

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสงขลา

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCES
SONGKHLA RAJABHAT UNIVERSITY



SCAN NOW

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองบรรณาธิการภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.ประมาน เทพสงเคราะห์

มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

รองศาสตราจารย์ ดร.บำรุง ศรีนวลปาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวงศ์ พูนพล

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรจันทร์ ศิริโชติ

มหาวิทยาลัยทักษิณ

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ประภาพร ยางประยงค์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภัทร ยี่ชะเด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

กองจัดการ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการด้านวิทยาการจัดการ

กำหนดเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน และกรกฎาคม - ธันวาคม)

การบอกรับและติดต่อ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

160 หมู่ 4 ถ.กาญจนวนิช ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

โทร.0-7426-0268

E-mail : mgt-journal@skru.ac.th

บทความที่ตีพิมพ์ทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องตามหลักวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
หนึ่ง ท่านและข้อคิดเห็นใด ๆ ที่ปรากฏในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนและไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ เป็นวารสารที่เผยแพร่บทความทางวิชาการของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มุ่งหวังที่จะเป็นสื่อกลางเผยแพร่บทความวิชาการ และบทความวิจัยทางด้าน เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การบัญชี การท่องเที่ยวและโรงแรม นิเทศศาสตร์ การบริหารท้องถิ่น และ ศาสตร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอันเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ วารสารฉบับนี้เป็นปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (เดือนมกราคม – มิถุนายน 2565) บทความที่นำเสนอในวารสารฉบับนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนหรือผู้วิจัย กองบรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์และเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการ วารสารฉบับนี้ มีการ นำเสนอบทความวิจัยจำนวน 4 เรื่อง และทุกบทความได้ผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลาย สถาบันซึ่งมีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความและกองบรรณาธิการทุกท่านที่เสียสละ เวลาให้คำแนะนำ ชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขบทความทางวิชาการอันเป็นประโยชน์ทางวิชาการ สำหรับอาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา และท้ายสุดขอขอบคุณเจ้าของผลงานวิชาการทุกท่าน ที่ทำให้วารสารฉบับนี้มีคุณค่าสามารถนำไปใช้อ้างอิงและใช้ประโยชน์ทางวิชาการต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ รุ่งเรือง
บรรณาธิการ



สารบัญ

1

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์และเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ

Increasing Product Value of Goods and Marketing Channels Through E-commerce System for Rice Community Enterprise Group, Sisaket Province

นริศรา ลอยฟ้า

Naritsara loiypha

20

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการเงินกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้

The Relationship between the Quality of Accounting Information and the Performance of SMEs in the South

โสพิศพิไล ทองใส พิชรี พระสงฆ์ สุภาพร กังจี้ อารยา แก้วคง และ เฉลิมเกียรติ ร้างเล็ก

Sopispilai Thongsai, Phatcharee Prasong, Supaporn Kongchi, Araya Kaewkhong, Chalermkiat Ranglek

39

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

The Utilization of Financial Report on Enable Access Source of Capital and Success of Registered SMEs in Nakhon Si Thammarat Province

พิชรี พระสงฆ์ เฉลิมเกียรติ ร้างเล็ก และ อริญญา จินาชาญ

Phatcharee Prasong, Chalermkiat Ranglek, and Aranya Jinachan

56

ความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

Organizational Commitment Affecting the Intention to Stay of Agent Taveesup Group, AIA Insurance Company Limited Personnel

รุจิษฐ์ อнуชวลิตวงศ์ และ เกวลิน เศรษฐกร

Rujit Anuchavalitwong, Kevalin Setthakorn

70

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ

75

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์และเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ
Increasing Product Value of Goods and Marketing Channels
Through E-commerce System for Rice Community Enterprise
Group, Sisaket Province

นริศรา ลอยฟ้า¹
Naritsara loiypha¹

Received 19/04/2022

Revised 01/06/2022

Accepted 8/06/2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ และพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รูปแบบการวิจัยประยุกต์ แบ่งเป็น 2 ระยะตาม วัตถุประสงค์การวิจัย กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม แบบประเมิน ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและ โปรแกรมกราฟิกพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ วิเคราะห์เชิงคุณภาพและนำเสนอเชิงพรรณนาความ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย ดังนี้

ระยะที่ 1 พบว่า แนวทางเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ มีแนวทางดังนี้ 1) การสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ โดย (1) การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มาตรฐาน (2) การสร้างความเป็นจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ปลอดภัยและมีคุณภาพรับรอง GAP และ Organic 2) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ พบว่า แปรรูป ข้าวอินทรีย์เป็นเครื่องสำอาง เช่น สบู่ และเซรั่มและในรูปแบบของขนมพื้นบ้านที่ผลิตจากข้าว

ระยะ 2 พบว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) หน้าแรก 2) ประวัติ 3) กิจกรรม โครงการชุมชน 4) สินค้าของเรา 5) การสั่งซื้อ 6) การชำระเงิน 7) ติดต่อเรา ทั้งหมดเป็นส่วนสำคัญในการทำ ธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ผลการประเมินพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้ใช้งาน พบว่า ความพึงพอใจ ภาพรวมระดับมาก ($\bar{x}=4.39$) มีการออกแบบระบบตามกระบวนการออกแบบต้นแบบ (Prototype) เน้นการ ออกแบบเรียบง่ายเหมาะกับผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจ

คำสำคัญ: การเพิ่มมูลค่าสินค้า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the approach of increasing product value of the Phakmai Rice Community Enterprise Group, Sisaket Province, and 2) development of electronic commerce system. The participants were Pakmai Rice Community Enterprise Group, Sisaket. To achieve the research objectives, the procedure was divided into two phases. The research tools consisted of questionnaires, in-depth interview form, focus group, participatory observation sheet, and evaluation form. Data processing was performed by Statistical Package for Social Science, and e-commerce development graphics program. Data were analyzed by percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results revealed that

Phase 1 approach of enhancing products values consisted of (1) building the product images by (a) product standard branding and packaging, (b) creating a prominent point of organic products with chemical-free, and quality certified GAP (2) processing of organic rice products into cosmetics such as soaps, serums, and traditional rice-based desserts.

Phase 2 approach of enhancing products values of the Rice Community Enterprise Group consisted of 7 elements: (1) Home, (2) History, (3) Community Project Activities, (4) Our Products, (5) Order, (6) Payment, and (7) Contact us. All are vital parts of trading business through the Internet. After using e-commerce, the user assessment found that they got high level score in satisfaction ($\bar{x}=4.39$). The design of the system based on the prototype emphasizing on simple designs that are suitable for local community products, resulting in the overall satisfactory was at high level.

Keywords: *Increasing product value, Product development approach, e-commerce*

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก เทคโนโลยีและเศรษฐกิจ และภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ประเทศไทยมุ่งส่งเสริมและสร้างความเข้มแข็งทางด้านการแข่งขันเพื่อทันต่อการแข่งขันในตลาดโลก ตลอดจนการผลักดันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สู่สากล รัฐบาลมีการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสร้างรายได้อย่างยั่งยืนนั้นและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพและส่งเสริมการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณค่า มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์สู่การแข่งขันได้สร้างรายได้อย่างยั่งยืนให้กับชุมชนและประเทศชาติ พร้อมทั้งยกระดับคุณภาพสินค้าเป็นสินค้าเป็นสินค้ามาตรฐานและเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจชุมชนและประเทศชาติได้ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนจากกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม สำหรับประเทศไทย สินค้าเกษตรที่สำคัญของประเทศนั้น “ข้าว” ก็ถือเป็นผลผลิตที่เป็นสินค้าที่สำคัญอย่างยิ่งของประเทศ ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันมีการทำเกษตรอินทรีย์โดยจะเน้นการปลูกข้าวที่เป็นเมล็ดพันธุ์ที่ดี การเพาะปลูกเน้นเป็นอินทรีย์ ปลอดภัยเคมี มีการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ให้กับกรมการข้าว ผู้ประกอบการโรงสีข้าว และเกษตรกร ฯลฯ ในด้านการส่งเสริม

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว ดังที่สอดคล้องกับงานของ Tangtrakul (2012) ได้กล่าวถึง การแปรรูปข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มไว้ว่าประเทศไทยเป็น ผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของ โลกเป็นเวลานาน โดยมีส่วนแบ่งตลาดข้าวร้อยละ 30 ของตลาดโลก แต่ประเทศไทย ยังส่งออกในรูปแบบเมล็ดข้าวเพื่อ การบริโภคเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผลิตภัณฑ์ข้าวมีการส่งออกน้อยเพียงร้อยละ 5 ของมูลค่าส่งออกข้าวทั้งหมดในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์จากข้าวยังมีโอกาสมากในตลาดโลก กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมข้าวเพื่อเพิ่มคุณค่าสร้างความ แตกต่างเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปของไทย การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวโดยใช้วัตถุดิบ ในรูปข้าวกล้อง ข้าวกล้องงอก ข้าวขาว ทั้งข้าวเจ้า ข้าวเหนียว เพื่อตอบสนองต่อการบริโภค และการใช้ในอุตสาหกรรมแปรรูปอื่นจากการใช้ส่วนต่าง ๆ ของข้าวภายหลังการกะเทาะเปลือกและการขัดสีข้าวเพื่อให้ได้ ประโยชน์สูงสุด ทั้งในรูปของอาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน หรือพร้อมปรุง และในรูปของ ส่วนประกอบเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร อาหารเพื่อสุขภาพ และความงาม กระดาษ ยาและเครื่องสำอาง โดยมีแนวทางการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งแรงขับเคลื่อนจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในตลาดที่มีกำลังมากขึ้น ทำให้มีความต้องการโภชนาการที่มีคุณค่าทางสุขภาพและมุ่งสู่การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในจังหวัดศรีสะเกษ สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ดำเนินการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์เป็นหลักทุกขั้นตอนทุกกระบวนการ มีการจำหน่ายพันธุ์ข้าว ข้าวเปลือก และข้าวสาร และส่งจำหน่ายแก่โรงพยาบาลที่เน้นอาหารเกษตรปลอดสารพิษ เป็นหลัก ในการลงพื้นที่สำรวจความต้องการของชุมชน ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวมีการดำเนินงานภายใต้เกษตรอินทรีย์ มีการส่งเสริม ควบคุม กำกับดูแลผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง แต่ยังคงขาดการส่งเสริมในการเพิ่มมูลค่าสินค้า การแปรรูปผลิตภัณฑ์และจำหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์ อีกทั้งตลอดจนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับและตรงความต้องการของตลาดได้และประเด็นที่สำคัญอย่างมากในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้า โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการใช้บรรจุภัณฑ์ ตามประเภทสินค้า เพื่อให้สินค้าดูดี มีราคา ดังที่สอดคล้องกับ Jaruwat and Kositanon (2012) กล่าวถึงผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคแล้วสินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่ดีไม่ว่าจะเป็นองค์กร ตรายี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมการตลาดดึงดูดใจซื้อและเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และสอดคล้องกับ Vikromprasit (2015) พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนควรมีลักษณะเฉพาะและมีรูปแบบที่หลากหลาย และการสร้างคุณค่า “Value Creation” ให้กับผลิตภัณฑ์จะเน้นจากการกำหนดลักษณะ (Attributes) ของสินค้า การสร้างจุดเด่น (Features) ให้สินค้าเกิดประโยชน์ (Benefits) ของสินค้าและสร้างคุณค่า (Value) สินค้าต่อไป อย่างสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) อันนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ (Wongmonta, 2006)

จากปัญหาที่กล่าวมา ผู้วิจัยเล็งเห็นความต้องการของชุมชนในการช่วยส่งเสริมชุมชนในการนำเทคโนโลยีมาส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการแปรรูปพัฒนาผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพชีวิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวและส่งเสริมกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ที่และเหมาะสมกับชุมชนในการนำประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในรูปแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จะส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพที่จะสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายและพัฒนาสินค้าสู่การแข่งขันในตลาดโลกได้

การส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนและเพิ่มความเข้มแข็งเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และรับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ให้มีอำนาจในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้น ประเด็นที่สำคัญอย่างมากในการประชาสัมพันธ์สินค้า ส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายการเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ก็สิ่งสำคัญยิ่งในการจะช่วยให้ส่วนแบ่งทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนอย่างมากขึ้นและยั่งยืน อีกประการหนึ่งที่สำคัญจะเห็นได้ว่า อินเทอร์เน็ตมีส่วนสำคัญที่จะส่งเสริม สนับสนุน ประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการขายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี ในรูปแบบของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมการขายเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่าย เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่มีอำนาจในการซื้อมากยิ่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ตอบสนองด้านการติดต่อสองทางระหว่างลูกค้าและผู้จำหน่ายเข้าถึงกันได้อย่างรวดเร็วทุกมุมโลก เพิ่มช่องทางรายได้และทันต่อการแข่งขันในตลาดโลกได้ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Daruang (2017) ที่พบว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้าและผู้จำหน่ายจะช่วยสร้างช่องทางรายได้และทันต่อการแข่งขันในตลาดได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในการพัฒนาศักยภาพและพัฒนาชุมชนในการเพิ่มความเข้มแข็งเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และรับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น สามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และทันต่อคู่แข่งในตลาดได้นั้น งานวิจัยนี้จะช่วยในด้านการหาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ข้าวอินทรีย์และเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวจังหวัด ศรีสะเกษ อันจะช่วยขับเคลื่อนให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน ให้กับชุมชนและประเทศชาติ และมีมาตรฐานในระดับสากลได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดทางการตลาด

ทฤษฎีทางการตลาดในโลกของผู้บริโภคสินค้าและบริการเป็นที่นิยมนั้น การตลาดที่มุ่งขายสินค้าและบริการ แต่แท้ที่จริงแล้วการตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางทำกำไรเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใด ๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาธารณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยในธุรกิจ แม้แต่องค์กรศาสนา ซึ่งต้องการเผยแพร่ธรรมะให้ถึงชาวบ้าน วิธีการเผยแพร่ธรรมะหรือศาสนาออกไปสู่ประชาชนนั้น สำหรับฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) แล้ว สิ่งนี้ก็เรียกได้ว่าเป็นการตลาดอย่างหนึ่ง เช่นกัน ดังนั้นสามารถกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การตลาดนั้น สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม (Social Marketing) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแต่อยากปลูกฝังความคิดหรือพฤติกรรมบางอย่างที่เห็นว่าดีให้แก่ผู้คน แนวความคิดหลักทางการตลาด (Core Marketing Concept) คอตเลอร์ (Kotler, 2003) เสนอแนวคิดหลักทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถเลือกใช้ได้ประกอบด้วย 6 แนวคิดดังนี้ 1) แนวคิดการผลิต (The Production Concept) เน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แนวคิดนี้ถือว่า ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่

หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มักถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งผู้บริโภค มักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ 2) แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอแนวคิดนี้ถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุดในที่สุด 3) แนวคิดการขาย (The Selling Concept) แนวความคิดนี้จึงมุ่งไปที่การขายเชิงรุกและความพยายามในการส่งเสริมการตลาด 4) แนวคิด มุ่งตลาด (The Marketing Concept) มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหากำไรจากความพึงพอใจของลูกค้าเริ่มต้น จากการตรวจสอบความจำเป็น และความต้องการต่าง ๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนำเสนอสิ่งที่ต้องการ นั้น โดยพยายามสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง ประสานกิจกรรม ต่าง ๆ ที่จะกระทบต่อลูกค้ากลุ่มนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด 5) แนวคิดทางด้านลูกค้า (The Customer Concept) มุ่งเน้นความต้องการส่วนตัวเฉพาะลูกค้าแต่ละราย เพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อ บริษัทตลอดจนสร้างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับให้ตลอดชีพ 6) แนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคม (The Societal Marketing Concept) แนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมีจุดเริ่มต้นเช่นเดียวกันกับแนวคิดการตลาดในรูปแบบ อื่น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Jaturongkul (2003: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือ สินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่น ๆ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็น องค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณา อีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับประกัน ผลิตภัณฑ์ (Returns)

2. ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตรา ที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อ ทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจาก ผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทาง อุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายและ การตลาดโดยตรงซึ่งเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมาย ของกิจการ ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับ ลูกค้าซึ่งรู้จักกันในชื่อว่าการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ซึ่งหากสามารถสร้าง ประสบการณ์ในการใช้สินค้า หรือบริการที่ดีต่อลูกค้าเป้าหมายแล้ว ก็จะนำไปสู่การสร้าง ความผูกพัน ทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น (Emotional Attachment) ต่อผู้บริโภค โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการใน การดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้า

สูงขึ้น (Share of Heart) เมื่อเทียบกับคู่แข่งหรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย หรือ เป็นการตลาดทางตรงการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ (Rojanasaeng, 2002)

จากแนวคิดทางการตลาด จะเห็นได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Products) ราคา (Pricing) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งจะเป็นสิ่งที่คอยขับเคลื่อนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่การแข่งขันได้ในตลาดเศรษฐกิจ

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ในกลุ่มอุตสาหกรรมทางการเกษตร ผลจากการแข่งขันในตลาดชั้นที่รุนแรงหลาย ๆ ครั้ง จะทำให้มูลค่าหรือราคาของสินค้าทางการเกษตรมีราคาตกต่ำ หรืออาจมาจากสภาพดินฟ้าอากาศที่เป็นปัจจัยที่ไม่อาจควบคุมได้ ที่จะส่งผลให้ราคาของสินค้ามีการขยับขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นแล้ว ผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร หรือเกษตรกร อาจจำเป็นต้องมีการฝึกฝนเรียนรู้ และพัฒนาเทคนิคในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าทางการเกษตรของตนเอง เพื่อให้สามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรได้มากขึ้นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตร เป็นเทคนิคที่สำคัญที่จะช่วยให้เกษตรกรสามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลผลิตทางการเกษตรของตนเองได้ โดยความหมายโดยทั่วไปจะหมายถึงการนำผลผลิตทางการเกษตรมาเพิ่มลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นบางอย่างให้ต่างไปจากเดิม เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยจะมีทั้งสินค้าที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหารสินค้าทางการเกษตรที่เป็นอาหารนั้นจะมีเทคนิคในการเพิ่มมูลค่าโดยการการแปรรูปหรือการถนอมอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าให้มีราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม ซึ่งหากมีการทำอย่างเป็นระบบ จะช่วยส่งผลให้ผลผลิตสินค้าทางการเกษตรมีปริมาณไม่ล้นตลาด ทำให้ไม่เกิดสงครามราคาที่จะทำให้อาหารราคาสินค้าลดลง อีกทั้งยังเสริมสร้างอาชีพใหม่ ๆ ในชุมชน และยังสามารถลดต้นทุนการผลิตสินค้าได้อีกด้วย เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรที่ได้ผ่านกระบวนการแปรรูปมาแล้วนั้นโดยส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กกว่าขนาดปกติ ทำให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งจัดจำหน่ายลดลง อีกทั้งผลจากการแปรรูปที่จะทำให้สินค้าสามารถเก็บได้นานขึ้น ยังจะก่อให้เกิดรายได้อย่างต่อเนื่องแก่ธุรกิจ

นอกจากการปรับปรุงเพิ่มมูลค่าตัวผลิตภัณฑ์โดยตรงแล้วนั้น ในปัจจุบันนี้มีหลากหลายวิธีที่ใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอีกเช่นกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การสร้างแบรนด์ (Branding) หรือการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า เป็นการทำให้ตลาดรู้จักสินค้าของผู้ผลิต ทำให้เกิดการจดจำว่าสินค้านี้มีคุณภาพอย่างไร มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งอย่างไร และจะช่วยส่งผลให้การขายสินค้ามีความง่ายขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคทราบอยู่แล้วและสามารถคาดหวังได้ว่าถ้าซื้อสินค้าไปแล้วจะมีคุณภาพอย่างไร

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นหรือสร้างสรรค์ คือการสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้สินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ เพราะเมื่อใดก็ตามที่มีสินค้าเหมือนกันคุณภาพใกล้เคียงกัน สิ่งที่คุณบริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นคือบรรจุภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่กว่า มีประโยชน์ในการใช้มากกว่า สวยงามกว่า เปิดปิดสะดวกกว่า ทำให้สินค้าดูมีคุณภาพมากกว่าของคู่แข่ง หรืออาจจะใช้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติแทนการใช้โฟมหรือพลาสติก

การเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) เป็นส่วนหนึ่งของการทำธุรกิจแบบ E-Business โดยคำจำกัดความของคำว่า อี-คอมเมิร์ซ มีความหมายค่อนข้างกว้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองของ

ผู้ที่เกี่ยวข้องและคุณลักษณะเฉพาะตัวอาจหมายถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างกันนั้น สามารถที่จะช่วยสนับสนุนให้บรรลุผลของการนำเสนอสินค้าและบริการไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคล องค์กรหรือระหว่างตัวบุคคลกับองค์กร (Phakdiwatanakul & Kanchanasuwan, 2014) ซึ่งพอจะสรุปความหมายของอีคอมเมิร์ซได้ว่า อีคอมเมิร์ซ หมายถึงเทคโนโลยีที่ใช้เป็นสื่อกลางสำหรับแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ตัวบุคคล องค์กรหรือตัวบุคคลกับองค์กรทั้งนี้เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกองค์กร E-commerce หรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นระบบซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นกระบวนการดำเนินการทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมไปถึงการขยายโอกาสทางการค้าและบริการและยังสามารถรวมไปถึงการแข่งขันทางการตลาด ทั้งนี้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายรูปแบบให้เลือกได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วนหลัก ๆ ดังนี้ (Boonmak, 2014)

1. ระบบลูกค้าสัมพันธ์ เช่นใช้ในการแสดงสินค้าและบริการ
2. การติดต่อกับแหล่งวัตถุดิบ เช่นการค้นหาวัตุดิบ
3. การติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง
4. ลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร

ประเภทของอีคอมเมิร์ซ (Classification of E-Commerce)

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- 1) การค้าระหว่างองค์กรธุรกิจ (Business-to-Business - B2B) การค้าระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าโดยตรง (Business-to-Consumer - B2C) การค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภค (Customer-to-Customer - C2C) และการค้าระหว่างผู้บริโภคกับผู้ประกอบการ (Customer-to-Business - C2B)
- 2) กลุ่มธุรกิจที่ไม่ค้ากำไร ได้แก่ การทำธุรกรรมของผู้ประกอบการและพนักงานภายในองค์กร การทำธุรกรรมระหว่างองค์กรกับพนักงาน (Business-to-Employee - B2E) การทำธุรกรรมระหว่างภาครัฐกับประชาชน (Government-to-Citizen - G2C) การทำธุรกรรมระหว่างพนักงานกับผู้ร่วมธุรกิจ (Collaborative Commerce - C-Commerce) การทำธุรกรรมโดยอาศัยอีคอมเมิร์ซ (Exchange-to-Exchange - E2E) (Phakdiwatanakul and Kanchanasuwan, 2014)

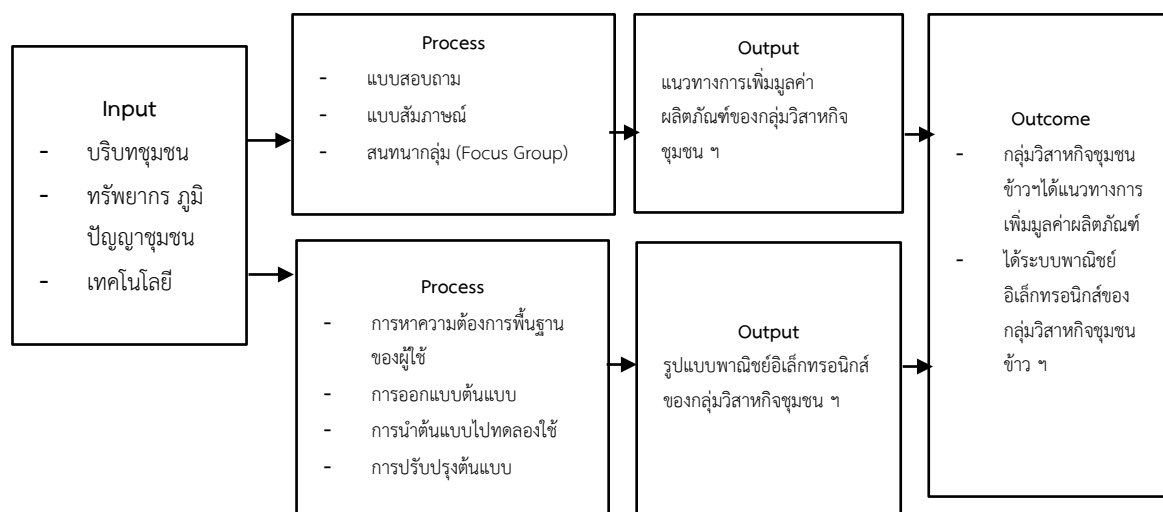
หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์

Kiangkham (2010) กล่าวว่า หลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์การสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณภาพมีองค์ประกอบเกี่ยวข้องมากมาย ซึ่งจะต้องหาข้อมูล วิเคราะห์ และตัดสินใจก่อนที่จะถึงขั้นลงมือทำจริง เช่น วัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย ทีมงานและความเชี่ยวชาญ เนื้อหาหรือข้อมูล เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ รูปแบบของเว็บเพจ และมีขั้นตอนการพัฒนาเว็บไซต์ ดังนี้

- 1) กำหนดเป้าหมายและวางแผน (Site Definition and Planning) ในการพัฒนาเว็บไซต์ประกอบด้วย (1) กำหนดวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์ (2) กำหนดกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย (3) เตรียมแหล่งข้อมูลเนื้อหาหรือข้อมูลคือสาระสำคัญที่แท้จริงของเว็บไซต์ (4) เตรียมทักษะหรือบุคลากรด้านเว็บไซต์ กราฟิก (5) เตรียมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็น เช่นโปรแกรมสำหรับสร้างเว็บไซต์ โปรแกรมกราฟิก ตลอดจนผู้ให้บริการรับฝากเว็บไซต์ (Web Hosting) และแผนบริการที่เหมาะสม

2) วิเคราะห์และจัดโครงสร้างข้อมูล (Analysis and information Architecture) ขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นแรก ไม่ว่าจะเป็นหาวัตถุประสงค์ของเว็บไซต์คุณลักษณะข้อจำกัดของกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รวมทั้งเนื้อหาหลักของเว็บไซต์ นำมาและประเมิน วิเคราะห์และจัดระบบเพื่อให้ได้โครงสร้างข้อมูลและข้อกำหนด ซึ่งจะใช้เป็นกรอบสำหรับการออกแบบและดำเนินการในขั้นต่อไป ประกอบไปด้วย (1) แผนผังโครงสร้างของเว็บไซต์ (Site Structure) (2) ระบบนำทางหรือเนวิเกชัน (Navigation) (3) ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะหน้าตาและรูปแบบของเว็บเพจ (4) ข้อกำหนดของโปรแกรมภาษาสคริปต์หรือเว็บแอปพลิเคชันและฐานข้อมูลที่ใช้ในเว็บไซต์ (5) คุณสมบัติของเว็บเซิร์ฟเวอร์ รวมถึงข้อจำกัด และบริการเสริมต่าง ๆ (3) ออกแบบเว็บเพจและเตรียมข้อมูล (Page Design and Content Editing) (4) ลงมือสร้างและทดสอบ (Construction and Testing) (5) เผยแพร่และส่งเสริมให้เป็นที่รู้จัก (Publishing and promotion) (6) ดูแลและปรับปรุงต่อเนื่อง (Maintenance and innovation)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม อำเภอยะหริ่ง จังหวัดศรีสะเกษ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 2 ระยะ (Phases) ดังนี้

ระยะที่ 1

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ โดยผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญหลัก (Key informant) ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงานสมาชิกกลุ่ม และผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 13 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี แนวปฏิบัติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Study) ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาจากแหล่งข้อมูล เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ในการสร้างเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามข้อมูลโดยกำหนดกรอบภายใต้ ตัวแปรหรือองค์ประกอบ ของส่วนผสมทางการตลาด (4P's)

2) ศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Study) ด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวฯ โดยดำเนินการ ทำการลงภาคสนามและศึกษาข้อมูลเชิงลึกที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อนำเนื้อหาและข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ และหาสภาพการดำเนินงาน แนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวฯ ดังนี้

1. ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นตามกรอบส่วนผสมทางการตลาด (4P's) สอบถามข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เจ้าหน้าที่ประจำ หน่วยงาน สมาชิกกลุ่ม และผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 13 คน

2. สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Key Informant) ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงาน สมาชิกกลุ่ม และผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 13 คนเพื่อให้ทราบ ข้อมูลถึง ปัญหา ความต้องการ แนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ ดังกล่าว โดยทำการสัมภาษณ์แยกประเด็นดังนี้ 1) ลักษณะขอผลิตภัณฑ์เดิม 2) ผลิตภัณฑ์ในร้านยอดจำหน่าย สูงสุด 3) รูปแบบและผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน 4) ลักษณะรูปแบบ ของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. ทำการสำรวจตลาดของผลิตภัณฑ์ จังหวัดศรีสะเกษ และงานแสดงสินค้าของชุมชนตามงาน ประจำอำเภอ จังหวัดศรีสะเกษและห้างสรรพสินค้า ร้านขายของฝากและสื่ออื่น ๆ เพื่อศึกษารูปแบบการ แปรรูปผลิตภัณฑ์

4. นำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นขององค์ประกอบของแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ แล้วนำเสนอต่อชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแบบสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการรายงานข้อ ค้นพบ (Descriptive Methodology) การตีความหมาย (Interpretive Methodology)

ระยะที่ 2

วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ โดยผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญหลัก (Key informant) ประกอบด้วยตัวแทนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม คือประธานกลุ่ม รองประธาน สมาชิกกลุ่ม เจ้าหน้าที่ประจำหน่วยงาน และ ผู้บริโภค 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญระบบจำนวน 3 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน รวมจำนวน 13 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ตามความต้องการพัฒนาระบบ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและโปรแกรมกราฟิกในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และแบบประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำการประเมินค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67-1 จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ศึกษาความต้องการระบบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม เพื่อนำมาออกแบบและสร้างต้นแบบ (prototype) 2) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม โดยใช้วิธีสรุปตีความและบรรยายเชิงวิเคราะห์แล้วมาจัดทำต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3) นำต้นแบบไปใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม และประเมินผลการใช้งานระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และผู้ใช้งานจำนวน 3 ท่าน 4) ปรับปรุงต้นแบบตามข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และผู้ใช้งานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จำนวน 3 ท่าน 5) นำต้นแบบที่ผ่านการปรับปรุงไปดำเนินการสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 6) นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นไปใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม 7) ประเมินผลการใช้งานโดยรวมจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม 8) สรุปผลการวิจัย จัดทำคู่มือการใช้งานเพื่อชุมชนนำไปใช้ประโยชน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยการรายงานข้อค้นพบ (descriptive methodology) การตีความหมาย (interpretive methodology)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ ดังนี้

1.1 การสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ ดังนี้

(1) การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มาตรฐาน พบว่า การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในส่วนของตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหมมีการใช้ตราสินค้า ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม

(2) การสร้างความเป็นจุดเด่นด้านผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ปลอดภัยและมีคุณภาพรับรอง พบว่าการสร้างจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ปลอดภัยพิช โดยปลอดภัยจากสารเคมีทุกขั้นตอน ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก จนถึงกระบวนการสุดท้ายเพื่อสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภค ในการพัฒนาและยกระดับข้าวหอมมะลิทั้งเมล็ดพันธุ์และผลผลิตให้ได้มาตรฐานสากลทั้ง GAP และ Organic ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ ได้มีบทบาทและภาคีเครือข่ายร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและสร้างผลผลิตของกลุ่มให้ได้รับมาตรฐานสากลทั้ง GAP และ Organic ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องดำเนินการความเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์อย่างยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพประกอบใบประกาศและผลรางวัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม

1.2 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ จากผลการศึกษาดังนี้

(1) แปรรูปข้าวอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์ของฝาก ศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการบรรจุข้าวประเภทต่าง ๆ ในกล่องที่สวยงามออกจำหน่ายสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหมมีการใช้ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ดังรูป ที่ 4 โดยจัดทำในรูปแบบผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 1 กิโลกรัม ดังนี้ แบบที่ (1) แบบไม่สุญญากาศ (Non-Vacuum Packaging) ราคา 42 บาทต่อหน่วย และแบบที่ (2) แบบสุญญากาศ (Vacuum Packaging) เป็นการบรรจุที่มีการดูดอากาศในบรรจุภัณฑ์ออกไปก่อนปิดผนึกหรือปิดฝา ทำให้ภายในมีภาวะเป็นสุญญากาศ หรือกระบวนการบรรจุที่เป็นผลทำให้มีระดับออกซิเจนภายในภาชนะบรรจุปิดสนิทมีปริมาณลดลงกว่าปกติ ซึ่งเป็นผลทำให้สามารถยืดอายุการเก็บรักษา โดยราคาต่อหน่วยคือ 55 บาทต่อหน่วย ดังภาพที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 4 แสดงผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ 1 กิโลกรัม

(2) แนวทางการแปรรูปข้าวอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและขนม ดังจะเห็นได้จากงานของ Boonpisuttinant (2022) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสารสกัดข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์ เป็นการนำสารสกัดจากธรรมชาติที่พัฒนามาจากงานวิจัยของผู้ประดิษฐ์ มาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์นี้ โดยได้มีการพัฒนาสูตรของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อายเจล เซรั่ม และ เฮสเซนต์ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้จะช่วยป้องกันการเกิดริ้วรอย และช่วยบำรุงผิวหน้าให้ขาวกระจ่างใส ชุ่มชื้น และสามารถใช้ได้กับทุกสภาพผิว โดยจากข้อสรุปและจุดเด่นเทคโนโลยีเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารสกัดข้าวไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์ ซึ่งยังไม่มีจำหน่ายในท้องตลาดมาก่อน มีประสิทธิภาพในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระและสารเพิ่มความขาวที่สูงกว่าสารที่ใช้เป็นส่วนผสมในท้องตลาดทั่วไป และยังมีความปลอดภัยสูงเมื่อใช้ทางผิวหนังผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนี้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของวัสดุเหลือใช้จากการแปรรูปข้าวอินทรีย์ได้ และแนวทางนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Makhakvun (2019) พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ภูมิปัญญาการผลิตและการแปรรูปข้าวพื้นบ้าน การแปรรูปข้าวพื้นบ้านเป็นขนมเค้กข้าว ขนมโดนัท พุดดิงข้าว และขนมเทียนข้าว หลักสูตรเรื่อง การแปรรูปข้าวพื้นบ้านเป็น สบู่ และสครับจากข้าวพื้นบ้าน และ Narin and Narot (2012) ได้แปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นผงพอกหน้าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (Jasmine Rice Powder Mask Thung Kula Ronghai) บรรจุของจำหน่าย มีสรรพคุณช่วยให้ใบหน้าและผิวหนังเต่งตึง ผ่องใส ลดการอักเสบของผิว และปัจจุบันอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวหอมมะลิ เช่น โคลนพอกหน้า เซรั่มจากข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างหน้าข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างหน้าข้าวหอมมะลิ สบู่ล้างหน้าข้าวหอมมะลิ ครีมอาบน้ำ โลชั่น และสครับ โดยใช้แบรนด์ ESANA เพื่อให้เกิดความเป็นสากล

จากการศึกษาแนวทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว ที่พบมากที่สุด คือ การแปรรูปเป็นเครื่องสำอางและขนม จากการวิเคราะห์ประเด็นจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มในรูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม พบว่า แนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการแปรรูปข้าวอินทรีย์ เป็นเครื่องสำอาง เช่น สบู่ และเซรั่มจากข้าวอินทรีย์ปลอดสารพิษและในรูปแบบของขนมพื้นบ้านที่ผลิตจากข้าวซึ่งมีการจัดทำและจำหน่ายตามเทศกาลและจำหน่ายตามโครงการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหมดำเนินการร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และจากการสนับสนุนด้านทรัพยากรและศักยภาพในด้านการจัดการความรู้จากการดำเนินโครงการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ

2.1 ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม ดังนี้

องค์ประกอบของระบบพาณิชย์ฯ ประกอบด้วย 1) หน้าแรก 2) ประวัติ 3) กิจกรรมโครงการชุมชน 4) สินค้าของเรา 5) การสั่งซื้อ 6) การชำระเงิน 7) ติดต่อเรา ในส่วนของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหอข้าวผักไหมสามารถเข้าถึงได้ที่ <http://phak-mai.lnwshop.com> จะปรากฏหน้าจอดังนี้



ภาพที่ 5 แสดงหน้าแรกของเว็บไซต์



ภาพที่ 6 แสดงประวัติ



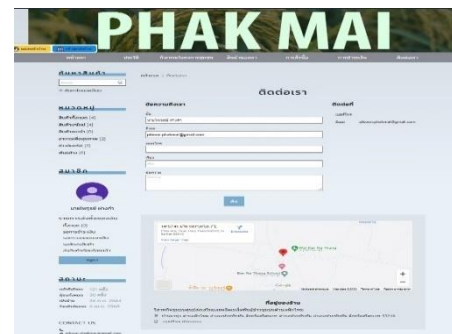
ภาพที่ 7 แสดงกิจกรรมโครงการชุมชน



ภาพที่ 8 แสดงสินค้าของเรา



ภาพที่ 9 แสดงการสั่งซื้อและการชำระเงิน



ภาพที่ 10 ติดต่อเรา

2.2 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม แบ่งตามการใช้งานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1) ส่วนของผู้ใช้ ผู้เยี่ยมชมสามารถเลือกดูข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม ประวัติ กิจกรรมโครงการ เลือกรายการสินค้า ดูรายละเอียดสินค้า ราคา จากข้อมูลรายการสินค้าของเราและสามารถเรียกดูรายการสินค้าที่สั่งซื้อได้ และสามารถลบ แก้ไข รายการที่สั่งซื้อได้ และสามารถแจ้งการชำระเงินและการจัดส่งสินค้าได้ และสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านทางส่วนของติดต่อเราได้ 2) ส่วนของผู้ดูแลระบบ ในส่วนของผู้ดูแลเว็บไซต์สามารถ เพิ่มรายการสินค้า ลบรายการสินค้า แก้ไขรายการสินค้า พร้อมทั้งจัดการรายการสั่งซื้อของลูกค้าได้ สามารถเพิ่มกิจกรรมโครงการ จัดการกิจกรรม จัดการประวัติ

และสามารถแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์และเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับข่าว ประชาสัมพันธ์ เพิ่มกิจกรรมได้ และสามารถจัดการเมนู การใช้งานได้

2.3 ผลการประเมินระบบพาณิชย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้ใช้งาน ดังนี้

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้งาน			
มีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.03	0.58	มาก
สะดวกในการเลือกรายการสินค้า	4.00	0.67	มาก
มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่ายไม่ยุ่งยาก	4.03	0.58	มาก
สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้	4.33	0.58	มาก
มีการจัดประเภทหมวดหมู่สินค้า	4.00	0.67	มาก
ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
มีการแจ้งยอดการชำระเงิน	4.67	0.58	มากที่สุด
มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯถูกต้องและชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน	4.67	0.58	มากที่สุด
ภาพรวมของการใช้งาน	4.67	0.58	มากที่สุด
ความสวยงามของเว็บไซต์			
ขนาดของตัวอักษรมีรูปแบบสวยงามและอ่านง่าย	4.33	0.58	มาก
รูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงาม	4.33	0.58	มาก
ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้	4.67	0.67	มากที่สุด
รูปแบบของเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.33	0.58	มาก
การจัดวางตำแหน่งสินค้าเหมาะสม	4.33	0.58	มาก
การใช้สีเหมาะสม	4.33	0.58	มาก
มีการออกแบบเว็บไซต์เหมาะกับสินค้า	4.67	0.58	มากที่สุด
ความพึงพอใจในภาพรวมของเว็บไซต์	4.33	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.39	0.60	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้ใช้งาน พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความการใช้งาน ค่าเฉลี่ยสามอันดับแรก ดังนี้ ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน มีการแจ้งยอดการชำระเงิน มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯถูกต้องและชัดเจน มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน ภาพรวมของการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.33 และมีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่ายไม่ยุ่งยากอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านความสวยงามของเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสามอันดับแรก ดังนี้ ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้ มีการออกแบบเว็บไซต์เหมาะกับสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือทุกด้านมีค่าเฉลี่ย 4.33 อยู่ในระดับมาก

อภิปรายผล

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ

การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ โดยการศึกษาผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ ประกอบไปด้วย ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ข้าวเปลือก และข้าวสาร เมื่อพิจารณาจากรูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ พบว่า การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ มีแนวทาง ดังนี้ 1) การสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ 2) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ การสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านของการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มาตรฐาน พบว่า การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการภายใต้ตราสินค้าดังกล่าวได้ง่ายขึ้นเกิดความสัมพันธ์ที่ระหว่างตราสินค้าและตัวผู้บริโภคเอง Biel (1992) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Anselmsson *et al.* (2014) ที่กล่าวว่า การรู้จักตราสินค้าเป็นเสาหลักที่สำคัญในการสร้างให้เกิดมูลค่าตราสินค้า (brand equity) ตราสินค้าช่วยสร้างการจดจำของสินค้านำไปถึงการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า และ Soponrat, and Anantachai (2005) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีภาพประกอบ และระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้า มีผลกระทบหลักต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นแนวทางเบื้องต้นว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีภาพประกอบมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า ทศนคติต่อตราสินค้า ทศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ และความตั้งใจซื้อไปในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อนำเสนอคู่กับระดับความคุ้นเคยกับตราสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rundh (2009) ทำการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ : การสร้างสรรค์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยบรรจุภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ภาพนักแสดงที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์จะมีอิทธิพลเมื่อมีการมีวางแผนออกแบบกิจกรรมที่สร้างปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย ซึ่งดังกล่าวจะช่วยทำให้บรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการซื้อ ก่อให้เกิดการจดจำในตราสินค้า และนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อซ้ำในที่สุด และสอดคล้องกับงานของ Laolapa *et al.* (2013) ที่ศึกษาการจัดการความรู้ของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยชุมชนเป็น ส่วนร่วม และ Narin and Narot (2012) ซึ่งได้ถอดองค์ความรู้ของการจัดการความรู้ในชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของผลผลิตทางการเกษตรจากกระบวนการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรได้ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มียี่ห้อสินค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมในการจัดจำหน่าย รวมถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการบรรจุข้าวประเภทต่าง ๆ ในกล่องที่สวยงามออกจำหน่ายและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นผงพอกหน้าข้าวหอมมะลิ หุงกลา บรรจุของจำหน่าย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์นั้นเป็นรูปแบบการดำเนินงานที่ประสบผลสำเร็จซึ่งเห็นได้จากการดำเนินงานของกลุ่มเครือข่ายเกษตรยั่งยืนตำบลหนองแคนที่ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิหุงกลารองให้ขึ้น ซึ่งเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าที่ได้ทดลองใช้ จนมีการนำไปสู่นวัตกรรมการผลิตใหม่ที่ใช้องค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ร่วมกับภูมิปัญญาพื้นบ้านเข้ามาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อีกหลายชิ้น เช่น โคลนพอกหน้า เซรั่มจากข้าวหอมมะลิ สบู่ก้อนข้าวหอมมะลิ สบู่ก้อนน้ำมันรำข้าวหอมมะลิ สบู่รำข้าวหอมมะลิ ครีมาบหน้า โลชั่น และสครับ เป็นต้น เป็นอีกกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ และได้ขอเสนอแนะในการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิ จากการ

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักสรุปได้ว่าควรมีการรวบรวมสมาชิกให้ได้ครอบคลุมทั้งตำบล และควรมีการรวมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวหอมมะลิในรูปแบบที่หลากหลาย

2. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ มีทั้งหมด 7 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) หน้าแรก 2) ประวัติ 3) กิจกรรมโครงการชุมชน 4) สินค้าของเรา 5) การสั่งซื้อ 6) การชำระเงิน 7) ติดต่อเรา ทั้งหมดเป็นส่วนสำคัญในการทำธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แบ่งตามการใช้งานออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ส่วนของผู้ใช้งานทั่วไป ในส่วนของผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเลือกดูสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา จำนวนสินค้าและสามารถเรียกดูรายการสินค้าที่สั่งซื้อได้ และสามารถลบ แก้ไข รายการที่สั่งซื้อได้ และสามารถแจ้งการชำระเงินและการจัดส่งสินค้าได้ 2) ส่วนของผู้ดูแลระบบ ในส่วนของผู้ดูแลระบบสามารถ เพิ่มรายการสินค้า ลบรายการสินค้า แก้ไขรายการสินค้า พร้อมทั้งจัดการรายการสั่งซื้อของลูกค้าได้ สามารถเพิ่มกิจกรรม จัดการกิจกรรม สามารถแก้ไขข้อมูล เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับประวัติได้ และสามารถจัดการเมนู เพิ่มเมนู ลบเมนูการใช้งานได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Munwicha et al.(2016) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับสินค้ากระจุบบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง มีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบและสร้างต้นแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มสินค้ากระจุบบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นการพัฒนาจากความต้องการของผู้นำกลุ่มสินค้ากระจุบบ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง สำหรับการใช้งานเว็บไซต์ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้ใช้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถเข้าชมเว็บไซต์เลือกซื้อสินค้าและตอบแบบสอบถามความพึงพอใจ 2) กลุ่มผู้นำแม่บ้านเกษตรกรบ้านทะเลน้อย และ 3) ผู้ดูแลระบบ สามารถเพิ่ม ลบ แก้ไข ข้อมูลต่างๆ และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ueapattanakit (2010) ได้ทำการวิจัยเรื่องระบบค้าข้าวออนไลน์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำหรับการขยายช่องทาง ในการซื้อสินค้าผ่านทางระบบออนไลน์ การดำเนินงานทางธุรกิจ การแข่งขันกัน และการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลของสินค้าได้มีการศึกษา และออกแบบระบบการทำงานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยทำการศึกษาความเป็นได้ของการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยรวบรวมความต้องการการทำงาน ระบบและแยกส่วนหน้าที่การทำงานในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ได้มีการออกแบบ และการวางกลไกการทำงานนั้น สามารถแบ่งการพัฒนาออกเป็น ส่วน ๆ เพื่อให้ครอบคลุมการทำงาน โดยมีพื้นฐานดังนี้ 1) ส่วนของลูกค้า เป็นส่วนของการจัดการหน้าร้านค้า การออกแบบระบบนั้นได้ ออกแบบมารองรับการทำงานตามสิทธิของผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าทั่วไป หรือลูกค้าสมาชิก 2) ส่วนของผู้ดูแลระบบ เป็นส่วนของการบริหารจัดการภายในร้าน มีหน้าที่กำกับดูแล เรื่องสต็อกรายการสินค้า การขายสินค้า และการสั่งซื้อสินค้า ด้านผลการประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.39 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านความการใช้งาน ค่าเฉลี่ยสามอันดับแรก ดังนี้ ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน มีการแจ้งยอดการชำระเงิน มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถูกต้องและชัดเจน มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน ภาพรวมของการใช้งาน ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.33 และมีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่ายไม่ยุ่งยาก ค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านความสวยงามของเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยสามอันดับแรก ดังนี้ ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้ มีการออกแบบเว็บไซต์เหมาะกับสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือทุกด้านมีค่าเฉลี่ย 4.33 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการประเมินจะเห็นว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าลายลูกแก้ว มีการออกแบบให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานได้ง่าย เรียบง่ายและดูสบายตา

สีเหมาะสมใช้โทนสีเรียบง่าย เหมาะกับผลิตภัณฑ์ข้าว จังหวัดศรีสะเกษ จึงทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจ

จากผลการประเมินจะเห็นว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว จังหวัดศรีสะเกษ มีการออกแบบและพัฒนาระบบตามกระบวนการออกแบบต้นแบบ (Prototype) ตามบริบทของชุมชนและเทคโนโลยี ประกอบกับการให้ผู้ใช้สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ง่าย ใช้ภาพประกอบสื่อความหมายที่ชัดเจน เรียบง่ายและดูสบายตา สีเหมาะสมใช้โทนสีเรียบง่าย และมีข้อมูลการติดต่อที่ชัดเจนที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน ภาพประกอบมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ข้าว จังหวัดศรีสะเกษของชุมชนจึงทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ในส่วนของแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าว ผักไหม จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งเป็นแนวทางที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษหรือพื้นที่อื่น ๆ สามารถนำแนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าวไปใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้

2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ที่มีความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ สามารถนำหลักการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวไปประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงทรัพยากรและกลุ่มผู้บริโภค และควรศึกษาการทดลองการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ทราบถึงขั้นตอน ปัญหา อุปสรรคและรายได้ที่ได้จากการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ ผู้วิจัยขอขอบคุณหน่วยงานวิจัยและพัฒนา ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านเป็นอย่างยิ่งในการสนับสนุน ส่งเสริมช่วยเหลือให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์จนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- Anselmsson, J., Bondesson, N. V. and Johansson. U. (2014). Brand image and customers' willingness to pay a price premium for food brands. *Journal of Product & Brand Management* 23(2), 90-102.
- Biel, A. L. (1992). How brand image drives brand equity. *Journal of Advertising Research* 32(6), 6-12.
- Boonmak, S. (2014). *What is E-Business*. [Access March 17, 2021]. Available from <http://www.makemany.com/how-to/e-business.html>.
- Boonpisuttinant, K. (2022). *Cosmetics from organic Riceberry extracts*. Available. https://www.thailandtechshow.com/view_techno.php?id=96. [2022, March 1].

- Dararuang, K. (2017). Development of product and market strategy for ban kao lame community enterprise, Nakhonsawan Province. *Journal of Suthiparithat* 31(100), 131-143.
- Jaruwan, J., & D. Kositanon. (2012). Behavior and Key Marketing Communication Factors that Influence Purchasing Behavior From Social Media Marketing Communication. *Panyapiwat Journal*. 3(2), 38-49.
- Jaturongkul, A. (2003). *Marketing Management*. Thammasat University: Bangkok.
- Kiangkham, D. (2010). *Manual website builder*. [Accessed November, 2021]. Available from: <http://dvision.in.th/what-to-know/xmlsitemap.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall. (2002) *Phil Carpenter: E-Brandings*, Harvard Business School Press.
- Laolapa, P., Chongwuthiwet, K., Mahakhan, P., & Yuangklang, C. (2013). Knowledge management of farmers in the Northeastern region. Knowledge Management of Agriculturists in the Northeastern Region. *Education Journal Silpakorn University* 10 (2), 69-81.
- Makhakvun, C. (2019). Guidelines for Creating Value Added to Local Rice Products Corresponding to the Current context and way of consumption of consumers in Rasi Salai District, Sisaket Province. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University* 12(1), 152-179.
- Munwicha, C., Anucharn, A., Phanpanasakul, A., Rungklin, C., Supaphong, K., & Thipayasothon, R. (2016). *Development of E-Commerce Prototype for Woven Product from Krajoed (Lepironia articulata (Retz.) Domin) of Baan Tha-le Noi, Phattalung Province*. The 7th National and International Hat Yai Conference. 23 June 2016. Hat Yai University.
- Narin, W & Narot P. (2012). Improving the potential of farming networks to increase the quality of jasmine rice: A case study of sustainable agriculture network in Tambon Nong Khaen of Pathumrat district, Roi Ed province. *Journal of the Graduate School of Asia* 7(1), 130-138.
- Phakdiwatanakul, K., & Kanchanasuwan, T. (2014). *Electronic commerce scriptures*. Bangkok: KTP. Comp and Const.
- Rojanasaeng C. (2002). *Introduction to Marketing of teaching materials for the subject of Marketing, Products, Agriculture and the Thai Economy*, Volume 1, Unit 1, Department of Management Science. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.
- Rundh, B. (2009). Packaging design: creating competitive advantage with product packaging. *British Food Journal*. 11(9), 988-1002.

- Soponrat, L. and S. Anantachat. (2005). Influence of package design on consumer decision making. *Journal of Communication Arts Chulalongkorn University* 23(1), 52-76.
- Tangtrakul, P. (2012). *Rice Processing to Create Value Added at the 2nd National Rice Conference, New Dimensions, Researching Thai Rice for Climate Change and Free Market Opening of ASEAN*. Bangkok: National Science and Technology Development Agency. (P. 67).
- Ueapattanakit, T. (2010). *Rice Trading Online System*. Master of Science program Information Technology. Mahanakorn University.
- Vikromprasit, S. (2015). Business Plan Management of Morhom Cloth Tambon Tunghong, City District, Phrae Province. *Academic Journal Uttaradit Rajabhat University* 10(1), 197-212.
- Wongmonta, S. (2006). *Marketing is Value Creation*. [Online]. Available. <https://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9490000114546>. [2018, July 17].

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้

The Relationship between the Quality of Accounting Information and the Performance of SMEs in the South

โสพิศพิไล ทองใส^{1*}, พัชร พระสงฆ์², สุภาพร กิ่งจี³, อารยา แก้วคง⁴, เฉลิมเกียรติ ร้างเล็ก⁵
Sopispilai Thongsai¹, Phatcharee Prasong², Supaporn Kongchi³, Araya Kaewkhong⁴, Chalermkiat Ranglek⁵

*Corresponding author, e-mail: sopispilai.t@rmutsv.ac.th

Received 03/05/2022

Revised 06/05/2022

Accepted 00/00/0000

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้ และ 2) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารของธุรกิจ SMEs เขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม รองลงมา คือ ด้านความทันเวลา ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถเข้าใจได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Assistant Professor, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya

² ดร. คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Dr., Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

³ อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Lecturer, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

⁴ เจ้าหน้าที่, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Officer, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

⁵ อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Lecturer, Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

คำสำคัญ: คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ผลการดำเนินงาน SMEs

Abstract

The purposes of this study were to 1) investigate the quality of accounting information level and the operation result of SMEs in the south, and 2) test the relationship between the quality of accounting information and the operation result of SMEs. The target group was 400 Small and Medium Enterprises executives in the southern region of the gulf of Thailand using a questionnaire. Statistics used in data analysis were mean, percentage, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The research results indicated that the quality of accounting information as overall was the highest level. Considering individual aspects, it was found that the aspect was the highest level that was faithful representation, timeliness, comparability, understandability and verifiability. The aspect was the high level that was relevance. The operation result of SMEs as overall was the highest level. Considering individual aspects, it was found that the aspect was the highest level that was customer perspectives and learning and growth perspectives. The aspect was the high level that was internal process perspectives and financial perspectives. The quality of accounting information, it was found that relevance, faithful representation, comparability, verifiability, timeliness and understandability there were relationship to the operation result of SMEs.

Keywords: *the quality of accounting information, performance, SMEs*

บทนำ

สภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ซึ่งมีผลกระทบต่อทุกภาคส่วนธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ล้วนประสบปัญหาขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อำนาจซื้อและการบริโภคของประชาชนลดน้อยลง เป็นผลให้ธุรกิจ SMEs ต้องชะลอหรือลดการผลิต การจำหน่ายหรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด อีกทั้งผู้ประกอบการที่ยังคงอยู่ต้องมีการแข่งขันปรับตัวมากขึ้นเพื่อให้อยู่รอด และในปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่เป็นจำนวนมากที่เริ่มดำเนินงานและพัฒนาตนเองสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งภาครัฐบาลได้มีการสนับสนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและให้เกิดความต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เน้นในด้านวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นความรู้พื้นฐานทางด้านการตลาด การขาย การวางแผนการผลิต การวางแผนการเงิน บัญชี ตลอดจนการบริหารจัดการ อีกทั้งการรู้จักการทำแผนธุรกิจประจำปี การรู้จักใช้งบประมาณมาเป็นเครื่องมือบริหารควบคุม ซึ่งเป็นสิ่งที่ SMEs ของไทยยังขาดอยู่มาก และการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ ยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากธุรกิจ SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ

ส่วนใหญ่ธุรกิจ SMEs ไม่ได้เห็นถึงความสำคัญของระบบบัญชีและข้อมูลทางการบัญชีจึงส่งผลให้มีปัญหาในเรื่องของแหล่งเงินทุน เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้

อีกทั้งส่งผลให้การตัดสินใจในการดำเนินงานของธุรกิจไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจของตนเองให้อยู่รอดได้นั้นจำเป็นต้องมีการบริหารงานที่ดี เพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจ การจัดทำข้อมูลทางการเงินจะทำตามความเหมาะสม และตามความต้องการของฝ่ายบริหาร การบัญชีจึงกลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ช่วยในการบริหารงาน ทำให้ทราบฐานะการเงินและผลการดำเนินงาน งานทางด้านบัญชีเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายในองค์กร เกี่ยวข้องกับตัวเลขและเอกสารมากมาย ปริมาณงานที่ทำมีจำนวนมาก และต้องอาศัยความละเอียด ระวังรอบคอบ ในการปฏิบัติงานเพื่อให้ผลงานออกมามีคุณภาพ (Wirotrat, 2006) และเป็นประโยชน์ที่สุดต่อผู้ลงทุนหรือเจ้าหนี้อื่นในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นคุณภาพของข้อมูลทางการเงินที่นำมาใช้เป็นเกณฑ์ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้ คุณภาพของข้อมูลทางการเงินดังกล่าวนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของข้อมูลทางการเงินที่มีประโยชน์ อีกทั้งเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการพิจารณาแผนการดำเนินงาน และการวางแผนกลยุทธ์เพื่อต่อสู้กับคู่แข่งกัน รวมถึงส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานของธุรกิจ โดยธุรกิจสามารถนำผลการดำเนินงานดังกล่าวมาพิจารณาได้ตลอดเวลาว่า ณ เวลานั้น ๆ ธุรกิจมีสถานะเป็นอย่างไร และต้องมีการปรับปรุงพัฒนาในด้านไหนบ้าง เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในปัจจุบันเครื่องมือทางการจัดการที่ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในธุรกิจต่าง ๆ คือ การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ซึ่งเป็นแนวคิดในการบริหารธุรกิจ เนื่องจากการกำหนดขั้นตอนกลยุทธ์ที่ช่วยนำไปสู่การวัดผลการปฏิบัติ ดังนั้นผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ธุรกิจจะต้องนำมาพิจารณาและตรวจสอบอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจ (Decharin, 2005)

ธุรกิจ SMEs ในพื้นที่ภาคใต้ ปี 2562 มีจำนวน 410,525 บาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2561 คิดเป็น 0.93% บทบาทของ SMEs ส่วนใหญ่อยู่บนพื้นฐานของการเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะการปลูกยางพารา และปาล์มน้ำมัน รวมถึงการทำประมง ขณะที่อุตสาหกรรมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปเกษตรขั้นต้น ซึ่งธุรกิจ SMEs ที่โดดเด่นในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่มจากสินค้าเกษตร ธุรกิจผลิตสินค้าหัตถกรรม ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งพืชผลการเกษตร (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2019) SMEs เหล่านี้ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นนิติบุคคลและต้องปฏิบัติตามกฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงการจัดทางการเงิน ซึ่งเป็นรายงานทางบัญชีที่แสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ แต่ในทางปฏิบัติ เราไม่อาจทราบได้ว่าผู้ประกอบการ SMEs โดยส่วนใหญ่แล้วให้ความสำคัญกับการเงินต่อการตัดสินใจเชิงธุรกิจมากน้อยเพียงใด หรือผู้ประกอบการสามารถอ่านรายงานทางการเงินได้เข้าใจมากน้อยเพียงใด สาเหตุหนึ่งอาจมาจากการขาดความรู้เกี่ยวกับการเงินหรือการมองไม่เห็นประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินในการทำธุรกิจ (Jaensirisak, 2014)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาคุณภาพของข้อมูลทางการเงินกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ เพื่อสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาข้อมูลทางการเงินให้มีคุณภาพและนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเพื่อนำไปสู่การมีผลการดำเนินงานที่เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชีและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้
2. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชี

กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน (ปรับปรุง 2558) ระบุว่า ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ที่สุดต่อผู้ลงทุน ผู้ให้กู้ยืมหรือเจ้าหนี้อื่นในปัจจุบันและอนาคต ต้องมีลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐานและลักษณะเชิงคุณภาพเสริม (Federation of Accounting Professions of Thailand, 2017)

1) **ลักษณะเชิงคุณภาพพื้นฐาน** (Fundamental Qualitative Characteristics) กล่าวคือ ข้อมูลทางการเงินมีประโยชน์ต่อผู้ใช้ก็ต่อเมื่อข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1) ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) กล่าวคือ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสามารถทำให้ผู้ใช้ตัดสินใจแตกต่างไป ทั้งนี้ ข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจนั้น สามารถนำมาใช้ในกระบวนการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตและสามารถช่วยในการยืนยันหรือชี้ให้เห็นถึงผลของการประเมินในอดีต เช่น นักลงทุนนำข้อมูลผลการดำเนินงานในงบกำไรขาดทุนและกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จอื่นสำหรับปีปัจจุบันมาเปรียบเทียบกับปีก่อน เพื่อประเมินผลการดำเนินงานในอดีตและคาดการณ์ผลการดำเนินงานในอนาคต เป็นต้น

1.2) ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) กล่าวคือ ข้อมูลทางการเงินที่มีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมต้องแสดงเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจแทนที่จะเป็นรูปแบบทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว เนื่องจากในบางกรณีข้อมูลทางการเงินที่แสดงตามเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจอาจแตกต่างไปจากข้อมูลทางการเงินที่แสดงตามรูปแบบทางกฎหมาย ทั้งนี้ข้อมูลทางการเงินที่มีความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมต้องมีความครบถ้วน ความเป็นกลาง และปราศจากข้อผิดพลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1) ความครบถ้วน (Completeness) กล่าวคือ กิจการต้องนำเสนอและเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน ตลอดจนการให้ความหมายและคำอธิบายที่จำเป็นอย่างครบถ้วนสำหรับผู้ใช้เพื่อเข้าใจปรากฏการณ์นั้น เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินไม่เข้าใจผิดในงบแสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ ตัวอย่างเช่น ผู้จัดการทางการเงินต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสัญญาซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าที่ยกเลิกไม่ได้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เป็นต้น

1.2.2) ความเป็นกลาง (Neutrality) กล่าวคือ กิจการต้องนำเสนอข้อมูลทางการเงินโดยปราศจากอคติหรือความเอนเอียง แม้ว่าการนำเสนอข้อมูลทางการเงินนั้นอาจส่งผลเสียหายแก่กิจการได้ เช่น การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับคดีความที่กิจการถูกฟ้องร้องอยู่ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน เป็นต้น

1.2.3) การปราศจากข้อผิดพลาด (Free from Error) กล่าวคือ การไม่มีข้อผิดพลาดหรือการละเว้นการให้ข้อมูลทางการเงิน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทางการเงินไม่จำเป็นต้องถูกต้องสมบูรณ์ทุกลักษณะ เนื่องจากในการจัดทำข้อมูลทางการเงินบางรายการอาจจำเป็นต้องใช้ดุลยพินิจและการ

ประมาณการ เช่น การคำนวณค่าเสื่อมราคา โดยอาศัยการประมาณอายุการให้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจของรายการที่ดิน อาคารและอุปกรณ์ เป็นต้น

2) ลักษณะเชิงคุณภาพเสริม (Enhancing Qualitative Characteristics) ประกอบด้วย 4 ประการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) ความสามารถเปรียบเทียบได้ (Comparability) กล่าวคือ ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการเงินมากยิ่งขึ้น โดยการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางการเงินที่คล้ายกันของกิจการอื่นสำหรับรอบระยะเวลารายงานเดียวกัน (Cross-Sectional Analysis) หรือโดยการเปรียบเทียบกับข้อมูลทางการเงินที่คล้ายกันของกิจการเดียวกันสำหรับรอบระยะเวลารายงานอื่น (Time-Series Analysis or Trend Analysis) ทั้งนี้ความสามารถเปรียบเทียบได้ไม่ใช่ความสม่ำเสมอ (Consistency) ในบางกรณี ข้อมูลทางการเงินอาจสามารถเปรียบเทียบกันได้ แม้ว่าขาดความสม่ำเสมอก็ตาม เช่น ในกรณีที่กิจการใช้วิธีการบัญชีที่แตกต่างกันสำหรับรายการที่มีเนื้อหาเชิงเศรษฐกิจเดียวกันแต่ต่างรอบระยะเวลารายงานกัน ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินอาจใช้ประโยชน์จากการที่กิจการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการบัญชีที่เปลี่ยนแปลงไป และผลกระทบที่มีต่อรายการในหมายเหตุประกอบงบการเงินเพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบได้ของข้อมูลทางการเงิน เป็นต้น

2.2) ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) กล่าวคือ ผู้สังเกตการณ์ที่มีความรอบรู้แตกต่างกันและมีความเป็นอิสระจากกัน โดยความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้สามารถกระทำทางตรง หรือทางอ้อมได้ ซึ่งความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ทางตรง (Direct Verifiability) เป็นการพิสูจน์จำนวนหรือสังเกตได้โดยตรง เช่น การตรวจนับเงินสดและสินค้าคงเหลือ เป็นต้น ส่วนความสามารถพิสูจน์ได้ทางอ้อม (Indirect Verifiability) เป็นการตรวจสอบปัจจัยนำเข้าแบบจำลอง สูตรหรือเทคนิคอื่น เช่น การคำนวณมูลค่าตามบัญชีของสินค้าคงเหลือปลายงวด โดยใช้วิธีการตราสินค้าคงเหลือเหมือนเดิม เป็นต้น

2.3) ความทันเวลา (Timeliness) กล่าวคือ ประโยชน์ของข้อมูลทางการเงินจะมากขึ้นเมื่อข้อมูลนั้นรายงานอย่างทันเวลา เนื่องจากการมีข้อมูลทางการเงินพร้อมให้ผู้ตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจใช้ทันเวลาที่ข้อมูลนั้นสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

2.4) ความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) กล่าวคือ ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินจะสามารถเข้าใจข้อมูลทางการเงินเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ เมื่อข้อมูลนั้นถูกจัดประเภทกำหนดลักษณะ และนำเสนออย่างชัดเจนและกระชับ โดยมีข้อกำหนดให้ ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินต้องมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจและกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจอย่างสมเหตุสมผล รวมทั้งมีความขยันหมั่นเพียรที่จะศึกษาข้อมูลนั้น ในบางกรณี ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินอาจจำเป็นต้องอาศัยความช่วยเหลือของที่ปรึกษาเพื่อให้สามารถเข้าใจข้อมูลทางการเงินที่ซับซ้อนได้ดียิ่งขึ้น แต่หากข้อมูลมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ข้อมูลนั้นควรถูกนำเสนอในรายงานทางการเงิน โดยกิจการไม่สามารถอ้างว่า ข้อมูลนั้นไม่ควรแสดงในรายงานทางการเงิน เนื่องจากข้อมูลนั้นมีความยากซับซ้อนจนเกินไปสำหรับผู้ใช้อข้อมูลทางการเงินที่จะเข้าใจได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทางการเงินจะไม่มีประโยชน์กับผู้ใช้อข้อมูล หากผู้ใช้อข้อมูลไม่เข้าใจความหมายของข้อมูลทางการเงินนั้น แม้ว่าข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรมก็ตาม

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานตามหลักคุณลักษณะ

ความหมายและความเป็นมาของ Balanced Scorecard (BSC)

Balanced Scorecard (BSC) คือ ระบบหรือกระบวนการในการบริหารงานชนิดหนึ่งที่อาศัยการกำหนดตัวชี้วัด (KPI) เป็นกลไกสำคัญ Kaplan และ Norton ได้ให้นิยามของ Balanced Scorecard ไว้ว่า “เป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน (Measurement) ที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and focused)” (Decharin, 2005) Balance Scorecard จะแสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบขององค์กร ใน 4 มุมมอง ดังนี้

1. มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) เป็นมุมมองที่ตอบคำถาม เพื่อที่จะประสบความสำเร็จทางการเงิน องค์กรจะต้องเป็นอย่างไรในสายตาของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของหรือผู้มีส่วนได้เสีย เจ้าของต้องการให้องค์กรประสบความสำเร็จทางการเงินอย่างไร เช่น กำไรอาจเป็นสิ่งที่ผู้ถือหุ้นต้องการมากที่สุด ดังนั้นกำไรจึงเป็นตัววัดตัวหนึ่งในมุมมองทางการเงิน เป็นต้น

2. มุมมองทางลูกค้า (Customer Perspective) เป็นมุมมองที่ตอบคำถาม เพื่อจะบรรลุถึงเป้าหมายของกิจการ องค์กรจะต้องเป็นอย่างไรในสายตาของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าต้องการให้องค์กรเป็นอย่างไรในมุมมองของลูกค้า เช่น ลูกค้าอาจต้องการให้องค์กรสามารถผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นคุณภาพสินค้าจึงเป็นตัววัดตัวหนึ่งในมุมมองทางลูกค้า เป็นต้น

3. มุมมองทางด้านการกระบวนการภายใน (Internal Business Process) เป็นมุมมองที่ตอบคำถาม เพื่อจะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าเกิดความพอใจองค์กรจะต้องมีการจัดการภายในอย่างไรคุณภาพ (Quality), ระยะเวลาในการผลิตสินค้าและบริหาร (Response Time), ต้นทุน (Cost), และการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด (New Product Introduction)

4. มุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth) เป็นมุมมองที่ตอบคำถาม องค์กรจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างไร เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างยั่งยืน เช่น ความพึงพอใจการทำงานของพนักงาน (Employee Satisfaction), ระบบข้อมูลด้านสารสนเทศ (Information System)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

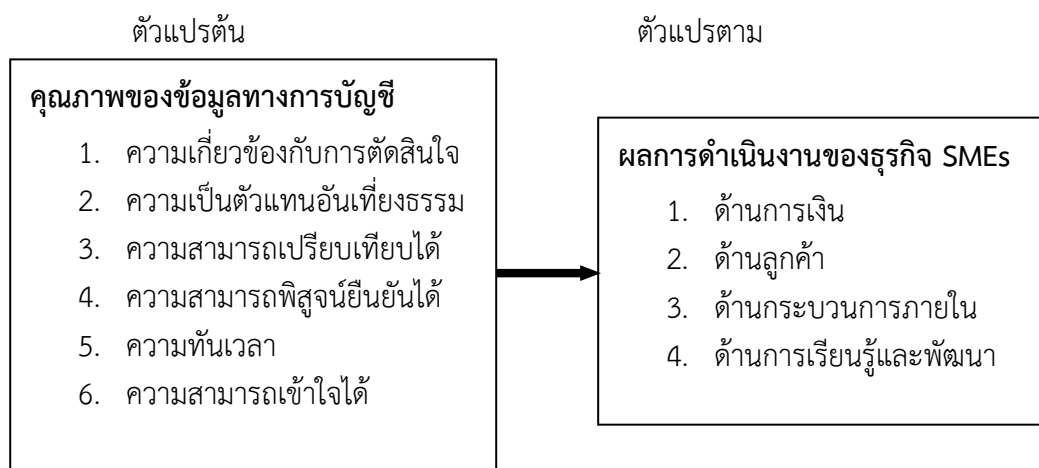
Junthananon (2018) ศึกษาเรื่อง คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสามารถเข้าใจได้ และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการบรรลุวัตถุประสงค์ ด้านการยอมรับจากผู้เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการตอบสนองต่อความต้องการ คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเชื่อถือได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถเข้าใจได้ ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้งานวิจัยยังให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้บริหารในการนำ

ข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ประโยชน์สำหรับการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจรวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไปในอนาคต

Kanbanjong, Tangpinyoputtikhun and Konghong (2013) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการ ด้านการกำหนดกลยุทธ์ ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และด้านการประเมินผลและการควบคุมการใช้กลยุทธ์ อยู่ในระดับมาก ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน และด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการเงินและด้านการเรียนรู้และเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง และประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารจึงควรประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของข้อมูลทางการบัญชี รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจทั่วไปที่จะนำการประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ไปใช้ในการวางแผน และพัฒนาองค์กร เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อไป

Uachanachit (2011) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี และลักษณะองค์กรธุรกิจที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร ส่วนคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเข้าใจได้ และคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเชื่อถือได้ ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร และยังพบว่า ลักษณะองค์กรธุรกิจตามนโยบายองค์กร โครงสร้างองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้งานวิจัยยังให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้บริหารในการนำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ประโยชน์สำหรับการตัดสินใจในการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะแก่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ถึงความสำคัญของการจัดทำแนวปฏิบัติทางการบัญชีให้เหมาะสมกับข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



จากการศึกษางานวิจัยในอดีตของ (Suksuthi & Atiratjirachai, 2020) พบว่า ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางบัญชีมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการบริหารงานและมีความสัมพันธ์กัน (Junthananon, 2018) พบว่า คุณภาพข้อมูลทางบัญชีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยรวม นอกจากนี้งานวิจัยในอดีตของ (Karnbanjong, Tangpinyoputtikhun & Konghong, 2013) พบว่า ประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้การบริหารต้นทุนสมัยใหม่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งงานวิจัยในอดีตมีการศึกษาที่เน้นประสิทธิผลในการบริหารงานและประสิทธิภาพการตัดสินใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยตั้งสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

H1: คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้

ระเบียบวิธีการวิจัย/Research Methodology

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริหารของธุรกิจ SMEs เขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จำนวน 7,837 ราย (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, May 15, 2017 : online)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของธุรกิจ SMEs เขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) จำนวน 400 ราย และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากนั้นจึงทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จังหวัดในเขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
ชุมพร	902	46
สุราษฎร์ธานี	3,257	166
นครศรีธรรมราช	2,677	137
พัทลุง	1,001	51
รวม	7,837	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2 รวบรวมเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างแบบสอบถามโดยพิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายและสมมติฐานของการวิจัย

3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.4 นำแบบสอบถามไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970) ซึ่งคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.725 และผลการดำเนินงาน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.880 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่า 0.700 สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ (Nunnally & Bernstein, 1994)

3.5 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารของธุรกิจ SMEs เขตภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุง จำนวน 400 ชุด โดยส่งมอบด้วยตนเองและเก็บคืนในทันที

4.2 เมื่อได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และพัทลุงครบแล้ว ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

4.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาพิจารณา เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 และ ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงาน และข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายหรืออธิบายลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ โดยนำเสนอเป็นตารางความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะของมาตราวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ท (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (Srisa-ard, 2002)

5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
การจัดช่วงชั้นระดับคะแนน		
		= $\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$
		= $\frac{5-1}{5}$
		= 0.80

โดยมีการกำหนดคะแนน ตามแนวคิดของเบสท์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) ดังนี้

คะแนน	4.21 – 5.00	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน	3.41 – 4.20	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน	2.61 – 3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน	1.81 – 2.60	ระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน	1.00 – 1.80	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient : r) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย/Results

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.75 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 79.50 มีตำแหน่งเป็นกรรมการผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.50

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ได้แก่ ประเภทของกิจการ ระยะเวลาดำเนินงาน และจำนวนพนักงาน

ผลการวิจัยพบว่า กิจการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการประเภทซื้อขายไป คิดเป็นร้อยละ 47.75 มีระยะเวลาดำเนินงานระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 78.00

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ความสามารถเปรียบเทียบได้ ความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ความทันเวลา และความสามารถเข้าใจได้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี โดยภาพรวม

คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	4.11	0.73	มาก
ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม	4.31	0.69	มากที่สุด
ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้	4.28	0.66	มากที่สุด
ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้	4.24	0.69	มากที่สุด
ด้านความทันเวลา	4.29	0.68	มากที่สุด
ด้านความสามารถเข้าใจได้	4.24	0.70	มากที่สุด
รวม	4.25	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D.=0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ($\bar{X} = 4.31$, S.D.=0.69) ด้านความทันเวลา ($\bar{X} = 4.29$, S.D.=0.68) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ($\bar{X} = 4.28$, S.D.=0.66) ด้านความสามารถเข้าใจได้ ($\bar{X} = 4.24$, S.D.=0.70) และด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ($\bar{X} = 4.24$, S.D.=0.69) ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ($\bar{X} = 4.11$, S.D.=0.73)

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผลการดำเนินงาน โดยภาพรวม

ผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการเงิน	4.09	0.83	มาก
ด้านลูกค้า	4.37	0.56	มากที่สุด
ด้านกระบวนการภายใน	4.13	0.66	มาก
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.36	0.66	มากที่สุด
รวม	4.24	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$, S.D.=0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ($\bar{X} = 4.37$, S.D.=0.56) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X} = 4.36$, S.D.=0.66) ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X} = 4.13$, S.D.=0.66) และด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.09$, S.D.=0.83)

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation Coefficient : r)

ตารางที่ 4 แสดงผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs				
	ด้านการเงิน (FP)	ด้านลูกค้า (CP)	ด้านกระบวนการภายใน (TPP)	ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (LGP)	โดยภาพรวม (PFM)
ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (RV)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)
ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (FR)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)
ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (CA)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ปานกลาง)	✓ (สูง)
ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (VA)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)
ด้านความทันเวลา (TL)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)
ด้านความสามารถเข้าใจได้ (UA)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)	✓ (ต่ำ)	✓ (ต่ำ)	✓ (ปานกลาง)

** นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

- หมายความว่า ไม่มีความสัมพันธ์

✓ หมายความว่า มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 4 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยใช้การวิเคราะห์สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) แยกตามตัวแปรสามารถสรุปได้ดังนี้

1. คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับสูง ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้าน

ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

2. คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านการเงิน ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

3. คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้และด้านความสามารถเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ และด้านความทันเวลา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านลูกค้า ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

4. คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ และด้านความทันเวลา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ และด้านความสามารถเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

5. คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ส่วนด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธี Enter ซึ่งเป็นวิธีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวและตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อการพยากรณ์

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
RV	0.087	0.032	0.113	2.723	0.007**	0.638	1.568
FR	0.054	0.036	0.067	1.510	0.132	0.566	1.767
CA	0.382	0.040	0.447	9.531	0.000**	0.501	1.997
VA	0.085	0.034	0.104	2.461	0.014*	0.620	1.614
TL	0.031	0.039	0.037	0.803	0.422	0.507	1.971
UA	0.131	0.037	0.162	3.548	0.000**	0.527	1.899

ค่าคงที่ 0.966 ; SE_{est} = ± 0.372

R = 0.753 R² = 0.567 F = 85.675 P-value = 0.000**

** นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

* นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF และค่า Tolerance ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีมีค่าตั้งแต่ 1.568 – 1.997 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (Black, 2006) และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระ คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีมีค่าตั้งแต่ 0.501 – 0.638 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 ทุกตัวแปร ดังนั้นข้อมูลของตัวแปรอิสระที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง หรือ Multicollinearity

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยมีแบบจำลองในการวิจัย ดังนี้

$$PFM = \beta + \beta_1(RV) + \beta_2(FR) + \beta_3(CA) + \beta_4(VA) + \beta_5(TL) + \beta_6(UA) + \varepsilon$$

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs จะเห็นว่าตัวแปรทั้ง 6 ด้าน มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.753 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ร้อยละ 56.70 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.372

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (RV) มีค่า Sig. = 0.007 ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (CA) มีค่า Sig. = 0.000 ด้านความสามารถเข้าใจได้ (UA) มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.01 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (RV) ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ (CA) ด้านความสามารถเข้าใจได้ (UA) มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (VA) มีค่า Sig. = 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (VA) มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (FR) มีค่า Sig. = 0.132 และด้านความทันเวลา (TL) มีค่า Sig. = 0.422 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.01 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (FR) และด้านความทันเวลา (TL) ไม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยสามารถเขียนเป็นรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

$$PFM = 0.966 + 0.087^{**}(RV) + 0.382^{**}(CA) + 0.085^{*}(VA) + 0.131^{**}(UA)$$

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้ มีประเด็นที่น่าสนใจอภิปราย ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระดับคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชีโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม รองลงมา คือ ด้านความทันเวลา ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถเข้าใจได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจการต้องนำเสนอและเปิดเผยข้อมูลทางการบัญชีอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ชัดเจน และเป็นระเบียบเรียบร้อย อีกทั้งข้อมูลทางการบัญชีต้องรายงานได้อย่างทันตามกำหนดเวลา เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ควบคุม และตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจในอนาคต และกิจการให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการบัญชีที่สามารถเปรียบเทียบกันได้ในรอบระยะเวลาเดียวกัน (Cross-Sectional Analysis) หรือเปรียบเทียบกับข้อมูลทางการบัญชีที่คล้ายกันของกิจการเดียวกันสำหรับรอบระยะเวลารายงานอื่น (Time-Series Analysis or Trend Analysis) ซึ่งมีวิธีปฏิบัติทางบัญชีโดยใช้หลักความสม่ำเสมอเพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเปรียบเทียบข้อมูลทางการบัญชีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Junthananon (2018) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความสามารถเข้าใจได้ และอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความเชื่อถือได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้

2. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคใต้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ส่วนที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจการได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรักษาลูกค้ารายเดิม การแสวงหาลูกค้ารายใหม่ โดยการนำคำติชมจากลูกค้ามาปรับปรุงและออกแบบสินค้าให้มีคุณภาพเพื่อสนองตอบความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างกับลูกค้ารายอื่น อีกทั้งให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน โดยนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานของกิจการให้ดำเนินต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Karnbanjong, Tangpinyoputikhun & Konthong, 2013) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านกระบวนการภายใน และด้านลูกค้า ส่วนด้านการเงินและการเรียนรู้ และเติบโต อยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs

คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลา และด้านความสามารถเข้าใจได้มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจการมีการจัดเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจในครั้งก่อนและจัดทำงบการเงินในรูปแบบที่สามารถเปรียบเทียบกับงบการเงินในปีก่อน ๆ ได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการบัญชี กิจการได้เปิดเผยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินมีความเข้าใจได้ง่าย ถูกต้อง เหมาะสม และสามารถนำไปวิเคราะห์ เพื่อประเมินเหตุการณ์ในอนาคตได้ทันเวลา มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ทั้งในด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Suksuthi & Atiratjirachai, 2020) พบว่า ลักษณะเชิงคุณภาพของข้อมูลทางบัญชี 3 ประการ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความทันต่อเวลา และการพิสูจน์ยืนยันได้ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในการบริหารงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Junthananon (2018) พบว่า คุณภาพข้อมูลทางบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพการตัดสินใจโดยรวม

คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความสามารถเปรียบเทียบได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ และด้านความสามารถเข้าใจได้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกิจการมีวิธีปฏิบัติทางบัญชีโดยใช้หลักความสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินเปรียบเทียบข้อมูลทางการบัญชีได้ และมีการเปรียบเทียบงบการเงินกับงบการเงินของธุรกิจอื่น โดยส่งผลให้กิจการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเรียนรู้และพัฒนากิจการ เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและมีการปรับปรุงวิธีการในการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ลูกค้ารายเก่าเพื่อให้มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Junthananon (2018) พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเชื่อถือได้ ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Uachanachit (2011) พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับข้อมูลทางการบัญชีและงบการเงินที่จัดทำขึ้นให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง ชัดเจน และเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยแสดงเนื้อหาและความเป็นจริงเชิงเศรษฐกิจแทนที่จะเป็นรูปแบบทางกฎหมายเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีไม่เข้าใจผิดในงบแสดงฐานะการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการ

2. ผู้บริหารควรให้ฝ่ายบัญชีและผู้ที่เกี่ยวข้องคำนึงถึงความสำคัญของการจัดทำบัญชี การนำเสนองบการเงิน และการนำส่งงบการเงินให้ทันตามกำหนดเวลาที่กฎหมายกำหนด เพื่อให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถนำไปใช้ในการวางแผน ควบคุม สั่งการ และตัดสินใจได้ทันเวลา

3. ผู้บริหารสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชีให้สามารถนำไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพของข้อมูลทางการเงินบัญชีกับผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาองค์กรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ เช่น วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ด้านการนำเสนอข้อมูล ด้านการใช้งานของข้อมูล เป็นต้น เพื่อให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้เสียสละเวลาให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องของงานอย่างเป็นประโยชน์ยิ่งจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์และบรรลุผลได้ดังความตั้งใจและขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) ที่ให้โอกาสมอบทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- Best, J., & Kahn, J. V. (1993). *Research in fducation* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision marking* (4th ed.). USA: John wiley and Sons.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological test* (5th ed.). New York: Harper Collins.
- Decharin, P. (2005). *The path from strategy to practice with balanced scorecard and key performance indicators* (12th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Federation of Accounting Professions of Thailand. (2015). *Conceptual framework for financial reporting (Update 2015)*. Retrieved May 10, 2017, from <http://www.tfac.or.th/>
- Jaensirisak, S. (2014). Utilization of the financial statement for business administration of small entrepreneur in amphur mueng, Ubon Ratchathani. *Humanity and Social Science Journal Ubon Ratchathani University*. 5(1), 39-63.
- Junthananon, J. (2018). *The impact of qualitative of accounting information on the efficiency of management decision making in small and medium enterprises in bangkok of thailand*. Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University.
- Karnbanjong, P., Tangpinyoputtikhun, Y., & Konghong, K. (2013). *Effects of efficiency of modern cost management application on operational success of food industry corporations in thailand*. Master of Accounting Faculty of Accounting and Management Mahasarakham University.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw Hill.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2017). *Number of establishments*. Retrieved May 15, 2017, from <http://119.63.93.73/smephase3/ReportViewer.aspx?Filename=Report1>
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2019). *Statistical Tables*. Retrieved June 6, 2022, from https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20200722140826.pdf
- Srisa-ard, B. (2013). *Introduction of research* (9th ed.). Bangkok: Suviriyasarn Publishing.
- Suksuthi, S., & Atiratjirachai, N. (2020). The influence of qualitative financial accounting information on the factory managers effectiveness in bang phli industrial estate, Samutprakarn province. *Southeast Bangkok journal*. 6(1), 12-25.
- Uachanachit, D. (2011). *The impact of qualitative of accounting information and organization characteristics on the Efficiency of Management decision making in small and medium enterprises*. Dhurakij Pundit University.

- Wirotrat, C. (2006). *The relationships between job satisfaction and work effectiveness of accountants of SMEs in the northeastern of thailand*. (Thesis). Mahasarakham: Mahasarakham University.
- Yamane, T. (1973). *Statistics and introductory analysis*. (3th ed.). New York: Harper and Row Publications.

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึง
แหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียน
เป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

The Utilization of Financial Report on Enable Access Source of
Capital and Success of Registered SMEs
in Nakhon Si Thammarat Province

พัชรี พระสงฆ์^{1*}, เฉลิมเกียรติ ร้างเล็ก², และอรัญญา จินาชาญ³
Phatcharee Prasong¹, Chalermkiat Ranglek², and Aranya Jinachan³

*Corresponding author, e-mail: phatcharee.pr@rmuts.ac.th

Received 04/05/2022

Revised 06/06/2022

Accepted 08/06/2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 ราย และได้รับแบบสอบถามกลับ จำนวน 249 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.25 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวัดสภาพคล่องทางการเงิน การวัดความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 2) การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวัดสภาพคล่องทางการเงิน การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การวัดความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

¹ ดร. คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Dr.Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

² อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Lecturer,Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

³ อาจารย์, คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

Lecturer,Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya Nakhonsithammarat Campus

คำสำคัญ: รายงานทางการเงิน, การเข้าถึงแหล่งเงินทุน, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

The research objective to study the utilization of financial report to enable access source of capital and success of registered SMEs in Nakhon Si Thammarat province. The research used survey questionnaire which was sent to the registered SMEs in Nakhon Si Thammarat province. Four hundred surveys were sent out to potential respondents to participate in this research, from which 249 surveys were returned. Thus, the response rate is equal to 62.25%. Data analysis by using analytical statistics with percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient and multiple regression analysis.

The result of study found that 1) The utilization of financial report of SMEs in aspect of financial liquidity ratio, leverage ratio, and utilization of financial reporting in practice have a positive impact to access external funding of registered SMEs in Nakhon Si Thammarat province and, 2) The utilization of financial report of SMEs in aspect of financial liquidity ratio, activity ratio, leverage ratio, and utilization of financial reporting in practice have a positive impact to successful of SMEs registered SMEs in Nakhon Si Thammarat province by 0.05 level of significance.

Keywords: *financial report, to enable access source of capital, small and medium enterprises, Nakhon Si Thammarat Province*

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) มีจำนวน 3.08 ล้านรายทั่วประเทศ คิดเป็นร้อยละ 99.54 ของวิสาหกิจทั้งหมด ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงาน 12.71 ล้านคน สร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศ 5.38 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.24 ของ GDP ของประเทศ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2020) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีส่วนช่วยในการเชื่อมโยงสินค้าภาคเกษตรกับการดำเนินงานในภาคการผลิต ภาคการค้า และบริการ ซึ่งนับว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมของไทย การบรรลุผล การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปสู่ความอยู่รอดและความยั่งยืนของธุรกิจ หมายถึง การเจริญเติบโตและการทำกำไรของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ในช่วงที่ผ่านมาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่จะมาใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งวัตถุดิบหรือการขยายกิจการ ทำให้ภาคธุรกิจต้องปิดกิจการจำนวนมาก บางธุรกิจต้องถูกควบรวมกิจการ บางรายต้องขายกิจการทิ้งไป ทำให้เกิดปัญหาขึ้นอย่างมากมาย จากกรณีดังกล่าวส่งผลให้ภาครัฐมีนโยบายต่าง ๆ มาช่วยเหลือในหลายรูปแบบ อาทิ การจัดอบรมให้ความรู้ด้านต่าง ๆ เช่น การจัดทำบัญชี ด้านกฎหมาย ด้านภาษี การสร้างความเข้าใจในเงื่อนไขการให้กู้ การเพิ่มทักษะในการบริหาร

จัดการ การเขียนแผนธุรกิจ และกิจกรรมส่งเสริมอื่น ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงสินเชื่อจากแหล่งเงินทุนได้

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินการทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Pongtanee, 2011) จากการศึกษาวิเคราะห์และเตือนภัยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า ในปี พ.ศ. 2563 ความไม่แน่นอนทางด้านการเมือง การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โควิด 2019 (โควิด 19) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการแข็งตัวของค่าเงินบาท ความผันผวนของราคาพลังงาน ต้นทุนของวัตถุดิบ และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ปัญหาทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกิดขึ้นทุกครั้งที่สภาวะเศรษฐกิจระดับมหภาคล้มเหลว ทำให้ธุรกิจต้องการเงินทุนหมุนเวียนในกิจการเพิ่มมากขึ้นเพื่อความอยู่รอดและมีการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง แต่ความเป็นจริงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักประสบปัญหาเกี่ยวกับการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนหรือขยายงานหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์สินค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมจากระบบและต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2016)

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยข้อมูลทางบัญชีเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารธุรกิจ โดยข้อมูลทางบัญชีช่วยส่งเสริมการตัดสินใจ และการวางแผนการจัดการดำเนินงานเพื่อให้กิจการไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ แม้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาจไม่จำเป็นต้องมีระบบการจัดทำบัญชีหรือระบบการจัดการธุรกิจที่ซับซ้อนเหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับข้อมูลรายงานทางการเงินของกิจการเพื่อสามารถนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในอนาคตของกิจการได้ เช่น ด้านการบริหารงาน ด้านการควบคุม ด้านการตัดสินใจ และการประเมินผลการดำเนินงาน

ประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นผลมาจากการบริหารจัดการทางการเงินที่ดี และสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และแผนกลยุทธ์ของกิจการ โดยประสิทธิภาพของธุรกิจจะสามารถอธิบายผลสำเร็จของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยวัดจากเป้าหมายด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน (Pongtanee, 2011)

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และนำไปใช้ในการบริหารจัดการทางการเงินที่ดีในธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือประสิทธิภาพของธุรกิจ (Thongsukhowong & Sutthachai, 2010; Seangphanich, 2015) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยส่วนใหญ่มีปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เนื่องจาก ขาดความรู้และความเข้าใจในเงื่อนไขของการให้กู้จากสถาบันการเงิน การทำระบบบัญชีไม่ชัดเจน ขาดแคลนสินทรัพย์ที่จะนำมาเป็นหลักฐานในการขอสินเชื่อกับสถาบันทางการเงิน ความไม่เพียงพอของข้อมูลการบัญชีที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการตัดสินใจทางการเงินของธุรกิจ และความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินต่ำ (Sastsara & Mekdee, 2021; Amnuaysawat, 2009) การทำรายงานทางการเงินอย่างละเอียดถี่ถ้วนเป็นหลักฐานที่สำคัญในการขยายตัวของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากการสำรวจข้อมูลพบว่า ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักหลีกเลี่ยงการทำรายงานทางการเงินโดยการให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาเพียงพอในการจัดทำรายงานทางการเงิน (Pongtanee, 2011) ส่งผลให้ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถนำข้อมูลทางการเงินมาใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจได้

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินและการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานของธุรกิจ จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช หรือไม่อย่างไร ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและส่งเสริมการจัดทำรายงานทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและวัดความสำเร็จในการดำเนินงานได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อศึกษาความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล ในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช
4. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

การทบทวนวรรณกรรม

รายงานทางการเงินที่ดีต้องให้ข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน และมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจและมีคุณสมบัติ ดังนี้ 1) แสดงรายการอย่างครบถ้วน เพียงพอ ถูกต้อง เข้าใจง่าย และเชื่อถือได้ 2) ไม่ปกปิดข้อเท็จจริง ถึงแม้ว่าอาจทำให้เกิดความเสียหายต่อกิจการหรือผู้ถือหุ้น 3) สามารถเปรียบเทียบกันได้กับรอบระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือกับกิจการอื่นที่ประกอบธุรกิจคล้ายกันในรอบระยะเวลาเดียวกัน และ 4) เผยแพร่ข้อมูลในเวลาที่เหมาะสม ไม่ใช่ข้อมูลที่ล้าสมัยจนไม่สามารถนำมาใช้ตัดสินใจทางธุรกิจได้

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน นอกจากการพิจารณาตัวเลขในงบการเงินแต่ละงบแล้ว ธุรกิจสามารถที่จะนำข้อมูลที่ปรากฏในงบการเงินมาทำการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินเพื่อประเมินสถานะของกิจการและคู่แข่งทางธุรกิจ สำหรับอัตราส่วนทางการเงินพื้นฐานที่นิยมนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานะของธุรกิจ ประกอบด้วย 1) อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของธุรกิจ 2) อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ 3) อัตราส่วนประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ 4) ความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ และ 5) การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน (Phichetkul, 2012)

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีผลต่อมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและการเพิ่มโอกาสในการลงทุนในโครงการใหม่ๆ ซึ่งทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รับ

ผลตอบแทนเพิ่มขึ้นจากการลงทุน การดำเนินงาน และนำไปสู่ประสิทธิภาพของธุรกิจ แต่อุปสรรคที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้หรือเข้าได้ยาก

แหล่งเงินทุนเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจจำเป็นต้องนำเงินทุนมาใช้หมุนเวียน และขยายกิจการ หรือแก้ปัญหาในการดำเนินงาน โดยหากพิจารณาจากแหล่งที่มาของเงินทุน จะสามารถแบ่งลักษณะของเงินทุนได้ 2 ลักษณะ คือ 1) แหล่งเงินทุนภายในกิจการ หมายถึง เงินทุนของเจ้าของ หรือเงินทุนภายในของครอบครัว และ 2) แหล่งเงินทุนภายนอกกิจการ หมายถึง จากการกู้ยืมสถาบันการเงิน กู้ยืมญาติพี่น้อง กู้ยืมนอกระบบ เป็นต้น ซึ่งแหล่งเงินทุนหลักๆ ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย แหล่งเงินทุนจากส่วนของเจ้าของ และแหล่งเงินทุนจากการก่อหนี้

ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่ยังไม่มีการบริหารจัดการทางการเงินและระบบบัญชีที่ดี ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของสถาบันการเงินในการอนุมัติสินเชื่อ หรือถ้าสถาบันการเงินยอมอนุมัติสินเชื่อให้จะคิดค่าใช้จ่ายและดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าปกติ นอกจากนั้น สาเหตุสำคัญที่ทำให้ SMEs ประสบกับข้อจำกัดในการเข้าถึงสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์สามารถจำแนกออกได้ 3 ข้อ ได้แก่ 1) SMEs บางรายมีขนาดค่อนข้างเล็ก รูปแบบการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ยังไม่ยืดหยุ่นเพียงพอที่จะให้บริการแก่ SMEs รายเล็ก ๆ ทำให้รายได้ไม่คุ้มกับต้นทุนการดำเนินงานที่สูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการด้านการเงิน ซึ่งการติดตามดูแลลูกค้ารายเล็ก ๆ มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการกระจายตัวมากกว่าลูกค้ารายใหญ่ ๆ 2) ธนาคารพาณิชย์ไม่มีข้อมูลเพียงพอในการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตลูกค้า เนื่องจาก SMEs หลายราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายที่มีขนาดเล็กหรือรายที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจได้ไม่นาน มักมีประวัติทางการเงินที่สั้น ไม่มีข้อมูลการเดินบัญชีกับทางธนาคารมาก่อน หรือบางรายขาดความน่าเชื่อถือ ส่งผลทำให้ธนาคารพาณิชย์ตัดสินใจไม่ปล่อยสินเชื่อ แม้ในความเป็นจริงกิจการมีศักยภาพ หรือกำหนดราคา/คิดค่าบริการแพง หรือเรียกหลักประกันเป็นจำนวนสูงเพื่อชดเชยความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต และ 3) SMEs ส่วนใหญ่มีสินทรัพย์ไม่เพียงพอที่จะวางเป็นหลักประกันให้แก่ธนาคารพาณิชย์ (Sucharitakul, 2015) สะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยเฉพาะแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pornlertkachakorn, Inthulak and Srisakun (2018); Sarapaivanich and Kotey (2006) พบว่า ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสามารถพิจารณาได้จาก 1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอก 2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยมีต้นทุนต่ำ 3) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำ 4) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่ำ 5) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันต่ำ และ 6) ขั้นตอนในการขออนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงินมีความรวดเร็ว

ธุรกิจ (Business) หมายถึง การทำกิจกรรมของกลุ่มบุคคล หรือบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายการผลิต และการบริการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการได้รับผลตอบแทน หรือผลกำไรจากการดำเนินกิจกรรมนั้นอย่างเป็นระบบ มีระเบียบตามเกณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนหรือผู้บริโภค

ในการประกอบธุรกิจ ตั้งแต่ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจขนาดใหญ่ เป้าหมายของทุกธุรกิจมุ่งไปที่การมีผลลัพธ์ได้ตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ เพื่อการดำรงอยู่ได้ของธุรกิจ แต่มีธุรกิจจำนวนมากที่ต้องล้มเลิกกิจการ เนื่องจากการดำเนินงานเกิดผลขาดทุน มีคู่แข่งจำนวนมาก ดังนั้นในการทำธุรกิจจึงจำเป็นต้อง

ยี่งที่ต้อมมีความรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อที่จะมุ่งไปสู่การประสบความสำเร็จของธุรกิจ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2016)

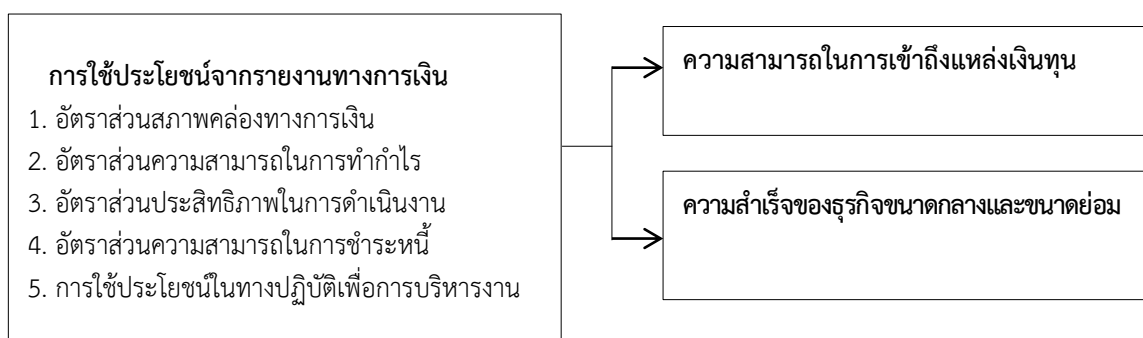
ความสำเร็จของธุรกิจ (Business success) หมายถึง สิ่งที่ทำให้มี หรือให้เกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ โดยเน้นเป้าหมายที่องค์กรได้รับในรูปตัวเงิน เช่น การทำกำไร การเติบโตของยอดขาย ผลตอบแทนในสินทรัพย์ และเงินสดหมุนเวียน เป็นต้น และไม่เป็นตัวเงิน เช่น รูปแบบของวิธทางการดำเนินธุรกิจ ความเป็นอิสระ และความมั่นคงในการดำเนินงาน (Sarapaivanich & Kotey, 2006) การที่ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สำเร็จตามเป้าหมายและลุล่วงไปด้วยดีได้นั้น ต้องมีตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญ 7 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความพึงพอใจต่อความสามารถในการทำกำไร 2) ความพึงพอใจต่อการเติบโตของยอดขาย 3) ความพึงพอใจต่อผลตอบแทนในสินทรัพย์ 4) ความพึงพอใจต่อสภาพคล่องของธุรกิจ 5) ความพึงพอใจกับรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ 6) ความพึงพอใจต่อความเป็นอิสระในการดำเนินธุรกิจโดยไม่ต้องพึ่งพาการลงทุนจากคนภายนอก และ 7) ความพึงพอใจกับความมั่นคงของธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินเพื่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และวัดความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีการเลือกใช้เครื่องมือที่เรียกว่า อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ratio) ซึ่งเป็นเครื่องมือวิเคราะห์งบการเงินวิธีหนึ่งที่ใช้ช่วยในการประเมินฐานะการเงิน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความสามารถในการทำกำไร โดยแบ่งอัตราส่วนทางการเงินออกเป็น 4 ประเภท คือ อัตราส่วนสภาพคล่อง อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร อัตราส่วนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และอัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้น หากผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินจะช่วยให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย และได้ทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability test) โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pilot test) กับผู้บริหารที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นโดยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient alpha) (Cronbach, 1971) ของตัวแปรการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความพึงพอใจในความสำเร็จของธุรกิจ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ระดับ 0.821, 0.792 และ 0.761 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.70 และเข้าใกล้ 1 ถือได้ว่าอยู่ในระดับดี สามารถนำไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 ราย และได้รับการตอบกลับ จำนวน 249 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.25 เมื่อเปรียบเทียบกับแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar and Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่ามีขนาดของข้อมูลที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ประเภทธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินงาน การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดทำแผนการตลาด จัดทำบัญชีโดยใคร แหล่งเงินทุนในการเริ่มดำเนินกิจการ และ แหล่งเงินทุน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ วัตถุประสงค์แหล่งทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ความสามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน ความสามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีต้นทุนต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันต่ำ และ ขั้นตอนในการขออนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงินมีความรวดเร็ว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสามารถในการทำกำไร การเติบโตของยอดขาย ผลตอบแทนในสินทรัพย์ สภาพคล่อง รูปแบบการดำเนินงาน ความเป็นอิสระในการดำเนินงานโดยไม่ต้องพึ่งพาการลงทุนจากภายนอก และความมั่นคงในการดำเนินงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 ทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตอนที่ 6 ทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2 โครงสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รายการ	การผลิต		การค้า		การบริการ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทธุรกิจ	17	6.83	172	69.08	60	24.09	249	100.00
รูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัด	6	35.29	150	87.21	40	66.67	196	78.71
ระยะเวลาดำเนินงาน 10 ปีขึ้นไป	14	82.35	109	63.38	43	71.67	166	66.67
มีการจัดทำแผนธุรกิจ	14	82.35	129	75.00	51	85.00	194	77.91
แผนการตลาด								
มีการจัดทำแผนการตลาด	14	82.35	133	77.33	51	85.00	198	79.52
จัดทำบัญชีเอง	6	35.29	101	58.72	29	48.33	136	54.62
แหล่งเงินทุนเริ่มแรก								
กู้จากสถาบันการเงิน	11	64.71	133	77.33	53	88.33	197	79.12
ความต้องการในการกู้เงิน								
เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการ	9	52.94	117	68.02	36	60.00	162	65.06

จากตารางที่ 2 พบว่า ส่วนใหญ่ประเภทธุรกิจเป็นภาคการค้า รูปแบบเป็นบริษัทจำกัด ระยะเวลาดำเนินงาน 10 ปีขึ้นไป ธุรกิจมีการจัดทำแผนธุรกิจ แผนการตลาด จัดทำบัญชีเอง แหล่งเงินทุนครั้งแรกได้จากการกู้จากสถาบันการเงิน และมีความต้องการกู้เงินเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ

2. ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ได้แก่ วัดสภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน

ตารางที่ 3 การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทของ SMEs	การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน										รวม		การแปลผล
	วัดสภาพคล่องทางการเงิน		วัดความสามารถในการทำกำไร		วัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน		วัดความสามารถในการชำระหนี้		การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
การผลิต	3.24	.387	3.44	.310	3.08	.344	3.26	.562	3.13	.208	3.23	.233	ปานกลาง
การค้า	3.29	.437	3.29	.346	3.21	.463	3.18	.486	3.13	.314	3.22	.286	ปานกลาง
การบริการ	3.23	.400	3.16	.328	3.13	.472	3.10	.494	3.14	.266	3.14	.227	ปานกลาง
รวม	3.27	.425	3.27	.345	3.18	.459	3.16	.493	3.12	.296	3.20	.271	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมีการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = .271) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินเพื่อวัดสภาพคล่องทางการเงิน ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = .425) รองลงมา คือ วัดความสามารถในการทำ

กำไร ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = .345) การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .459) วัดความสามารถในการชำระหนี้ ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = .493) และน้อยที่สุด คือ การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = .296) เนื่องจาก วิสาหกิจดังกล่าวยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการประเมินสภาพคล่องทางการเงิน ความสามารถในการทำกำไร ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงานเพื่อการบริหารงานของธุรกิจ

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินตามประเภทของธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทการผลิตใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินมากที่สุด ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = .233) รองลงมา ประเภทการค้า ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .286) และน้อยที่สุด คือ ประเภทบริการ ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = .227)

3. ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอก ได้แก่ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีต้นทุนต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่ำ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันต่ำ และขั้นตอนในการขออนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงินมีความรวดเร็ว

ตารางที่ 4 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภท ของ SMEs	ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของ SMEs												รวม	การแปล ผล	
	กู้เงินจากสถาบัน การเงิน		กู้เงินจากสถาบัน การเงิน โดยมีต้นทุนต่ำ		กู้เงินจากสถาบัน การเงิน โดยได้รับอัตรา ดอกเบี้ยต่ำ		เงินจากสถาบัน การเงิน โดยมี ค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินการต่ำ		กู้เงินจาก สถาบันการเงิน โดยใช้ หลักทรัพย์ใน การค้ำประกัน ต่ำ		ขั้นตอนในการ ขออนุมัติเงินกู้ จากสถาบัน การเงินมีความ รวดเร็ว				
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
การผลิต	3.24	.562	3.24	.562	3.41	.507	3.29	.686	3.18	.529	3.12	.332	3.25	.295	ปานกลาง
การค้า	3.20	.483	3.24	.454	3.32	.504	3.32	.515	3.21	.543	3.10	.460	3.23	.337	ปานกลาง
การบริการ	3.13	.389	3.13	.389	3.25	.437	3.28	.490	3.32	.567	3.17	.557	3.21	.249	ปานกลาง
รวม	3.19	.467	3.21	.448	3.31	.489	3.31	.521	3.23	.548	3.12	.477	3.23	.314	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = .314) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่ำมากที่สุด ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = .521) รองลงมา คือ สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยได้รับอัตราดอกเบี้ยต่ำ ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = .489) สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกันต่ำ ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = .548) สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงินโดยมีต้นทุนต่ำ ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .448) สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = .467) และน้อยที่สุด คือ ขั้นตอนในการขออนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงินมีความรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.12$, S.D. = .477) เนื่องจาก 1) สถาบันการเงินมักจะพิจารณาให้สินเชื่อกับกลุ่มผู้กู้รายเก่าหรือธุรกิจขนาดใหญ่และมีการตั้งเงื่อนไขเพื่อคัดกรองลูกค้ารายใหม่ 2) สถาบันการเงินขาดความยืดหยุ่นในการเกณฑ์ที่

ใช้พิจารณาด้านหลักประกัน และ 3) ผู้ประกอบการไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แยกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทการผลิตมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกมากที่สุด ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = .295) รองลงมา ประเภทการค้า ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = .337) และน้อยที่สุด คือ ประเภทการบริการ ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .249)

4. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อความสามารถในการทำกำไร การเติบโตของยอดขาย ผลตอบแทนในสินทรัพย์ สภาพคล่อง รูปแบบการดำเนินงาน ความเป็นอิสระในการดำเนินงานโดยไม่ต้องพึ่งพาการลงทุนจากคนภายนอก และความมั่นคงในการดำเนินงาน

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำเร็จในการดำเนินงาน	ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม						รวม	
	การผลิต		การค้า		การบริการ			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.
ความสามารถในการทำกำไร	3.29	.470	3.23	.485	3.18	.390	3.22	.462
การเติบโตของยอดขาย	3.29	.470	3.22	.469	3.23	.427	3.23	.458
ผลตอบแทนในสินทรัพย์	3.24	.664	3.21	.543	3.18	.537	3.20	.548
สภาพคล่อง	3.12	.600	3.26	.534	3.12	.613	3.21	.560
รูปแบบการดำเนินงาน	3.18	.393	3.25	.531	3.15	.481	3.22	.511
ความเป็นอิสระในการดำเนินงานโดยไม่ต้องพึ่งพาการลงทุนจากคนภายนอก	3.12	.332	3.13	.458	3.22	.415	3.15	.441
ความมั่นคงในการดำเนินงาน	3.06	.243	3.11	.411	3.10	.399	3.10	.398
รวม	3.18	.289	3.20	.325	3.17	.279	3.19	.311
แปลผล	ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง		ปานกลาง	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จัดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.19$, S.D. = .311) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ มีความพึงพอใจต่อการเติบโตของยอดขายของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = .458) รองลงมา คือ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .511) มีความพึงพอใจต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = .462) มีความพึงพอใจต่อสภาพคล่องของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = .560) มีความพึงพอใจต่อผลตอบแทนในสินทรัพย์ของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = .548) มีความพึงพอใจต่อความเป็นอิสระในการดำเนินงานของธุรกิจโดยไม่ต้องพึ่งพาการลงทุนจากคนภายนอก ($\bar{X} = 3.15$, S.D. = .441) และน้อยที่สุด คือ ความพึงพอใจต่อความมั่นคงในการดำเนินงานของธุรกิจ ($\bar{X} = 3.10$, S.D. = .398)

ความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ แยกตามประเภทของธุรกิจ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทการค้ามีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จมากที่สุด ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = .325) รองลงมา ประเภทการผลิต ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .289) และน้อยที่สุด คือ ประเภทการบริการ ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = .279)

5. การทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน	ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของ SMEs						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	0.982	0.206	-	4.759	0.000*	-	-
การวัดสภาพคล่อง	0.243	0.044	0.328	5.551	0.000*	0.738	1.354
การวัดความสามารถในการทำกำไร	0.093	0.051	0.102	1.842	0.067	0.835	1.197
การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	0.029	0.039	0.042	0.738	0.461	0.797	1.255
การวัดความสามารถในการชำระหนี้	0.079	0.037	0.124	2.135	0.034*	0.769	1.300
การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน	0.258	0.064	0.243	4.012	0.000*	0.704	1.420
R = 0.610, R ² = 0.372, Adj. R ² = 0.360, F = 28.845, p < 0.05							
* p < 0.05							

จากตารางที่ 6 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ด้านการวัดสภาพคล่อง (Sig. = 0.000) การวัดความสามารถในการชำระหนี้ (Sig. = 0.034) และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน (Sig. = 0.000) ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ด้านการวัดความสามารถในการทำกำไร (Sig. = 0.067) และการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Sig. = 0.461) ไม่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. > 0.05)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การวัดสภาพคล่อง (β = 0.328) ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด รองลงมาการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน (β = 0.243) การวัดความสามารถในการชำระหนี้ (β = 0.124) การวัดความสามารถในการทำกำไร (β = 0.102) และการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (β = 0.042) ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าค่า Multiple R = 0.610 สัมประสิทธิ์การกำหนด (R² = 0.372) แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินด้าน การวัดสภาพคล่อง ด้านการวัดความสามารถในการทำกำไร ด้านการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านการวัดความสามารถในการชำระหนี้ และด้าน การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 37.20 ที่เหลืออีกร้อยละ 62.80 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น

จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 10.00 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.197 – 1.420 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 10.00 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ

6. การทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน	ความสำเร็จของ SMEs						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	0.894	0.202	-	4.431	0.000*	-	-
การวัดสภาพคล่อง	0.142	0.043	0.193	3.305	0.001*	0.738	1.354
การวัดความสามารถในการทำกำไร	0.030	0.050	0.033	0.607	0.544	0.835	1.197
การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน	0.083	0.038	0.122	2.175	0.031*	0.797	1.255
การวัดความสามารถในการชำระหนี้	0.086	0.036	0.135	2.367	0.019*	0.769	1.300
การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน	0.385	0.063	0.367	6.127	0.000*	0.704	1.420
R = 0.623, R ² = 0.388, Adj. R ² = 0.375, F = 30.761, p < 0.05							
* p < 0.05							

จากตารางที่ 7 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ด้านการวัดสภาพคล่อง (Sig. = 0.001) การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Sig. = 0.031) การวัดความสามารถในการชำระหนี้ (Sig. = 0.019) และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน (Sig. = 0.000) ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. < 0.05)

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ด้านการวัดความสามารถในการทำกำไร (Sig. = 0.544) ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. > 0.05)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงาน (β = 0.367) ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชมากที่สุด รองลงมา การวัดสภาพคล่อง (β = 0.193) การวัดความสามารถในการชำระหนี้ (β = 0.135) การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (β = 0.122) และการวัดความสามารถในการทำกำไร (β = 0.033) ตามลำดับ

นอกจากนี้ พบว่า ค่า Multiple R = 0.623 สัมประสิทธิ์การกำหนด (R² = 0.388) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ด้านการวัดสภาพคล่อง ด้านการวัดความสามารถในการทำกำไร ด้านการวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านการวัดความสามารถในการชำระหนี้ และด้าน การใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช คิดเป็นร้อยละ 38.80 ที่เหลืออีกร้อยละ 61.20 เป็นผลมาจากตัวแปรอื่น

อภิปรายผล

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาคการผลิต การค้า และการบริการให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจดังกล่าวไม่ให้ความสำคัญกับการประเมินสภาพคล่องทางการเงิน การประเมินความสามารถในการทำกำไร การประเมินประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การประเมินความสามารถในการชำระหนี้ของธุรกิจ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานของธุรกิจเท่าที่ควร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความรู้และความเชี่ยวชาญด้านบัญชี ประกอบกับบุคลากรทางบัญชีมีความรู้ ความสามารถไม่เพียงพอในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongtanee (2011) พบว่า ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ขาดการใช้ระบบมาตรฐานการรายงานทางการเงินในอดีต และพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคต เพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการทางการเงินของธุรกิจ โดยเหตุผลที่ผู้ประกอบการหลีกเลี่ยงการจัดทำรายงานทางการเงิน ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการไม่สนใจที่จะนำข้อมูลทางการเงินไปตัดสินใจทางธุรกิจ แต่ใช้ประสบการณ์ในอดีต และความต้องการของตัวเองตัดสินใจ 2) ผู้ประกอบการพอใจกับรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นอยู่ ไม่ต้องการปรับเปลี่ยนหรือขยายกิจการ จึงไม่สนใจในการจัดทำรายงานทางการเงิน 3) ผู้ประกอบการไม่ต้องการมีต้นทุนเพิ่มขึ้นในการจัดทำรายงานทางการเงินซึ่งถือว่าเป็นภาระของกิจการ โดยไม่แน่ใจว่าจะได้รับประโยชน์เพียงพอต่อการนำมาใช้หรือไม่ 4) ผู้ประกอบการไม่มีความเชื่อถือในข้อมูลทางการเงินที่จัดทำขึ้นตามมาตรฐานการบัญชี เนื่องจากสามารถเลือกปฏิบัติได้หลายวิธี ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจที่ผิดพลาดรวมไปถึงความไม่สอดคล้องกันระหว่างข้อกำหนดตามกฎหมายและวิธีปฏิบัติทางบัญชี และ 5) ผู้ประกอบการมีความกังวลเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูลบางอย่างที่เป็นความลับของธุรกิจ ซึ่งไม่ต้องการให้บุคคลอื่นทราบ โดยเฉพาะหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับดูแลโดยตรงและคู่แข่งของธุรกิจ และผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Klai Klung (2019) พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการนำข้อมูลในรายงานทางการเงินไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานด้านการดำเนินงาน ด้านบุคคล ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านคลังสินค้า ด้านการลงทุน และอื่น ๆ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาคการผลิต การค้า และการบริการ มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่ายังมีวิสาหกิจอีกจำนวนมากที่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอก โดยเหตุผลส่วนใหญ่ พบว่า เกิดจากปัญหาขั้นตอนในการอนุมัติเงินกู้จากสถาบันการเงิน และการใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าการขอสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงินต่าง ๆ จำเป็นต้องมีหลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้สำหรับสินเชื่อที่มีจำนวนมากและมีระยะเวลาในการผ่อนยาวนาน แต่หากธุรกิจต้องการกู้เงินจำนวนน้อย เนื่องจากไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันก็อาจไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายธรรมเนียมในการจัดการเงินกู้ที่ธนาคารเรียกเก็บจากลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Office of Small and Medium Enterprise Promotion (2009) กล่าวว่า สถาบันการเงินโดยทั่วไปยังไม่ให้ความสำคัญกับการปล่อยเงินกู้ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากนัก เนื่องจากมองว่าวิสาหกิจขาดหลักทรัพย์ในการค้ำประกันเงินกู้ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในการปล่อยสินเชื่อ และนำไปสู่ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ในอนาคต และผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sastsara and Mekdee (2021); Gongkhonkwa (2018) พบว่า ปัญหาในการปล่อยสินเชื่อเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ 1) สถาบันการเงินจะพิจารณาให้สินเชื่อกับกลุ่มผู้กู้รายเก่าหรือธุรกิจขนาดใหญ่ และมีการตั้ง

เงื่อนไขเพื่อสกัดกั้นลูกค้ารายใหม่ 2) สถาบันการเงินขาดความยืดหยุ่นในเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาด้านหลักประกัน 3) ผู้ประกอบการขาดความรู้และความเข้าใจในเงื่อนไขของการให้กู้จากสถาบันการเงิน และการทำระบบบัญชีไม่ชัดเจน

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาคการผลิต การค้า และการบริการ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจในระดับปานกลาง โดยเฉพาะการเติบโตของยอดขาย เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้มีการจัดทำแผนธุรกิจและแผนการตลาด แต่ขณะเดียวกันก็พบว่าวิสาหกิจเหล่านี้มีความกังวลเกี่ยวกับความมั่นคงในการดำเนินงาน อาจเนื่องมาจากการเริ่มดำเนินการครั้งแรกเงินทุนที่ได้มาส่วนใหญ่มาจากการกู้เงินจากสถาบันการเงินจึงส่งผลทำให้ธุรกิจมีภาระเกี่ยวกับหนี้สินระยะยาว และอาจมีความเสี่ยงในสภาพคล่อง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาสภาพปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ Office of Small and Medium Enterprise Promotion (2009) พบว่า นอกจากปัญหาด้านการเงินแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาในด้านการบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยี ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านต้นทุนการผลิต และด้านการเข้าถึงการบริการของรัฐ

การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินขึ้นกับระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจ แผนการตลาด และการจัดทำบัญชีด้วยตนเอง สะท้อนให้เห็นว่าการจัดทำรายงานทางการเงินที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา จะช่วยให้ธุรกิจสามารถทราบสถานะทางการเงินของตนเอง เพื่อนำไปวางแผน ควบคุม และตัดสินใจทางธุรกิจ และที่สำคัญสามารถนำไปเป็นหลักฐานในการขอสินเชื่อกับธนาคารพาณิชย์หรือสถาบันการเงิน ทำให้ธุรกิจมีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง สามารถปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongtane (2011) พบว่า รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพจะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานและทำให้เจ้าของธุรกิจมองเห็นช่องทางการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Boonlek et al. (2021) พบว่า คุณภาพรายงานทางการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร

องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราชในภาคการผลิต การค้า และการบริการ ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินในด้านการวัดสภาพคล่องทางการเงิน การวัดความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินในด้านการวัดสภาพคล่องทางการเงิน การวัดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การวัดความสามารถในการชำระหนี้ และการใช้ประโยชน์ในทางปฏิบัติเพื่อการบริหารงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผู้บริหารของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับระบบบัญชี การจัดทำรายงานทางการเงิน การบริหารจัดการทางการเงินเพื่อนำข้อมูลไปเป็นหลักฐานในการหาแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงิน ซึ่งพบว่า ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินเพียงร้อยละ 37.20 สะท้อนให้เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของธุรกิจเหล่านี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่นอีกประมาณร้อยละ 63.80 เช่น ลักษณะกิจการ คุณสมบัติผู้บริหาร และการเงินและการบัญชีของกิจการ เป็นต้น นอกจากนั้นความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในเขต จังหวัดนครศรีธรรมราช ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์จากรายงานทางการเงินร้อยละ 38.80 สะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จของธุรกิจเหล่านี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่นอีกร้อยละ 62.20 เช่น ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร นวัตกรรมองค์กร และคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น

ดังนั้นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถนำไปศึกษาต่อในปัจจัยด้านอื่น เช่น ลักษณะกิจการ คุณสมบัติผู้บริหาร กลยุทธ์องค์กร นวัตกรรมองค์กร และคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร เป็นต้น ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดในการพัฒนาและส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้บริหารในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบพระคุณคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้เสียสละเวลาให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องของงานอย่างเป็นประโยชน์ยิ่งจนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์และบรรลุผลได้ดังความตั้งใจและขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ที่ให้อาสาสมัครทุนสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D.A., Kumar, V., & Day, G.S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.
- Amnuaysawat, T. (2009). *Financial report and financial strength of Thai SMEs*. Article. Bangkok.
- Boonlek, K. et al. (2021). The relationship between financial reporting quality and business performance of the hotel business in bangkok. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*. 8(1), 137–51.
- Cronbach, L.J. (1971). *Essentials of psychological testing*. Harper & Row, New York.

- Gongkhonkwa, G. (2018). A study of credit lending problems for Small and Medium Enterprises (SMEs): financial institutions in Phayao province. *Silpakorn University Journal*. 8(4), 89-105.
- Klaiklung, P. (2019) *Use of data presented in financial reports: Small and Medium Enterprises*. College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University. <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Pawarisa.Kli.pdf>.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2009). *Report on the situation of SMEs*. Bangkok.
- . (2016). *Report on the situation of SMEs*. Bangkok.
- . (2020). *Report on the situation of SMEs*. Bangkok.
- Phichetkul, N. (2012). *Reporting and analysis of financial statements*. TPN Press partnership, Bangkok.
- Pongtanee, P. (2011). *The effect of usefulness of financial reporting on ability to access external source of capital and effectiveness of registered SMEs in Bangkok and Suburban areas*. Faculty Accounting, Dhurakit Pundit University. <https://www.dpu.ac.th/dpurdi/upload/public/ay27e3264v4gscsoks.pdf>.
- Pornlertkochakorn, N., Inthuluck, W., & Srisakun, C. (2018). Problems, obstacles and challenging crowdfunding for Small and Medium Enterprises. *Dusit Thani College Journal*. 12(Special Issue), 408-419.
- Sarapaivanich, N., & Kotey, B. (2006). The effect of financial information quality on ability to access external funds and performance of SMEs in Thailand. *Journal of Enterprising Culture*. 4(3), 219-239.
- Sastsara, S., & Mekdee, K. (2021). Accessing funding and problems of community enterprise entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Enducation Review Faculty of Education in MCU*. 8(3), 298-312.
- Seangphanich, U. (2015). Accounting and use of accounting information for management of SMEs in the northern region. *Journal of Modern Management Science*. 8(2), 110-113.
- Sucharitakul, C. (2015). Financing SMEs to enhance Thailand's competitiveness. *The National Defence College of Thailand Journal*. 57(1), 35-52.
- Thongsukhowong, A., & Sutthachai, S. (2010). The usefulness of financial report in SMEs in Northeast Thailand. *Academic Journal Grant*. 12(3), 79-85.

ความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

Organizational Commitment Affecting the Intention to Stay of Agent Taveesup Group, AIA Insurance Company Limited Personnel

รุจิษฐ์ อนุชวลิตวงศ์^{1*}, เกวลิน เศรษฐกร²

Rujit Anuchavalitwong¹, Kevalin Setthakorn²

*Corresponding author, e-mail: tangmoaia@gmail.com

Received 16/05/2022

Revised 12/06/2022

Accepted 14/06/2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด จำนวน 186 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการศึกษา พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน) แตกต่างกัน มีความตั้งใจอยู่ในงานไม่แตกต่างกัน แต่สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจอยู่ในงานแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงาน และด้านจิตใจมีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์การซึ่งตัวแทนประกันชีวิตถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความผูกพันต่อองค์การให้กับตัวแทนประกันชีวิตเพื่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์การและขับเคลื่อนการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายต่อไป

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์การ, ความตั้งใจอยู่ในงาน, ตัวแทนประกันชีวิต

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Master's degree student, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Assistant Professor Dr., Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

Abstract

The aim of this quantitative research was to study the influence of two key variables: demographic factors and organizational commitment, on AIA representatives' intention to stay in Taveesup Team, one of AIA units. The online questionnaire had been developed to be used as the instrument for collecting data from 186 from life insurance agents Taveesup group, AIA insurance company limited personnel. The obtained data was measured and analyzed by percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA (F-test), and multiple regression analysis, were also implemented for testing hypothesis.

The data presented that there was no difference in terms of major demographic factors: gender, age, education level and working period on the intention to stay, the finding showed that marital status and average monthly income had significantly influence on the intention to stay as the statistically significance level of 0.05. Regarding the organizational commitment in terms of continuance commitment had positive effects on the intention to stay and affective commitment had negative effects on AIA representatives' intention to stay in Taveesup Team, one of AIA units.

Our findings emphasized the essential of organizational commitment as the key factor for the insurance representatives' intention to stay in the company. Hence, the board of directors and managerial executives should place importance on building organizational commitment among the employees and partners, which can drive the operations towards achieving organization's missions.

Keywords: *Organizational Commitment, Intention to Stay, Insurance Agent*

บทนำ

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นหลักสำคัญของการดำเนินงานภายในองค์กร เพราะเป็นแรงผลักดัน และกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถที่จะดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ตลอดจนบรรลุตามกรอบเป้าหมายที่กำหนดไว้ (มีเดช นาคะภากร, 2560) ดังนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรควรให้ความสำคัญและตระหนักถึงการรักษาบุคลากรภายในองค์กร เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการสร้างคุณค่าให้เกิดประโยชน์อย่างสูงที่สุดต่อองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ท่ามกลางยุคปัจจุบัน องค์กรต้องลงทุนในการเสริมสร้างความรู้ พัฒนาทักษะ และศักยภาพในบุคลากร เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญ ควบคู่ไปกับการรักษาบุคลากรให้มีความซื่อสัตย์ ภักดี และให้คงอยู่กับองค์กรตลอดไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรจะต้องมีการกระตุ้น สร้างแรงจูงใจ และคอยผลักดันเพื่อให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กร ทั้งนี้บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะมีความทุ่มเทในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรต่อไป บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะตระหนักถึงความสำคัญและการมีแรงบันดาลใจต่อบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของตนที่มีต่องานอย่างสุดกำลัง ซึ่งส่งผลให้บุคลากรมีความตั้งใจอยู่ในงานกับองค์กรต่อไป (พิมพ์กมล จักรานุกูล, 2559) ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความสัมพันธ์อันเหนียวแน่นของสมาชิกในองค์กรด้วยการตั้งใจอยู่ในงาน และ

การแสดงพฤติกรรมอันเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร รวมถึงการอุทิศกำลังกาย และกำลังใจในการทำงาน (สุชาติ อดุลย์บุตร, 2561)

ความผูกพันต่อการตามแนวคิดของ (John Meyer and Natalie Allen, 1990) ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) ความผูกพันด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) และความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) ความผูกพันด้านจิตใจ หมายถึง ทศนคติและความรู้สึกที่ดีต่อการ องค์กรจากการได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรหรือการเป็นสมาชิกภายในองค์กรโดยมีเป้าหมายของการทำงานส่วนบุคคลที่สอดคล้องกันกับเป้าหมายขององค์กร ความผูกพันต่อการตามจิตใจเกิดจากการที่บุคลากรได้รับประสบการณ์ การทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการทำงาน ที่ตรงกับความคาดหวัง ทำให้บุคลากรมีความปรารถนาที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป (พิมพ์กมล จักรานุกุล, 2559) นอกจากนี้ (Mahal, 2012) ชี้ให้เห็นว่าความผูกพันด้านจิตใจเกิดขึ้นจากทศนคติของบุคลากร รวมถึงค่านิยมส่วนบุคคลที่มีต่อการ องค์กร ดังนั้น ความผูกพันด้านจิตใจจะเป็นทศนคติเชิงบวกต่อการ องค์กร (Singh & Gupta, 2015) ความผูกพันด้านการคงอยู่ หมายถึง ความต้องการของบุคลากรที่จะอยู่กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากการประเมินและเปรียบเทียบถึงผลประโยชน์ที่เขาจะได้รับ จากการทำงานอยู่ในองค์กรเมื่อเทียบกับผลประโยชน์ที่สูญเสียหากลาออกจากองค์กร ความผูกพันต่อการตามการคงอยู่ นั้นเกิดจากการได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการคงอยู่กับองค์กร หรือการรับรู้ว่าคุณค่าการไม่มีทางเลือกที่จะไปอยู่กับองค์กรอื่น รวมไปถึงการรับรู้ถึงความยากลำบากในการหางานใหม่ ทำให้บุคลากรจำเป็นต้องอยู่กับองค์กรต่อไป (ชญาภา เจนวนิชย์วิบูลย์, 2554) ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน หมายถึง ความรู้สึกที่มาจากค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม และเห็นว่าการเป็นสมาชิกขององค์กรเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม บุคลากรจึงควรตั้งใจอุทิศตนให้กับองค์กรและมีความจงรักภักดีขององค์กร ดังนั้น ความผูกพันต่อการ องค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่กิจการควรให้ความตระหนักและส่งเสริมให้พนักงานมีความผูกพันต่อการ องค์กรเพื่อ นำไปสู่การคงอยู่ในงานต่อไป

การคงอยู่ถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับองค์กร เนื่องด้วยการที่องค์กรสามารถเลือกคนดี มีความรู้ความสามารถ และพร้อมพัฒนาตลอดเวลา ให้เข้ามาทำงานร่วมกันกับในองค์กรได้ถือเป็นการประสบความสำเร็จในเบื้องต้น องค์กรจึงต้องมีการรักษาและพัฒนาให้บุคลากรเหล่านั้น ให้ปฏิบัติงานอยู่กับองค์กร รวมถึงการมีกำลังกาย กำลังใจที่จะปฏิบัติงาน และพัฒนาความสามารถในการทำงาน เพื่อรักษาบุคลากรเหล่านั้นให้คงอยู่ได้นานที่สุด (Mathis & Jackson, 2004) ความตั้งใจอยู่ในงานเป็นการที่บุคลากรมีความยึดมั่นผูกพันกับองค์กร ปฏิบัติงานด้วยความพึงพอใจ และมีความต้องการในการปฏิบัติงานร่วมกับองค์กรอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนานโดยสมัครใจ (คณากร สุขคันธรักษ์ และชวนชื่น อัคระวนิชชา, 2561) ความตั้งใจอยู่ในงานเกิดจากรูปแบบการตอบสนองในการปฏิบัติงาน 2 ประการ ได้แก่ การตอบสนองทางความคิด และการตอบสนองทางอารมณ์ (สิริพิมพ์ ชูปาน, อารีรัตน์ ขำอยู่, ศิริวิทย์ วัฒนสินธุ์ และดวงใจ วัฒนสินธุ์, 2560) ความตั้งใจอยู่ในงานจำเป็นต้องรักษาบุคลากรในองค์กรที่มีความรู้ความสามารถ ให้อยู่ร่วมกับองค์กรได้อย่างยาวนาน องค์กรจำเป็นต้องสร้างความผูกพันต่อการ องค์กรในเรื่องค่านิยม วัฒนธรรม ความก้าวหน้าในอาชีพ และสวัสดิการเพื่อให้บุคลากรรู้สึกผูกพันและอยากทำงานกับองค์กรให้นานที่สุด

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษาในเรื่อง ความผูกพันต่อการ องค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงาน โดยศึกษากับกลุ่มตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญและน่าสนใจเนื่องจากผู้ที่ทำการศึกษาคือความผูกพันต่อการ องค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ใน

งานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด มีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นผู้วิจัยมีแนวคิดที่จะศึกษาความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ผลการศึกษาที่ได้จะนำไปสู่การกำหนดแนวทางการบริหารงานทรัพยากรมนุษย์สำหรับตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ให้เป็นไปอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้บุคลากรเหล่านี้คงอยู่ในงานต่อไปให้นานที่สุดและพร้อมที่จะทำงานเพื่อองค์กรอย่างเต็มความสามารถ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์กรที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

- H₁: ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความตั้งใจอยู่ในงานแตกต่างกัน
 H₂: ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงาน

การทบทวนวรรณกรรม

ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment)

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคลากรในองค์การต่อการยึดมั่นที่จะปฏิบัติในงานในหน้าที่ของตนและส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้องค์การได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีความรู้สึกว่าได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ อุทิศกำลังกายและกำลังใจเต็มทีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้องค์การประสบผลสำเร็จ บรรลุถึงเป้าหมาย ความผูกพันต่อองค์กรเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกองค์การ เพราะบุคลากรมีความตั้งใจในการทำงานและปรารถนาให้องค์การมีความสำเร็จ และมีชื่อเสียง และทำให้เกิดความรักความทุ่มเท เสียสละในการปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การอย่างเต็มกำลังสติปัญญา รวมทั้งผลงานของแต่ละบุคคล (ทวิพันธ์ พัวสรรเสริฐ, 2557) ทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กรของ (Allen & Meyer, 1990) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กรเกิดจากองค์ประกอบที่ตึงเกี่ยวพันกันระหว่างพันธกิจกับองค์การ ซึ่งความผูกพันจะเกิดขึ้นได้ต้องมาจากทัศนคติที่พนักงานมีต่อองค์การในเชิงบวก เกิดเป็นความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งของแต่ละบุคคล โดยบุคคลมีความเชื่อมั่นและความมุ่งมั่นอย่างสูงต่อการทำงานร่วมกับองค์การ มีความรักและความทุ่มเทกับองค์การ และกำหนดว่าความผูกพันต่อองค์กรจะต้องประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ลักษณะที่เป็นปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กร ดังนี้

1. ความผูกพันด้านจิตใจ (Affective Commitment) คือ การแสดงถึงความยึดติดทางด้านจิตใจของบุคคลต่อองค์การ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์การและสามารถให้ความหมายของคำว่าความผูกพันต่อองค์กร มีความเชื่อมั่นอันแรงกล้าในการยอมรับเป้าหมายและค่านิยมต่อองค์การ การที่เป้าหมายขององค์การและของบุคลากรสามารถรวมไปในทิศทางเดียวกันได้ บุคลากรจะประเมินองค์การและรู้สึกต่อองค์การในทางที่ดี และรู้สึกภูมิใจกับความเป็นสมาชิกหรือเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ และเชื่อว่าองค์การจะนำเขาไปสู่ความสำเร็จได้ และมองเห็นแนวทางที่จะทำให้องค์การ

บรรลุปเป้าหมาย เพื่อทำงานให้บรรลุปเป้าหมายขององค์กร ซึ่งไม่คิดจะลาออก ไม่ว่าองค์กรจะอยู่ในสถานะใดก็ตาม (Mahal, 2012) กล่าวว่า ความผูกพันด้านจิตใจเกิดจากทัศนคติของพนักงานที่มีกับค่านิยมส่วนบุคคลที่มีต่อกองทัพ ความผูกพันด้านจิตใจเป็นทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กร (Singh & Gupta, 2015) นอกจากนี้ (อัญธิภา แก้วแสง และประสพชัย พสุนนท์, 2559) กล่าวว่า ความผูกพันด้านจิตใจเป็นลักษณะความสัมพันธ์ของบุคคลที่เกิดจากความรู้สึกภายในที่มีต่อองค์กรในทางที่ดีและตั้งใจที่จะอยู่ในสายงานที่ทำกับองค์กรให้ยาวนานที่สุด โดยไม่คิดจะลาออกจากองค์กร

2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ (Continuance Commitment) คือ การที่บุคลากรมีความรู้สึกผูกพันในด้านการคงอยู่ เนื่องจากพวกเขาจำเป็นต้องอยู่ในองค์กร ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากผลตอบแทนที่บุคคลได้รับจากองค์กร และการคิดคำนวณของบุคคลที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการลงทุนที่บุคคลให้กับองค์กร โดยจะแสดงออกในรูปของพฤติกรรมต่อเนื่องว่าจะทำงานอยู่กับองค์กรนั้นต่อไป หรือจะโยกย้ายเปลี่ยนแปลงที่ทำงาน การที่บุคคลมีแนวโน้มที่จะทำงานในองค์กรอย่างต่อเนื่องนั้นมองว่า เป็นความผูกพันในรูปของพฤติกรรมที่บุคคลปฏิบัติต่อองค์กรมีความสม่ำเสมอในการปฏิบัติงาน ไม่เปลี่ยนแปลงโยกย้ายที่ทำงาน เกิดจากการที่บุคคลนั้นพิจารณาอย่างถี่ถ้วนถึงผลดีผลเสียของการละทิ้งองค์กร การที่บุคลากรเป็นสมาชิกขององค์กรนานเท่าใดเท่ากับบุคคลนั้นได้ลงทุนกับองค์กรมากขึ้น ความยึดมั่นผูกพันจะเพิ่ม ขึ้นตามระยะเวลาในการลงทุนกับองค์กร ความผูกพันองค์กรเป็นความเต็มใจของบุคลากรที่จะแสดงออกโดยการทุ่มเทความพยายามในการทำงานและมีความภักดีให้กับองค์กร เป็นการประเมินความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อองค์กรในด้านบวกและมีความตั้งใจทำงานเพื่อที่จะบรรลุปเป้าหมายขององค์กร (กิงกาญจน์ มั่งมีศรี, 2559) กล่าวว่า ความผูกพันด้านการคงอยู่ในงานนั้นเป็นความต้องการและความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเสียสละโดยไม่ต้องการย้ายสถานที่ทำงานในอนาคต

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (Normative Commitment) คือ การที่บุคลากรมีความรู้สึกผูกพันในด้านการบรรทัดฐาน เนื่องจากพวกเขาควรอยู่ในองค์กร ลักษณะทั้ง 3 ประการ เป็นมุมมองความผูกพันอย่างเชื่อมโยง และประเมินระดับความรู้สึกผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กรตามสภาพจิตใจของแต่ละบุคคล เช่น บุคลากรบางคนอาจรู้สึกว่าเป็นและควรอยู่ในองค์กรทั้ง ๆ ที่ไม่ปรารถนาที่จะอยู่ ทั้งนี้เนื่องจากเขามีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กรในด้านการคงอยู่ เป็นบรรทัดฐานภายในจิตใจของบุคคลที่ต้องการทำให้องค์กรบรรลุปเป้าหมาย ความผูกพันด้านบรรทัดฐานเกิดจากปัจจัยด้านประสบการณ์ของบุคคลทั้งก่อนและหลังเข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กร ได้แก่ การได้รับการอบรมสั่งสอนจากครอบครัว กระบวนการกล่อมเกลาทางสังคม และกระบวนการกล่อมเกลาทางองค์กร งานวิจัยของ (หลุยส์ อาจปรี, สินีนาฏ ลิ้มนิยมธรรม และปิยะวัฒน์ วงษ์วานิช, 2563) กล่าวว่า ความผูกพันด้านบรรทัดฐานซึ่งเกิดจากคนรอบข้างให้ภูมิใจในการทำหน้าที่ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจและความตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มศักยภาพ

ความตั้งใจอยู่ในงาน (Intention to Stay)

ความตั้งใจอยู่ในงานถือเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กรต่างให้ความสำคัญเพื่อรักษานักงานให้อยู่กับองค์กร เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์มีการเคลื่อนย้ายองค์กรอย่างต่อเนื่องเพื่อแสวงหาโอกาส สวัสดิการที่ดีกว่า และความก้าวหน้าในการทำงาน องค์กรจำเป็นต้องสร้างความผูกพันเพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตมีความตั้งใจอยู่ในงาน อีกทั้งการที่ตัวแทนประกันชีวิตมีการเคลื่อนย้ายองค์กรบ่อยจะทำให้องค์กรสูญเสียต้นทุนและทรัพยากรในการรับสมัครงาน และฝึกอบรมเพิ่มขึ้น ตัวแทนประกันชีวิตที่มีความผูกพันต่อองค์กรจะปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรด้วยความพอใจและเต็มใจจะปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนั้นนานที่สุดและไม่คิดจะลาออก สอดคล้องกับ (ชลธิชา บรรจงธรรม, 2557) ความตั้งใจอยู่ในงานเป็นความตั้งใจของบุคคล

ที่ต้องการทำงานอยู่ในองค์กรต่อไปเป็นระยะเวลานาน โดยไม่ต้องการย้ายไปทำงานในองค์กรอื่น ซึ่งเป็นความต้องการที่เกิดจากความสมัครใจของบุคคลเอง ความตั้งใจอยู่ในงานเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการธำรงรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร และมีความประสงค์จะปฏิบัติงานกับองค์กรต่อไปอย่างยาวนานที่สุด สอดคล้องกับ (นงนุช วงษ์สุวรรณ, 2550) กล่าวถึง การที่องค์กรธำรงรักษาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในการทำงานให้ปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ และตัวบุคคลมีความรู้สึกผูกพัน และเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลและยาวนานที่สุด เช่นเดียวกับ (กชกร ณัฐสุข, 2556) ที่ได้กล่าวว่า ความตั้งใจอยู่ในองค์กร คือ การที่บุคลากร พึงพอใจในการทำงานด้วยการสร้างบรรยากาศในการทำงาน สร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน โดยองค์กรจะต้องจัดสรรสิ่งตอบแทนต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรได้รับสิ่งจูงใจในการทำงานอย่างเต็มที่

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด จำนวน 186 คน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในปี 2564 ตัวแทนประกันชีวิตถือได้ว่าต้องปฏิบัติงานภายใต้แรงกดดันจากการทำงานโดยเฉพาะช่วงสถานการณ์โควิดไม่สามารถเข้าพบลูกค้าได้ปกติ ซึ่งมีความเหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่างมีอยู่จำกัดผู้วิจัยจึงได้ใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างและใช้ความระมัดระวังในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความผูกพันต่อองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยผู้วิจัยได้ติดต่อขออนุญาตเก็บข้อมูลจากกรรมการผู้จัดการ เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบตามจำนวนที่ต้องการ และนำแบบสอบถามดังกล่าวไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยเป็นคำถามปลายปิด (Close – Ended Question) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับผ่านการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content) และปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามให้สอดคล้องกับจุดประสงค์ของการวิจัย เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งค่าที่เหมาะสมควรมีค่ามากกว่า 0.5 ดังนั้นแสดงว่าข้อคำถามสามารถวัดได้ตรงกับจุดมุ่งหมายการวิจัย (นลินี ณ นคร, 2555) หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เก็บจากตัวแทนประกันชีวิตที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของตัว

แปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.722 – 0.864 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่ายอมรับได้ (Hair, Black, Babin, B.J., & Anderson, 2014)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็น เป็นช่วงคะแนน (Rating Scale) ซึ่งจัดอยู่ในระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการแปรค่าระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
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

สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ t-test, F-test (ANOVA) และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ในการทดสอบความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยเขียนตัวแบบสมการถดถอยเชิงพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

เมื่อ

$$X_1 = \text{ด้านจิตใจ}$$

$$X_2 = \text{ด้านการคงอยู่}$$

$$X_3 = \text{ด้านบรรทัดฐาน}$$

$$\hat{Y} = \text{ความตั้งใจอยู่ในงาน}$$

$$\beta_0 = \text{ค่าคงที่}$$

$$\beta_1, \beta_2, \beta_3 = \text{ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย}$$

ผลการวิจัย

การศึกษา เรื่อง ความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่างของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด จำนวน 186 ฉบับ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวีทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	72	38.7
หญิง	114	61.3
รวม	186	100

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	38	20.4
30 – 40 ปี	60	32.3
41 – 50 ปี	48	25.8
51 – 60 ปี	24	12.9
มากกว่า 60 ปี	16	8.6
รวม	186	100
สถานภาพ		
โสด	83	44.6
สมรส	101	54.3
หม้าย	2	1.1
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	-	-
รวม	186	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	9	4.8
ปริญญาตรี	135	72.6
ปริญญาโท	40	21.5
สูงกว่าปริญญาโท	2	1.1
รวม	186	100
อายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน)		
ต่ำกว่า 5 ปี	40	21.5
5 - 10 ปี	75	40.3
11 - 15 ปี	41	22.0
16 ปี ขึ้นไป	30	16.1
รวม	186	100
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	33	17.7
30,000 - 80,000 บาท	54	29.0
80,001 - 130,000 บาท	33	17.7
130,001 - 180,000 บาท	37	19.9
มากกว่า 180,000 บาท	29	15.6
รวม	186	100

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 อายุระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 สถานภาพสมรส จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 72.6 อายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน) ระหว่าง 5 – 10 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 80,000 บาท จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ความผูกพันต่อองค์กร	จำนวนข้อ คำถาม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านจิตใจ	7	4.40	0.281	มากที่สุด
ด้านการคงอยู่	7	4.38	0.329	มากที่สุด
ด้านบรรทัดฐาน	6	4.42	0.281	มากที่สุด
ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม		4.40	0.259	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของตัวแทนประกันชีวิตเครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์กรเรียงจากมากที่สุด พบว่า ด้านบรรทัดฐานมากอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) ความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) และน้อยที่สุด ความผูกพันต่อองค์กรด้านการคงอยู่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.38$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ความตั้งใจในงาน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรแห่งนี้ต่อไปให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้	4.54	0.500	มากที่สุด
2. ท่านตั้งใจจะอยู่กับองค์กรนี้ตลอดไปไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในองค์กรแห่งนี้	4.49	0.668	มากที่สุด
3. แผนการของช่วงชีวิตที่เหลือคือการทำงานที่องค์กรนี้ต่อไปตราบนานเท่าที่ท่านทำได้	4.40	0.592	มากที่สุด
4. แม้ว่าองค์กรอื่นให้ข้อเสนอในการทำงานที่ดีกว่าแก่ท่านท่านก็ไม่คิดที่จะลาออก	4.35	0.521	มากที่สุด
5. ท่านรู้สึกซาบซึ้งต่อการดูแลของหน่วยงาน	4.39	0.590	มากที่สุด
6. หน่วยงานให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการทำงานของท่านอย่างต่อเนื่อง	4.50	0.600	มากที่สุด
ความตั้งใจในงานโดยรวม	4.45	0.346	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิตเครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างตั้งใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรแห่งนี้ต่อไปให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้มากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) รองลงมา หน่วยงานให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการทำงานอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) และน้อยที่สุด แม้ว่าองค์กรอื่นให้ข้อเสนอในการทำงานที่ดีกว่า ก็ไม่คิดที่จะลาออก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$)

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	t/F-test	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	-0.635	0.526	ไม่แตกต่าง
อายุ	1.412	0.232	ไม่แตกต่าง
สถานภาพ	4.646	0.011*	แตกต่าง
ระดับการศึกษา	2.562	0.056	ไม่แตกต่าง
อายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน)	1.840	0.141	ไม่แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	3.234	0.014*	แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ไม่แตกต่างกัน สำหรับสถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์ ความผูกพันต่อองค์กรมีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.	β	t	Sig
(Constant)	0.948	0.215		4.404	0.000*
ด้านการคงอยู่ (X_2)	1.097	0.081	1.042	13.472	0.000*
ด้านจิตใจ (X_1)	-0.298	0.095	-0.242	-3.133	0.002*

$R = 0.843, R^2 = 0.711, R^2_{adj} = 0.708, S.E._{est} = 0.18704, F = 222.576$

จากตารางที่ 5 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของความผูกพันต่อองค์กรที่เป็นตัวแปรพยากรณ์ ความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด พบว่า ความผูกพันต่อองค์กร ด้านการคงอยู่ (X_2) มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ($\beta = 1.042, p = 0.000$) และด้านจิตใจ (X_1) มีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ($\beta = -0.242, p = 0.002$) และสามารถสร้างสมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนดิบ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.948 + 1.097X_2 - 0.298X_1$$

สมการพยากรณ์รูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\hat{Z} = 1.042Z_2 - 0.242Z_1$$

อภิปรายผล

ผลการวิจัย เรื่อง ความผูกพันต่อองค์การที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด สามารถสรุปและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงาน (ระยะเวลาปฏิบัติงาน) แตกต่างกัน มีความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ไม่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่า ตัวแทนประกันชีวิตต่างมุ่งมั่นทุ่มเทอุทิศแรงกายแรงใจทำงานเพื่อสร้างความก้าวหน้าและมั่นคงในอาชีพของตนเองอย่างต่อเนื่องจึงมีความตั้งใจอยู่ในงานไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ (พรนภา พงษ์ศักดิ์, 2563) กล่าวว่า พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาปฏิบัติงานที่ต่างกันมีผลต่อความตั้งใจอยู่ในงานของบุคลากรไม่แตกต่างกันเนื่องจากการปฏิบัติงานในสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน (ส่วนกลาง) มีความมั่นคงและสวัสดิการที่ดีทำให้พนักงานมีความผูกพันและตั้งใจคงอยู่ในงานจนเกษียณ

ตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด ที่มีสถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีความตั้งใจอยู่ในงานของตัวแทนประกันชีวิต เครือทวิทรัพย์ บริษัท เอไอเอ จำกัด แตกต่างกัน อาจกล่าวได้ว่า ตัวแทนประกันชีวิตที่มีสถานภาพต่างกันแสดงถึงความอิสระในการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมือนกัน ความรับผิดชอบด้านครอบครัวไม่เท่ากันซึ่งอาจส่งผลต่อความตั้งใจอยู่ในงานแตกต่างกัน นอกจากนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นเครื่องบ่งชี้สำคัญต่อความตั้งใจอยู่ในงาน เนื่องจากตัวแทนประกันชีวิตที่มีรายได้สูงมักต้องการทำงานต่อโดยไม่คิดที่จะออกจากงานต่างจากคนที่มียาได้น้อยอาจต้องแสวงหาความมั่นคงในหน้าที่การงาน สอดคล้องกับ (พัชรหทัย จารุทวีผลกุล, ธัญวณ วัทโล และวิลาสิณี สุดประเสริฐ, 2563) พบว่า สถานภาพโสดมีภาระไม่มากนักเนื่องจากยังไม่มีครอบครัวเพราะอยู่ตัวคนเดียวยังคงไม่คิดที่จะสร้างอนาคตต่างจากคนที่มีความรับผิดชอบหรือสมรสที่มีภาระหน้าที่มากกว่าทำให้ความผูกพันต่อองค์การไม่เหมือนกัน ทำให้ความตั้งใจอยู่ในงานแตกต่างกัน อีกทั้ง รายได้ต่อเดือนที่น้อยกว่า อาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความมั่นคงทางการเงินซึ่งนำไปสู่การหมุนเวียนงานง่ายกว่าคนที่มียาได้อ่อนสูง

ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจมีอิทธิพลทางลบต่อความตั้งใจอยู่ในงาน อาจเนื่องจากลักษณะการทำงานของตัวแทนจะได้รับความกดดันจากการขายประกันส่งผลต่อความเครียดในการทำงานของตัวแทนอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดทำให้การขายประกันชีวิตเป็นเรื่องที่ยากในการเข้าถึงลูกค้า อีกทั้งการนำเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการขายประกันชีวิตมากยิ่งขึ้นทำให้พนักงานรุ่นเก่าที่ไม่ปรับตัวเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีเกิดแรงกดดันในการทำงานส่งผลให้ความตั้งใจอยู่ในงานลดน้อยลงหรืออยากเปลี่ยนงาน สอดคล้องกับ (ประสิทธิ์ รุ่งเรือง ฌัษฐวัลย์ ยินเจริญ และต้นน้ำ จันทวงศ์, 2564) พบว่า การปฏิบัติงานที่ต้องอยู่ในกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด อีกทั้งการปฏิบัติงานที่หนักกว่าปกติ และเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานเข้มงวด จะนำไปสู่ความรู้สึกอึดอัดในการทำงาน ไม่อยากที่จะทำงานต่อไปเนื่องจากไม่มีอิสระในการทำงานส่งผลให้ความตั้งใจอยู่ในงานลดลง อย่างไรก็ตาม ความผูกพันด้านจิตใจเป็นลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแทนประกันชีวิตที่เกิดจากความรู้สึกภายในที่มีต่อองค์การในทางที่ดีและตั้งใจที่จะอยู่ในสายงานที่กำกับองค์การให้ยาวนานที่สุด (ธัญธิภา แก้วแสง และประสพชัย พสุนนท์, 2559)

ความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจอยู่ในงาน แสดงให้เห็นว่า องค์การให้ความสำคัญต่อการจัดสรรสวัสดิการที่เพียงพอให้ตัวแทนประกันชีวิตในองค์การ ทำให้ตัวแทนประกันชีวิตรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับองค์การอื่น ส่งผลให้ตัวแทนประกันชีวิตรู้สึกมีแรงกายแรงใจในการทำงานอย่างเต็มศักยภาพเพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่วางไว้นอกจากนี้ ตัวแทนประกันชีวิตมีความตั้งใจอยู่ในงานโดยไม่คิดที่จะย้ายหรือเปลี่ยนสถานที่ทำงานกับองค์การอื่น สอดคล้องกับ (Redditt, Gregory & Ro, 2017) พบว่า ความมุ่งมั่นอย่างต่อเนื่องมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจอยู่ในงาน เนื่องจากพนักงานในองค์การมีการคาดหวังผลลัพธ์ในการทำงานเพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิต ดังนั้น หากองค์การมีการจัดการสวัสดิการให้พนักงานในแต่ละระดับอย่างเหมาะสมจะส่งผลให้พนักงานรักองค์การและมีความตั้งใจอยู่ในงานต่อไป ความผูกพันด้านการคงอยู่ในงานนั้นเป็นความต้องการและความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยการเสียสละโดยไม่คิดที่จะย้ายสถานที่ทำงานในอนาคต (กิ่งกาญจน์ มั่งมีศรี, 2559) ดังนั้น ทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญที่องค์การควรให้ความสำคัญและการตอบแทนด้วยสวัสดิการที่หลากหลายให้เหมาะสมเพื่อรักษาบุคลากรที่มีคุณค่าไว้ซึ่งบุคลากรเหล่านี้จะนำพาองค์การไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์การต่อไป

ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงาน อาจเนื่องจากลักษณะการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตไม่ได้รับการยกย่องจากสังคมเหมือนการประกอบอาชีพอื่น เช่น หมอ พยาบาล ครู เป็นต้น จึงทำให้ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจอยู่ในงาน อย่างไรก็ตามความผูกพันด้านบรรทัดฐานเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากค่านิยมหรือบรรทัดฐานของสังคมที่ให้การยอมรับต่อการปฏิบัติงานในองค์กรนั้นๆ สอดคล้องกับ (จุไรวรรณ บินดุเล็ม, 2562) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานเกิดจากค่านิยมที่สำคัญของสังคมหรือเกิดจากตัวพนักงานเองที่แสดงออกด้วยความกตัญญูรู้คุณหรือการทดแทนบุญคุณต่อองค์กรที่ได้รับโอกาสจากการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานรู้สึกว่าจะเมื่อได้เข้ามาอยู่ในองค์การแล้วจะต้องปฏิบัติงานเพื่อตอบแทนองค์การอย่างสุดความสามารถ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญต่อความผูกพันต่อองค์การโดยควรมอบหมายงานให้ตรงกับความรู้ความสามารถและมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้ตัวแทนประกันชีวิตได้ทำงานเต็มศักยภาพและเกิดความพึงพอใจทุ่มเทในการทำงานอันจะส่งผลดีต่อความผูกพันต่อองค์การต่อไป
2. ผู้บริหารต้องกำหนดปัจจัยที่สามารถจูงใจพนักงานให้อยากทำงาน คือ ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นสิ่งสำคัญที่จะขาดไม่ได้ คือ ปัจจัยด้านเงินเดือน สวัสดิการ และปัจจัยด้านการบังคับบัญชาที่ต้องนำมาบริหารจัดการเชื่อมโยงให้เข้ากับการจูงใจและสร้างแรงจูงใจต่อการทำงานของตัวแทนประกันชีวิตเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานสูงสุด
3. ควรมีการศึกษา ปัญหาและอุปสรรค ความผูกพันต่อองค์การในด้านต่างๆ เพื่อให้้องค์การสามารถนำปัญหาที่เกิดขึ้นมาปรับปรุงและพัฒนาพนักงานต่อไป
4. การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามเพียงด้านเดียว อาจได้ข้อมูลไม่ครอบคลุม ผู้วิจัยจึงเห็นว่าครั้งต่อไปควรเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในลักษณะการสัมภาษณ์ควบคู่กับแบบสอบถาม ซึ่งจะช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลชัดเจนและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Adulbutr, S. (2018). Organizational Commitment of Employees and Employees of the War Veterans Organization. *Kasem Bundit Journal*, 1(19), 201-212.
- 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, 1-18.
- Banjongtham, C. (2014). Factors related to intention to quit and stay in nurse's job. professional nurse case study One of the state university hospitals. *Master of Arts thesis, Thammasat University*.
- Bindulem, C. (2019). Factors related to the intention to remain in the work of government officials and employees, Songkhla Provincial Administrative Organization. *Master of Public Administration, Prince of Songkla University*.
- Chakranukul, P. (2016). The influence of organizational commitment and quality of work life on Maintenance of staff at a 5-star hotel in Bangkok. *independent study Master of Arts, Bangkok University*
- Chupan, S., Khamyu, A., attanasin, S., & Wattanasin, D. (2017). Factors influencing The intention remains in the work of professional nurses. *Faculty of Nursing Journal Burapha University*, 25(4), 1-10.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall: Upper Saddle River, New Jersey.
- Jaruthaveephonnukul, P., Watlo, T., & Sudprasert, W. (2020). *Factors Affecting Relationship To the organization of employees of SSK Logistics Co., Ltd. Journal of Social Sciences*, Prachachuen Research Network, 2(3), 27-39.
- Jenwanichwiboon, C. (2011). Relationship between possessive mind. commitment to the organization and persistence in the work of contract workers: a case study of survey and production companies one petroleum *Master of Business Administration Thesis*, Thammasat University.
- Kaewsang, T., & Phasunon, P. (2016). The relationship between organizational commitment and Loyalty to the organization of personnel of Nong Pho Ratchaburi Dairy Cooperative Limited (under the Royal Patronage of His Majesty the King). *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1260-1274.
- Mungmeesri, K. (2016). The relationship between identity and organizational culture interpretation affecting persistence in the work of engineers working in a government organization with perceptions of quality of life. *To work as a media variable. Master of Arts thesis, Thammasat University*.
- Mahal, P.K. (2012). *HR practices as determinants of organizational commitment and employee retention*. IUP J. Manag. Res., 37-53.

- Mathis, R.L. & Jackson, J.H. (2004). *Human resource management*. (10th ed). Ohio: South Western.
- Natsuk, K. (2013). Factors related to intention to stay in the organization: a case study of manufacturing companies. *Safety glass in Songkhla province. Master of Business Administration Thesis, Prince of Songkla University*.
- Nakaphakorn, M. (2017). A Study of Factors Affecting Organizational Engagement of Sub-District Employees in Saklek District. Phichit Province. Continuing reports of academic seminars (Proceedings) national *research presentations Graduate Network Northern Rajabhat University*, 17, 1304-1314
- Na Nakorn, N. (2012). Research tools. In the self-learning document, Unit 6. Nonthaburi: *Research and Development Institute Sukhothai Thammathirat Open University*.
- Pongsak, P. (2020). Factors Affecting Persistence of Personnel in the Office of the Auditor General of Thailand (Central). *Independent Study of Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University*.
- Puassanern, T. (2014). Organizational commitment of government university professors in Bangkok. *Eastern Asia University Academic Journal*, 4(1), 79-87.
- Redditt, J., Gregory, A., & Ro, H. (2017). An examination of organizational commitment and intention to stay in the timeshare industry: Variations across generations in the workplace. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(2), 206-225.
- Rungrueng, P., incharoen, N., & Chanthawong, T. (2021). The influence of their commitment to The organization towards the intention is in the work of the soldiers stationed in the 5th Artillery Battalion, King Prajadhipok's camp. Songkhla Province. National and International *Conference on Humanities and Social Sciences. Thaksin University*. 2, 337-345.
- Singh, A., & Gupta, B. (2015). Job involvement, organizational commitment, professional commitment, and team commitment, *Benchmarking. An International Journal*, 22(6), 1192-1211.
- Sukkantharak, K., & Akkawanitcha, C. (2018). Influence of employee-organizational relationship on willingness to stay with the organization through employee engagement. *Veridian E-Journal in Humanities, Social Sciences and Arts*, 11(2), 1564-1581.
- Wongsuwan, N. (2007). *Human resource management*. Bangkok: Chamchuri Products.

คำแนะนำการเตรียมและส่งต้นฉบับ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เป็นวารสารทางวิชาการ มีขอบเขตของสาขาบทความที่เปิดรับ คือ สาขาเศรษฐศาสตร์ สาขาบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี สาขาการท่องเที่ยวและโรงแรม สาขานิติศาสตร์ สาขาการบริหารท้องถิ่น และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บทความที่ตีพิมพ์ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชานั้น ๆ อย่างน้อยจำนวน 3 ท่าน จากหลากหลายสถาบัน โดยเป็นการประเมินแบบ Double-blinded Peer Review ซึ่งเป็นการพิจารณาถึงความถูกต้องเหมาะสมและประโยชน์แก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป กำหนดเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลงานที่ส่งตีพิมพ์จะต้องไม่เคยเผยแพร่ในสิ่งพิมพ์อื่นใดมาก่อนและต้องไม่อยู่ในระหว่างการพิจารณาของวารสารอื่น
2. ต้นฉบับที่ส่งตีพิมพ์ต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษเท่านั้น
3. ต้นฉบับต้องผ่านการการกลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิและได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการ
4. ผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประเภทของผลงานที่จะได้รับการตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Academic Article)

รูปแบบการเตรียมต้นฉบับ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ใส่กระดาษขนาด A4 ด้วย TH SarabunPSK ขนาดตัวอักษร 16 ความยาวของเนื้อหาไม่ควรเกิน 20 หน้า
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ

ระยะขอบส่วนบน (Top Margin)	ขนาด 2.00 เซนติเมตร
ระยะขอบซ้าย (Left Margin)	ขนาด 3.00 เซนติเมตร
ระยะขอบขวา (Right Margin)	ขนาด 2.50 เซนติเมตร
ระยะขอบล่าง (Bottom Margin)	ขนาด 2.50 เซนติเมตร

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งทางระบบวารสารออนไลน์ Thai Journal Online (ThaiJo) ท่านสามารถเข้าไปได้ที่
<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru>

4. การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ มีรายละเอียดดังนี้

การยกเลิกบทความ คือ การเพิกถอนบทความก่อนที่จะมีการตีพิมพ์เผยแพร่

การถอนบทความ คือ การถอนบทความที่ได้ดำเนินการตีพิมพ์และเผยแพร่เรียบร้อยแล้ว

ในกรณี การยกเลิกบทความ หรือถอนบทความ สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ใน

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/mgt-skru> และ**หากมีการส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิ**

พิจารณาบทความแล้ว เจ้าของบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

รายละเอียดการเตรียมต้นฉบับ

บทความวิจัยให้เรียงลำดับตามองค์ประกอบดังนี้

1. **ชื่อเรื่อง** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และจัดชิดซ้ายหน้ากระดาษ

- ชื่อภาษาไทยใช้ตัวอักษรขนาด 24 ตัวหนา
- ชื่อภาษาอังกฤษ อักษรตัวแรกของทุกคำให้พิมพ์ด้วยตัวพิมพ์ใหญ่ และใช้ตัวอักษรขนาด 18 ตัวหนา

2. **ชื่อผู้เขียน** ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ครบทุกคน และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวปกติ และจัดชิดขวาหน้ากระดาษ โดยให้กำกับหมายเลขยกกำลังไว้ต่อท้ายด้วย สำหรับชื่อตำแหน่งหรือตำแหน่งวิชาการและหน่วยงานให้พิมพ์ไว้ในส่วนของเชิงอรรถ (หน้าที่ 1) ใช้ตัวอักษรขนาด 12 ตัวปกติ โดยพิมพ์ชื่อหน่วยงานต้นสังกัดระดับภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย หรือจากหน่วยงานย่อยถึงระดับสูงให้ตรงกับตัวเลขยกกำลังที่กำกับไว้ในหน้าเดียวกัน และต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3. **บทคัดย่อ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยความยาวไม่เกิน 250 คำ และอยู่ในบทความหน้าที่ 1 เท่านั้น และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

4. **คำสำคัญ** ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้เลือกคำสำคัญที่เกี่ยวกับบทความไม่เกิน 5 คำ โดยพิมพ์ต่อจากส่วนเนื้อหาของบทคัดย่อ และให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ และให้จัดชิดซ้ายของหน้ากระดาษ

5. **เนื้อเรื่อง** ให้จัดพิมพ์เป็น 1 คอลัมน์

หัวข้อใหญ่ ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์

หัวข้อย่อย ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวหนา จัดชิดซ้ายคอลัมน์

เนื้อหา ใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ บรรทัดแรกของทุกย่อหน้าเยื้อง 0.5 นิ้วของ บรรทัดถัดไป ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- 1) บทนำ บอกความสำคัญหรือที่มาของปัญหาของสิ่งที่ทำการศึกษา ค้นคว้า วิจัย หรือสร้างสรรค์ผลงาน และอาจรวมถึงการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) วัตถุประสงค์ บอกถึงเป้าหมายของสิ่งที่ศึกษา โดยบทนำและวัตถุประสงค์อาจเขียนรวมกันได้
- 3) ทบทวนวรรณกรรม บอกถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาของที่ต้องการศึกษา
- 4) ระเบียบวิธีการศึกษา บอกรายละเอียดในวิธีการศึกษา การดำเนินการให้ได้มาถึงสิ่งที่ค้นคว้า สร้างสรรค์ เป็นต้น
- 5) ผลการศึกษา บอกถึงผลลัพธ์จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือผลงานสร้างสรรค์
- 6) สรุปและอภิปรายผล ให้แสดงถึงการสรุปผลที่ได้จากการศึกษาและการให้เหตุผลว่าผลที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้าวิจัย หรือสร้างสรรค์ ได้มาอย่างไร และเหตุใดจึงได้ผลดังกล่าว และอาจให้แนวทางการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 7) เอกสารอ้างอิง ใช้การอ้างอิงแบบ APA 6th Edition และต้องใช้ภาษาอังกฤษเท่านั้น
โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

กรณีอ้างอิงจากงานไทย ให้ทำการเขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษ โดยใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. จากปี พ.ศ. 2562

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Chouyboonchoo, Sirichote and Noknoi (2019)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Chouyboonchoo, Sirichote & Noknoi, 2019)

กรณีอ้างอิงงานต่างประเทศ ให้ใส่เฉพาะนามสกุลของผู้เขียนเท่านั้น และตามด้วยปี ค.ศ.

เช่น งานของ ThuyUyen H. Nguyen และ Teresa S. Waringin จากปี ค.ศ. 2013

อ้างอิงหน้าข้อความ คือ Nguyen and Waring (2013)

อ้างอิงหลังข้อความ คือ (Nguyen & Waring, 2013)

2. การอ้างอิงในเอกสารอ้างอิง

ระบบอ้างอิงให้ใช้แบบ APA 6th Edition โดยการอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) และรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) และหากมีการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยจะต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น

For example:

นวรัตน์ ช่วยบุญชู, อรจันทร์ ศิริโชติ และเจษฎา นกน้อย. (2562). การยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการธนาคารอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 11(1), 31-52.

Translated into:

Chouyboonchoo, N. Sirichote, O & Noknoi C. (2019). Effects of technology acceptance and service quality on customer loyalty for electronic banking. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University*. 11(1), 31-52.

For books:

Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing management* (3rd ed.). Harlow: Pearson.

For articles in journals:

Nguyen, T. H., & Waring, T. S. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs: An empirical study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824-848.

For chapters in books/collected volumes:

Douglas, S. P., Morrin, M. A. & Craig, C. S. (1994). Cross-national consumer research traditions. In Laurent, G., Lilien, G.L. & Pras, B. (Eds.), *Research traditions in marketing*. pp. 289-306. Boston, MA : Kluwer Academic Publishers.

For conference papers:

Taghian, M., & Shaw, R. N. (2000). *Industrial mail survey response: An experimental approach*. In O' Cass, A. (Ed.). Paper presented at the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference, Gold Coast: School of Management and Marketing, Griffith University,

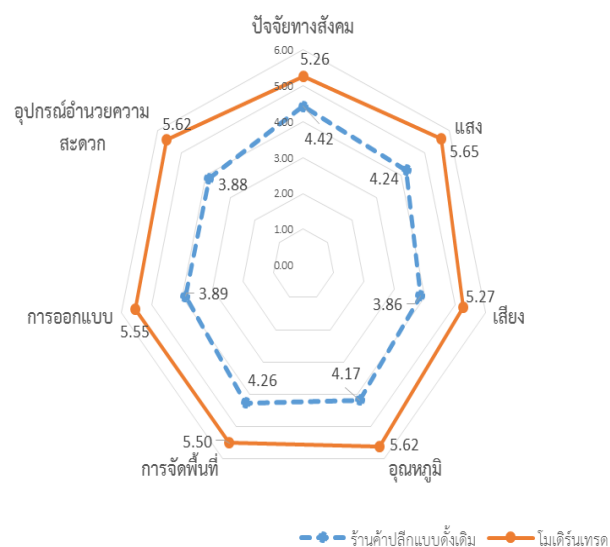
For unpublished works:

Bloggs, F. (2002). *Evaluating marketing websites : Relating design elements to earnings*. Unpublished doctoral dissertation. Melbourne : Deakin University.

การใส่รูปภาพในเนื้อหา

ให้จัดกึ่งกลางของคอลัมน์ ชื่อรูปภาพให้พิมพ์ไว้ใต้รูปภาพ ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 1 ช่องว่างของสภาพแวดล้อมของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมกับโมเดิร์นเทรด

การใส่ตารางในเนื้อหา

ให้จัดชิดซ้ายของคอลัมน์ ชื่อตารางพิมพ์ไว้ด้านบนของตาราง และใช้ตัวอักษรขนาด 16 ตัวปกติ

ตัวอย่างเช่น

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการ

แรงจูงใจ	ความสำเร็จในการประกอบการ			
	ด้านสภาพ ความเป็นไป ทางการเงิน	ด้านการ ตอบสนอง ความต้องการ ของลูกค้า	ด้านการ ส่งเสริม นวัตกรรม และความคิด สร้างสรรค์	ด้านการได้รับ ความยืดหยุ่น ผูกพันจาก พนักงาน
	r	r	r	r
องค์ประกอบสุขวิทยา				
ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา	0.399**	0.436**	0.310**	0.469**
ค่าตอบแทน	0.527**	0.517**	0.385**	0.512**
ความมั่นคงของงาน	0.460**	0.541**	0.420**	0.445**
ชีวิตส่วนบุคคล	0.226**	0.374**	0.371**	0.344**
สภาพการทำงาน	0.403**	0.419**	0.342**	0.478**
ตำแหน่ง	0.301**	0.413**	0.299**	0.358**
รวม	0.523**	0.613**	0.476**	0.585**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ต้นฉบับบทความที่เผยแพร่ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2565 ได้รับการตรวจแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|---------------------------------|--|
| 1. รศ.ดร.สุวรรณ หวังเจริญเดช | คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 2. ผศ.ดร.นิชาภัทร บุญรัตน์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 3. ผศ.ดร.พงษ์นรินทร์ ปิตจตุรัส | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |
| 4. ผศ.ดร.ภูริศร์ พงษ์เพียจันทร์ | คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |
| 5. ผศ.ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 6. ผศ.ดร.สุระพรรณ จุลสุวรรณ | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 7. ดร.นิรมาลย์ งามเหมาะ | คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
วิทยาเขตสุรินทร์ |
| 8. ดร.ปาริชาติ จันท์ศรีบุตร | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา |
| 9. ดร.สรวิทย์ งามสุทธิ | คณะวิทยาการจัดการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยนครพนม |
| 10. ดร.โสภณ ชุมทองโต | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |