอบขวา (Right)	1.27 เซนติเมตร

2.2. เนื้อหาของบทความให้ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK ทั้งบทความภาษาไทยและบทความ ภาษาอังกฤษ กรณีบทความมีการเขียนคำภาษาอังกฤษในเนื้อหา ให้ขึ้นต้นคำด้วยอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ การขึ้นหัวข้อ หลักให้เว้น 1 บรรทัด ส่วนหัวข้อย่อยและการพิมพ์ส่วนเนื้อหาไม่มีการเว้นบรรทัด ข้อกำหนดขนาดและรูปแบบ อักษรมีรายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ขนาดและรูปแบบอักษร

รายการ	ขนาดอักษร	การจัดตำแหน่ง	ลักษณะตัวอักษร
ชื่อเรื่อง ภาษาไทย	16 pt	กึ่งกลาง	ตัวหนา
ชื่อเรื่อง ภาษาอังกฤษ	16 pt	กึ่งกลาง	ตัวธรรมดา
ชื่อผู้พิมพ์	12 pt	กึ่งกลาง	ตัวธรรมดา
ที่อยู่ผู้พิมพ์/อีเมล	10 pt	กึ่งกลาง	ตัวธรรมดา
หัวข้อหลัก	14 pt	ชิดซ้าย	ตัวหนา
หัวข้อย่อย	14 pt	เยื้องเข้า 1 เซนติเมตร	ตัวธรรมดา
เนื้อเรื่อง	14 pt	กระจายแบบไทย	ตัวธรรมดา
ชื่อภาพ	14 pt	ชิดซ้ายได้ภาพ	ตัวธรรมดา
ชื่อตาราง	14 pt	ชิดซ้ายเหนือตาราง	ตัวธรรมดา
เอกสารอ้างอิง	14 pt	ชิดซ้าย	ตัวธรรมดา

3. การกำหนดหัวข้อหลักในบทความ

หัวข้อหลักในบทความวิจัยและบทความวิชาการ รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 หัวข้อหลักในบทความวิจัยและบทความวิชาการ

หัวข้อหลักในบทความวิจัย	หัวข้อหลักในบทความวิชาการ
ชื่อบทความ	ชื่อบทความ
บทคัดย่อ	บทคัดย่อ
คำสำคัญ	คำสำคัญ
Abstract	Abstract
Keywords	Keywords
บทนำ	บทนำ
วัตถุประสงค์การวิจัย	เนื้อเรื่อง
กรอบแนวคิดการวิจัย	บทสรุป
วิธีดำเนินการวิจัย	ข้อเสนอแนะ
ผลการวิจัย	กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)
สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	เอกสารอ้างอิง

หัวข้อหลักในบทความวิจัย	หัวข้อหลักในบทความวิชาการ
ข้อเสนอแนะ กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) เอกสารอ้างอิง	

4. การเขียนส่วนต้นของบทความ มีรายละเอียดดังนี้

4.1 ชื่อบทความ ควรกะทัดรัด ไม่ใช่คำย่อ และไม่ควรรยาวเกินไป

4.2 ชื่อผู้นิพนธ์ ให้อยู่ถัดจากชื่อเรื่อง ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล กรณีมีผู้นิพนธ์คนเดียว ไม่ต้องใส่ตัวเลขลำดับ และไม่มีเครื่องหมาย * แต่หากกรณีมีผู้นิพนธ์หลายคนให้ระบุชื่อทุกคน และมีตัวเลขอารบิกกำกับเหนือตัวอักษรสุดท้ายของนามสกุล (เรียงตามลำดับ) กำหนดให้ใส่เครื่องหมาย * ไว้ต่อจากเลขลำดับของผู้นิพนธ์ที่เป็นผู้ประสานบทความ (Corresponding Author)

4.3 ที่อยู่ผู้นิพนธ์ให้ระบุไว้ที่ได้ชื่อผู้นิพนธ์ โดยระบุชื่อคณะและสถาบันการศึกษาของผู้นิพนธ์ กรณีมีผู้นิพนธ์หลายคนให้ระบุสถานที่ติดต่อทุกคน

4.4 ชื่อบทความภาษาอังกฤษ ชื่อผู้นิพนธ์ และที่อยู่ผู้นิพนธ์ ให้ขึ้นต้นด้วยตัวอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวอย่างการเขียนชื่อและที่อยู่ผู้นิพนธ์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

อำไพ ยงกุลวนิช ¹ วิกานดา เกษตรเยี่ยม ^{2*} ^{1,2} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี Ampai Yongkulvanich ¹ Vikanda Kasetauim ^{2*} ^{1,2} Faculty of Business Administration and Management, Ubonratchathani Rajabhat University *Corresponding Author E-mail: vikanda.k@ubru.ac.th (Received: January 5, 2022; Revised: March 3, 2022; Accepted: March 5, 2022)

ภาพที่ 1 ตัวอย่างการเขียนชื่อและที่อยู่ของผู้นิพนธ์บทความ

4.5 คำสำคัญ และ Keywords กำหนดให้ไม่เกิน 5 คำ ไม่ต้องมีคำว่า “และ (And)” หน้าคำสุดท้าย การเขียนคำสำคัญภาษาไทยให้เขียนต่อจากบทคัดย่อภาษาไทย การเขียนคำสำคัญภาษาอังกฤษให้เขียนต่อจากบทคัดย่อภาษาอังกฤษ และบทคัดย่อให้ใช้เครื่องหมายจุลภาค (Comma) คั่นระหว่างคำ ดังตัวอย่าง

คำสำคัญ: การจัดการ, แผนพัฒนาชุมชน, การพัฒนาสังคม, การรับรู้

Keywords: Management, Community Plan, Social Development

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการเขียนคำสำคัญ และ Keywords

5. การเขียนเนื้อหาในบทความ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 บทคัดย่อ คือส่วนการนำเสนอภาพรวมของผลงาน ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ รายละเอียดกระบวนการวิจัย และผลการศึกษา โดยนำเสนอผลตามวัตถุประสงค์

5.2 บทนำ คือ ส่วนแสดงข้อมูลครอบคลุมความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย บทนำควรเขียนรูปแบบเรียงความให้รวมเป็นเนื้อเดียวกัน และเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับงานวิจัย

5.3 วัตถุประสงค์การวิจัย คือ ข้อความที่ผู้วิจัยกำหนดว่าต้องการค้นหาข้อเท็จจริงใดบ้าง

5.4 กรอบแนวคิดการวิจัย คือ ในหัวข้อนี้ให้นำเสนอการทบทวนวรรณกรรมหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย และสมมติฐานการวิจัย

5.5 วิธีดำเนินการวิจัย คือ ข้อมูลประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

5.6 ผลการวิจัย คือ ข้อค้นพบจากการวิจัย นำเสนอข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

5.7 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย คือ การนำเสนอข้อค้นพบจากการวิจัยโดยสรุป และอภิปรายผล

5.8 ข้อเสนอแนะ คือ การเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.9 กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) คือ การระบุแหล่งทุนวิจัย หรือองค์กรที่สนับสนุนการทำวิจัย

6. การพิมพ์เนื้อหาที่เป็นตัวเลข สัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์ ตัวย่อ และส่วนขยายภาษาอังกฤษ มีข้อกำหนดดังนี้

6.1 กรณีตัวเลขหน้าจุดทศนิยมมีค่าเป็นศูนย์ ไม่ต้องเขียนเลขศูนย์ เช่น .05

6.2 กำหนดให้มีการเสนอข้อมูลตัวเลขหลังจุดทศนิยมไม่เกิน 3 ตำแหน่ง

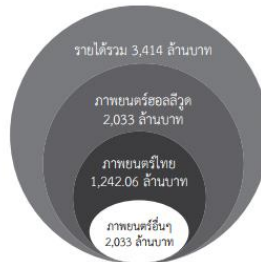
6.3 หากมีการนำเสนอข้อมูลด้วยสัญลักษณ์ทางคณิตศาสตร์กำหนดให้ใช้ฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ในโปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ดเท่านั้น เช่น $\bar{X}$ และกำหนดให้มีปรับขนาดสัญลักษณ์ในการนำเสนอให้เหมาะสม

6.4 การเขียนคำแปลภาษาอังกฤษในวงเล็บต่อจากคำภาษาไทย กำหนดให้ขึ้นต้นคำด้วยอักษรตัวพิมพ์ใหญ่ ส่วนคำเชื่อมภาษาอังกฤษให้เป็นอักษรตัวพิมพ์เล็ก (ถ้ามี) และเขียนคำแปลภาษาอังกฤษเพียงครั้งแรกที่เสนอข้อมูลเพียงครั้งเดียว หากมีการใช้คำเดิมอีกในบทความให้เขียนเฉพาะคำภาษาไทย นั้นโดยไม่ต้องมีคำแปลภาษาอังกฤษ

6.5 กรณีที่เขียนคำย่อและคำขยายภาษาอังกฤษในวงเล็บ ให้เขียนคำขยายก่อนตามด้วยคำย่อ เช่น องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization: LO)

7. การนำเสนอภาพและตาราง

7.1 ภาพประกอบเนื้อหา ให้ระบุชื่อรูปภาพหลังแสดงรูปภาพ จัดภาพกึ่งกลาง ส่วนชื่อภาพให้จัดชิดซ้าย หากมีที่มาของภาพ ให้พิมพ์โดยย่อหน้าเข้ามาให้ตรงกับตัวอักษรตัวแรกที่ยอธิบายภาพ ดังตัวอย่างในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 รายได้บ็อกออฟฟิตเมืองไทย ปี พ.ศ. 2553

ที่มา: (ศิวารุท ไพรพินาศ, 2556)

7.2 ตารางเนื้อหา ให้ระบุชื่อตารางก่อนแสดงตารางข้อมูล โดยจัดชื่อตารางและตารางข้อมูลให้ชิดซ้าย และในการพิมพ์ตารางกำหนดให้มีเส้นตารางในแนวนอนและแนวตั้งภายในตาราง ไม่มีเส้นตารางในแนวตั้งขอบด้านซ้ายและขวาของตาราง ตัวอักษรในตารางให้เป็นตัวบางทั้งหมด หากมีที่มาของตารางให้พิมพ์ “ที่มา” ชิดขอบซ้าย ดังตัวอย่าง

ตารางที่ 3 พื้นที่อนุรักษ์และอุทยานแห่งชาติ

ประเทศ	จังหวัด	พื้นที่อนุรักษ์
ไทย	ศรีสะเกษ	อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าพนมดงรัก
ลาว	สาละวัน	ป่าสงวนแห่งชาติพูเชียงทอง ป่าสงวนแห่งชาติเซซับ
กัมพูชา	พระวิหาร	ป่าสงวนพระวิหาร

ที่มา: (ชาติชาย สุขศรี, 2560)

8. การเขียนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงเอกสารด้วยระบบการเขียนตามแบบ APA (American Psychological Association) เพื่อให้การอ้างอิงถึงผลงานของบุคคลอื่นมีความชัดเจนเป็นรูปแบบเดียวกัน วารสารกำหนดการเขียนเอกสารอ้างอิง ดังนี้

8.1 การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหาเป็นการเขียนอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลที่ปรากฏในเนื้อหาบทความ โดยระบุชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ คั่นด้วยจุลภาค (,) การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา มี 2 แบบ ดังนี้

8.1.1 การอ้างอิงไว้ท้ายข้อความที่อ้างอิง ให้เขียนในวงเล็บและมีเครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างชื่อผู้แต่งและปีที่พิมพ์ มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างการเขียนดังนี้

(ชื่อผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์)

1) กรณีผู้แต่งไม่เกิน 3 คน ให้ใส่ชื่อทุกคน โดยมีคำว่า “และ” ก่อนชื่อคนที่ 2 หรือคนที่ 3

(พรรณี สวนเพลง, 2552)

(กมล สมใจ และไพริน วรรณศิลป์, 2561)

(ไกรสร ทองอ้วน จุลมาศ สายเคน และศิริวรรณ สืบผล, 2562)

(Ivancevich, 2010)

(Kotler & Armstrong, 2010)

(ColQuitt, LePine & Wesson, 2015)

2) กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป ให้ใส่ชื่อผู้แต่งคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคณะ” หรือ

“et al.”

(ธีระพล อรุณะกสิกร และคณะ, 2550)

(Zikmund et al., 2013)

8.1.2 การอ้างอิงกรณีมีการระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหาแล้ว ไม่ต้องระบุชื่อผู้แต่งไว้ในวงเล็บท้ายข้อความอีก แต่ให้ระบุปีที่พิมพ์ไว้หลังชื่อผู้แต่งที่อ้างอิง มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างการเขียนดังนี้

ชื่อผู้แต่ง (ปีที่พิมพ์)

1) กรณีผู้แต่งไม่เกิน 3 คน ให้ใส่ชื่อทุกคน โดยมีคำว่า “และ” ก่อนชื่อคนที่ 2 หรือคนที่ 3

พรรณี สวนเพลง (2552) กล่าวว่า.....

กมล สมใจ และไพริน วรรณศิลป์ (2561) กล่าวว่า.....

ไกรสร ทองอ้วน จุลมาศ สายเคน และศิริวรรณ สืบผล (2562) กล่าวว่า.....

Ivancevich (2010) กล่าวว่า.....

Kotler & Armstrong (2010) ได้ศึกษา.....

ColQuitt, LePine & Wesson (2015) กล่าวว่า.....

2) กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป ให้ใส่ชื่อผู้แต่งคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคณะ”

หรือ “et al.”

พินิจ สุขเสมอ และคณะ (2560) กล่าวว่า.....

Zikmund et al. (2013) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า.....

8.2 การอ้างอิงท้ายบทความ

การอ้างอิงท้ายบทความเป็นการเขียนรายการอ้างอิงแหล่งที่มาที่มีการอ้างในเนื้อหาบทความ ให้จัด
ชิดซ้าย รายการอ้างอิงท้ายบทความจะเขียนเฉพาะรายการที่มีการอ้างในเนื้อหาบทความเท่านั้น

8.2.1 การอ้างอิงจากหนังสือหรือตำรา มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือหรือตำรา**. (พิมพ์ครั้งที่). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

1) กรณีผู้แต่งไม่เกิน 3 คน ให้ใส่ชื่อทุกคน โดยมีคำว่า “และ” ก่อนชื่อคนที่ 2 หรือคนที่ 3
ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนต.

กรณีการ สุขเกษม และสุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). **น่านานวัตกรรมวิถีวิทยาการวิจัย**. กรุงเทพฯ:
บริษัท เฟื่องฟ้า พรินต์ติ้ง จำกัด.

สุพัตรา ศรีวนิชชากร ทศนีย์ ญาณะ และสายศิริ ด่านวัฒนะ. (2552). **การดูแลผู้สูงวัยในชุมชน: ระบบหลักการ
และแนวทางปฏิบัติ**. นนทบุรี: สถาบันวิจัยและพัฒนาาระบบสุขภาพชุมชน.

Harris, M. B. (1995). **Basic Statistics for Behavioral Science Research**. Boston: Allyn and Bacon.

Baldwin, T. T. & Bommer, W. H. (2013). **Managing Organizational Behavior**. (2nd ed.). New York:
McGraw-Hill Education.

Colquitt, J. A., LePine, J. A. & Wesson, M. J. (2015). **Organizational Behavior**. (4th ed.). New York:
McGraw-Hill Education.

2) กรณีผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป ให้ใส่ชื่อผู้แต่งคนแรก และตามด้วยคำว่า “และคณะ” หรือ “et al.”
พินิจ สุขเสมอ และคณะ. (2560). **ความผูกพันในการทำงานของข้าราชการครู**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
บริษัท อักษรดี จำกัด.

Hair, J. F. et al. (2010). **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. (7th ed.). New Jersey:
Pearson Education International.

3) กรณีอ้างอิงผู้แต่งหนังสือหรือตำราชั้นรอง

การเขียนอ้างอิงโดยให้ความสำคัญกับเอกสารเดิมมากกว่า ให้เริ่มต้นด้วยรายการอ้างอิง
ของเอกสารเดิม ใช้คำว่า “อ้างถึงใน” หรือ “กล่าวถึงใน” (“quoted in” หรือ “cited by”) นำหน้ารายการ
อ้างอิงของเอกสารรอง

พรรณิ สวนเพลง. (2552). เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ:

ซีเอ็ดดูเคชั่น, อ้างถึงใน พงษ์ศักดิ์ ผกามาต. (2553). ระบบซีทีและการจัดการยุคใหม่. กรุงเทพฯ:
วิตต์กรุ๊ป.

การเขียนอ้างอิงโดยให้ความสำคัญกับเอกสารรองมากกว่า ให้เริ่มต้นด้วยรายการอ้างอิงเอกสารรอง
ใช้คำว่า “อ้างจาก” หรือ “กล่าวจาก” (“quoting” หรือ “citing”) นำหน้ารายการอ้างอิงของเอกสารเดิม
พงษ์ศักดิ์ ผกามาต. (2553). ระบบซีทีและการจัดการยุคใหม่. กรุงเทพฯ: วิตต์กรุ๊ป, อ้างจาก พรรณี สวนเพลง.

(2552). เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมสำหรับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

8.2.2 การอ้างอิงบทความหรือเนื้อหาจากหนังสือที่มีผู้แต่งหลายคน และมีบรรณาธิการหนังสือ
มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเนื้อหา. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ), ชื่อหนังสือ. (หน้า).
สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

วิกานดา เกษตรเอี่ยม. (2560). การประยุกต์ใช้โปรแกรม HR. ใน อำไพ ยงกุลวนิช (บรรณาธิการ), ระบบ
สารสนเทศเพื่องานธุรกิจ. (50-60). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

Mollada, J. & Jain, R. (2013). Identity, Perceived Authenticity, and Reputation: A Dynamic
Association in Strategic Communications, In Carroll, C. E. (Ed.). **The Handbook of
Communication and Corporate Reputation**. (435-445). New Jeysey: Wiley & Sons, Inc.

8.2.3 การอ้างอิงจากรายงานการวิจัย มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). รายงานการวิจัยเรื่อง ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

บุญเลิศ ธีระตระกูล และคณะ. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง ผลการวิจัยตลาดแรงงาน ปี 2554-2555.
กรุงเทพฯ: กระทรวงแรงงาน.

8.2.4 การอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์ มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์หรือปริญญาวิทยานิพนธ์. ประเภทและระดับปริญญา สถาบันการศึกษา.

ธีระวัฒน์ ชะอุ่ม. (2554). การจัดการความรู้ทรัพยากรวัฒนธรรม: วัดพระศรีรัตนศาสดาราม. วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Zhmei, W. (2008). **The Practices of Training Programs of Selected Transnational Companies
in Chonburi Province**. Master's Thesis, Degree of Arts, Burapha University.

8.2.5 การอ้างอิงจากวารสารวิชาการ มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่พิมพ์(ฉบับที่), เลขหน้า.

การตี มหาชนธ. (2555). การตั้งถิ่นฐานและพัฒนาการของภาคตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทยตามแบบสมัยใหม่
ถึงปัจจุบัน. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 20(34), 111-132.

Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). The Link Between Competitive Advantage and Corporate
Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.

8.2.6 การอ้างอิงจากเอกสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ มีรูปแบบการเขียนและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความหรือชื่อเรื่องของบท. ใน ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ/Ed./Eds.), ชื่อการประชุม (หน้า). สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

บัญชา จุลกุล. (2561). การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ตำบลลำแดง อ. สิงหนคร จ. สงขลา. ใน พิพัฒน์ ลิ้มปะนิตพิทยธร (บรรณาธิการ), การประชุมวิชาการ
ระดับชาติ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1 (31-39). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

8.2.7 การอ้างอิงจากเว็บไซต์ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่เผยแพร่). ชื่อหนังสือหรือชื่อบทความ. สืบค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี จาก ชื่อเว็บไซต์.

ชูศักดิ์ คงนันทน์. (2550). *เกษตรกรรม*. สืบค้นเมื่อ 30 ธันวาคม 2559 จาก <http://ebook.ram.edu/ebook/g/GE253-9.pdf>.

Wang, X. (2010). *Tax Avoidance, Corporate Transparency, and Firm Value*. Retrieved
February 16, 2017, from <http://papers.ssrn.com/abstract=1716474>.

8.2.8 การอ้างอิงจากการสัมภาษณ์ มีรูปแบบและตัวอย่างดังนี้

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์หรือหน่วยงาน. (ปีที่สัมภาษณ์). ตำแหน่งผู้ให้สัมภาษณ์ (ถ้ามี). สถานที่ทำงาน (ถ้ามี). สัมภาษณ์.
วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์.

ประกิต จงเจริญ. (2560). นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ. สำนักงานการเกษตร. สัมภาษณ์. 7
สิงหาคม 2560.

ประเภทของบทความที่ตีพิมพ์

รับตีพิมพ์บทความภาษาไทย ประเภทบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ
(Review Article)

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นผลงานที่ได้จากข้อมูลที่คุณได้ศึกษาวิจัยด้วยตนเอง เพื่อ
นำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

2. บทความวิชาการ (Article) เป็นการเขียนเพื่อนำเสนอทางวิชาการในลักษณะการเขียนแบบความ
เรียง มุ่งให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้จริงหรือเป็นการกล่าวแสดงความคิดเห็นของคุณที่มีข้อมูลแสดงให้เห็น

เชิงประจักษ์ที่สนับสนุนทำให้เกิดการสรุปผลในบทความวิชาการนั้น อาจเป็นการอ้างถึงกรอบความคิด ทฤษฎี ตลอดจนข้อเท็จจริงจากผลการศึกษาที่ผ่านมา โดยมีการค้นคว้าอ้างอิงจากแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้และทันสมัย

นโยบายการเผยแพร่บทความ

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีนโยบายการเผยแพร่บทความ ดังนี้

1. บทความมีเนื้อหาสอดคล้องกับขอบเขตที่กำหนดคือ ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการจัดการ ด้านการบัญชี ด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ด้านการจัดการระบบสารสนเทศ และด้านการตลาด และต้องเป็นบทความที่ไม่อยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่น หรือไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารอื่น

2. บทความได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการและผ่านการพิจารณาความถูกต้องและคุณภาพทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง (peer reviewer) ที่มาจากภายนอกและหลากหลายสถาบัน ไม่น้อยกว่าบทความละ 3 ท่าน แบบ Double-blind review โดยผู้นิพนธ์ไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อผู้นิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้นิพนธ์ การกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาแต่ละบทความแยกเป็น 2 กรณี ดังนี้

2.1 กรณีที่เป็นบทความจากภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กำหนดผู้ทรงคุณวุฒิจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีรวม 3 ท่าน หรือผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีทั้ง 3 ท่าน

2.2 กรณีที่เป็นบทความจากภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี กำหนดผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีทั้ง 3 ท่าน

3. บทความเป็นงานเขียนของผู้นิพนธ์โดยเฉพาะ หากพบว่ามีละเมิดลิขสิทธิ์และขัดต่อหลักจริยธรรม ให้ถือว่าเป็นความเห็นและความรับผิดชอบโดยตรงของผู้นิพนธ์บทความนั้น ๆ มิใช่ความเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของคณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และมีใช้ความเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของกองบรรณาธิการวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

4. บทความมีการตรวจการคัดลอกผลงานของผู้อื่นด้วยโปรแกรมอักขรวิสุทธิ์ในระดับไม่เกินร้อยละ 20 ซึ่งหากมีผลการตรวจเกินจากที่กำหนด วารสารฯ จะปฏิเสธการเผยแพร่บทความ

จริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงาน

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มีนโยบายในการพิมพ์เผยแพร่บทความและกำหนดจริยธรรมในการตีพิมพ์ผลงานในวารสาร (Publication Ethics) เพื่อคุณภาพและมาตรฐานของการจัดทำวารสาร ดังนี้

จริยธรรมของบรรณาธิการ (Editor)

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาคัดเลือกบทความที่มีคุณภาพให้สอดคล้องกับขอบเขตและข้อกำหนดของวารสารฯ และดูแลการตีพิมพ์เผยแพร่ให้ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนด
2. บรรณาธิการพิจารณาคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและคุณภาพของบทความ โดยเลือกผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรงหรือสอดคล้องกับสาขาวิชาของบทความ
3. บรรณาธิการกำกับดูแลไม่ให้เกิดผลประโยชน์ทับซ้อนใด ๆ ระหว่างผู้พิมพ์และผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ รวมถึงกองบรรณาธิการ และเจ้าหน้าที่วารสารฯ
4. บรรณาธิการกำกับดูแลกระบวนการจัดการวารสารแบบออนไลน์และมีการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยกำกับดูแลในทุกขั้นตอนตั้งแต่ การรับบทความ การกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ การแจ้งให้ผู้พิมพ์แก้ไขบทความ ผู้ส่งไฟล์ที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว และการแจ้งผลการพิจารณาบทความ
5. บรรณาธิการกำกับดูแลข้อมูลของผู้พิมพ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ และข้อมูลอื่นของวารสารฯ ให้เป็นความลับ ไม่เผยแพร่ต่อสาธารณะโดยมิได้รับอนุญาต
6. บรรณาธิการต้องรักษาสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของผู้พิมพ์และการป้องกันการละเมิดสิทธิ์ที่อาจเกิดขึ้น โดยกำกับดูแลให้มีการตรวจการคัดลอกผลงานของผู้อื่นด้วยโปรแกรมอักขรวิสุทธิ์ในระดับไม่เกินร้อยละ 20 ซึ่งหากพบว่ามีผลการตรวจเกินจากที่กำหนด จะต้องปฏิเสธการเผยแพร่บทความ
7. บรรณาธิการมีการจัดการรับเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบทความที่ได้เผยแพร่ในวารสารฯ และดำเนินการจัดการข้อร้องเรียนตามความเป็นจริงโดยไม่มีอคติ
8. บรรณาธิการยินดีรับฟังความคิดเห็นและคำแนะนำจากผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการจัดการวารสารฯ อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการรับฟังข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของวารสารฯ มีกระบวนการตรวจสอบด้วยความโปร่งใส และยินดีที่จะแก้ไขข้อผิดพลาดนั้น

จริยธรรมของผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ (Reviewer)

1. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรับพิจารณาบทความในสาขาวิชาที่เชี่ยวชาญของตนเอง และสามารถให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงบทความให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องพิจารณาบทความด้วยความเป็นธรรมตามหลักวิชาการของแต่ละสาขาวิชา ไม่ใช้ความรู้สึกส่วนตัว และไม่มีอคติในการพิจารณาบทความ

3. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาความลับเกี่ยวกับการพิจารณาบทความที่ได้รับมอบหมาย ไม่เปิดเผยข้อมูลใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบทความให้บุคคลอื่นที่ไม่มีสิทธิ์ และผู้ทรงคุณวุฒิไม่คัดลอกแนวคิดหรือเนื้อหาในบทความไปใช้ประโยชน์ส่วนตัว

4. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่รับพิจารณาบทความที่ตนอาจมีส่วนเกี่ยวข้องหรืออาจมีผลประโยชน์ร่วมกับผู้นิพนธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องให้ข้อมูลผลการพิจารณาที่เป็นจริงสะท้อนกลับมาถึงกองบรรณาธิการ รวมถึงข้อมูลบทความที่มีการเผยแพร่ซ้ำซ้อน ขาดจรรยาบรรณในการอ้างอิง และเหตุการณ์ที่เป็นข้อสงสัยอื่นทุกกรณี

จริยธรรมของผู้นิพนธ์ (Author)

1. ผู้นิพนธ์รับรองว่าบทความที่ส่งมาเป็นบทความใหม่ที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนหรืออยู่ในระหว่างกระบวนการพิจารณาขอตีพิมพ์บทความในวารสารอื่น

2. ผู้นิพนธ์เขียนบทความให้มีย่อคำประกอบครบถ้วน มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลให้ชัดเจน และจัดรูปแบบบทความให้ถูกต้องและชัดเจนตามข้อกำหนดของวารสารฯ

3. ผู้นิพนธ์นำเสนอผลการวิจัยหรือการศึกษาค้นคว้าของตนเอง เสนอข้อเท็จจริงจากผลการวิจัยหรือการศึกษาค้นคว้าที่มีการดำเนินงานถูกต้องตามหลักการวิจัย แสดงหลักฐานเกี่ยวกับจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และสัตว์ (ถ้ามี) ไม่นำเสนอข้อมูลที่เป็นเท็จหรือบิดเบือนจากการศึกษาค้นพบ

4. ผู้นิพนธ์ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ ไม่ละเมิดข้อมูลที่ได้รับ ความคุ้มครองทางกฎหมายโดยมิได้รับอนุญาต ไม่คัดลอกผลงานผู้อื่นโดยมิได้มีการอ้างอิงหรือไม่ได้รับอนุญาต และผู้นิพนธ์ต้องมีการตรวจการคัดลอกผลงานของผู้อื่นด้วยโปรแกรมอักขราวิสุทธิ์ในระดับไม่เกินร้อยละ 20 ซึ่งหากพบว่าบทความมีการละเมิดหรือไม่ถูกต้องไม่ถูกต้องใด ๆ ผู้นิพนธ์ต้องเป็นผู้รับผิดชอบ

5. ผู้นิพนธ์ที่มีชื่อปรากฏในบทความต้องมีส่วนร่วมในผลงานการวิจัยหรือการศึกษาค้นคว้าจริง

6. ผู้นิพนธ์ที่มีผลประโยชน์ทับซ้อนในการนำเสนอข้อมูลในบทความจะต้องระบุผลประโยชน์ทับซ้อนด้วย (ถ้ามี) และต้องเขียนข้อมูลแหล่งทุนวิจัยหรือผู้สนับสนุนการทำวิจัยให้ครบถ้วนในหัวข้อกิตติกรรมประกาศ

7. ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขบทความตามคำแนะนำของกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิให้ครบถ้วนและตามกำหนดเวลาที่แจ้ง และมีการดำเนินการทุกกระบวนการแบบออนไลน์ผ่านระบบ ThaiJO ที่หน้าเว็บไซต์ของวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

8. หากผู้นิพนธ์ไม่ปรับแก้ไขบทความตามคำแนะนำหรือไม่ดำเนินการใด ๆ ตามเวลาที่กำหนด ผู้นิพนธ์ยินดีให้วารสารฯ ปฏิเสธการพิจารณาบทความโดยไม่ขอรับค่าธรรมเนียมคืน

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และสัตว์ (ถ้ามี)

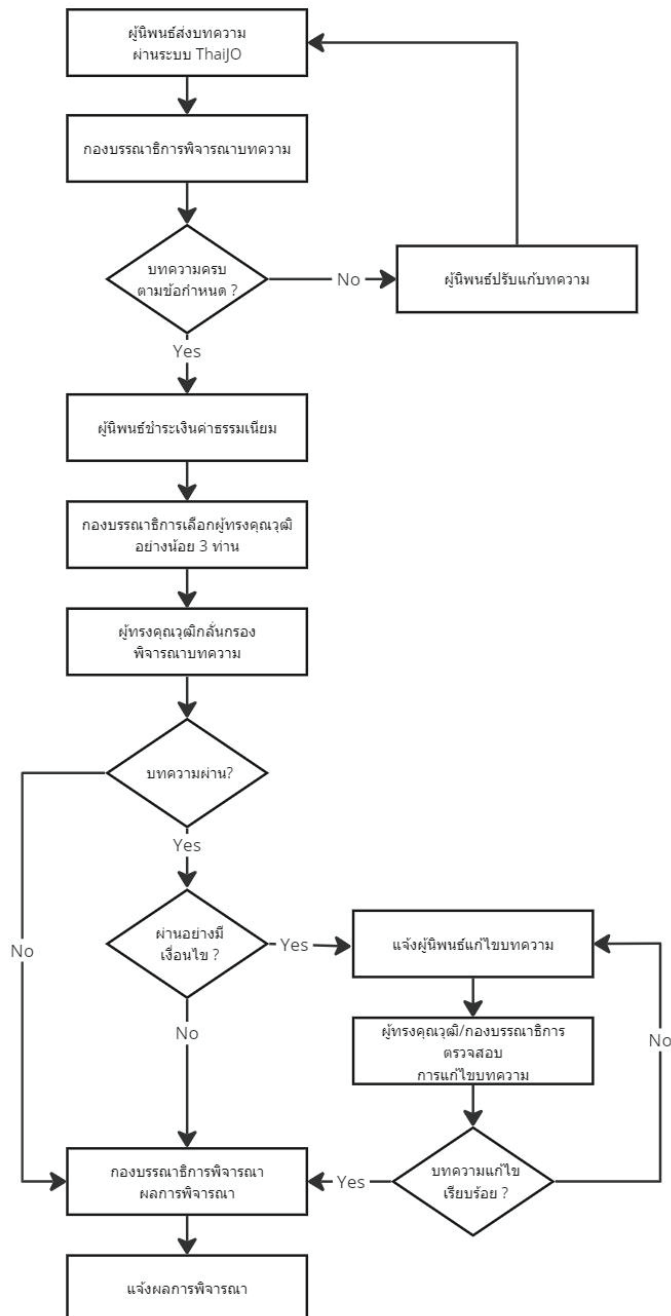
1. บทความที่ผู้พิมพ์ส่งมายังวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี หากเป็นบทความจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสัตว์ที่ต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และสัตว์ (ถ้ามี) ผู้พิมพ์จะต้องส่งหลักฐานการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแนบมาพร้อมกับบทความที่ส่งมายังวารสารฯ

2. หากบทความจากงานวิจัยที่ละเมิดจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และสัตว์ (ถ้ามี) และตรวจพบภายหลังการเผยแพร่ในวารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ข้อพิพาทหรือปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ไม่ว่ากรณีใด ๆ เป็นความรับผิดชอบของผู้พิมพ์ ซึ่งวารสารฯ จะดำเนินการถอดถอนการเผยแพร่บทความและประกาศให้ทราบทั่วกัน

รูปแบบการเผยแพร่

เผยแพร่รูปแบบพิมพ์เล่มวารสาร (ISSN 2351-065X) และรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (ISSN 2985-0460) ผ่านเว็บไซต์ ThaiJo โดยผู้พิมพ์และผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถดาวน์โหลดบทความเพื่อนำไปใช้ในการอ้างอิงได้โดยอิสระ แต่ห้ามนำไปจำหน่ายเพื่อผลเชิงพาณิชย์ ผ่านทางเว็บไซต์ <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU>

ขั้นตอนการพิจารณาบทความ



ผู้พิมพ์ส่งบทความด้วยระบบออนไลน์ของวารสารฯ ผ่านเว็บไซต์

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/index>

ฝ่ายสนับสนุนการดำเนินงานจัดทำวารสาร

ประสานงานและจัดเตรียมต้นฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิกานดา เกษตรเอี่ยม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยนุช วรบุตร

นางสาววาสนา สิริพิศล

วารสารออนไลน์

อาจารย์ไมตรี รีมทอง



Modern Education Excellent BBA

วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

2 ถ.ราชธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

โทรศัพท์ 045-352000 ต่อ 1307 E-mail: jmd2018.ubru@gmail.com

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU>



Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University



Modern Education Excellent BBA

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

2 ถ.ราชธานี ต.ในเมือง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี

โทรศัพท์ 045-352000 ต่อ 1307 E-mail: jmd2018.ubru@gmail.com

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU>

พิมพ์ที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด วิทยาการพิมพ์ 1973 เลขที่ 336-338 ถ.ผาแดง อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 34000
Tel : 0-4524-0692 Fax : 0-4526-5756 E-mail : vetaya336@gmail.com