

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

เจ้าของ.....

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ที่ปรึกษา.....

ดร. พรชัย มงคลวนิช

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. สมศักดิ์ รุ่งเรือง

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

รศ. ดร. เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. วัลลภ สุวรรณดี

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

บรรณาธิการ.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์ขวลิตกุล

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

กองบรรณาธิการ.....

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวยการ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร. วรภัทร ไตรณะเกษม

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ศาสตราจารย์วิวัฒน์ รุ่งเรืองผล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร. เชาว์ โรจนแสง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

รองศาสตราจารย์ ดร. พนารัตน์ ปานมณี

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รองศาสตราจารย์ ดร. สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ นันทแพทย์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไพรินทร์ สมภพสกุล

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดร. สัมฤทธิ์ เทียนดำ

มหาวิทยาลัยสยาม

ดร. พันธ์ อุณหบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธนบุรี

ดร. พิจิตร เอี่ยมโสมณา

มหาวิทยาลัยสยาม

ฝ่ายจัดการ.....

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรัสโสมณ

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ดร. มานพ ศรีตุลย์โชติ

สมาคมผู้รับทุนใจกล้าแห่งประเทศไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณา ปราชญ์ปรีชา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์สุนันทา ปาสาเลา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์อังคณา แนวจำปา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายศิลปกรรมและจัดทำรูปเล่ม.....■

อาจารย์ทศพล ปราชญ์ปรีชา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อาจารย์ภมรย์ สกกุลเลิศวัฒนา

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายพิสูจน์อักษร.....■

ดร. เอกนรี ทุมพล

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

คุณณัฐวดี สิริวัต

มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

ฝ่ายสนับสนุนเทคโนโลยีสารสนเทศ.....■

คุณจิราวัฒน์ เพชรชู

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สถานที่ออกแบบและจัดพิมพ์.....■

- บริษัท กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุป จำกัด

กำหนดเผยแพร่.....■

ปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 ม.ค. - มิ.ย., ฉบับที่ 2 ก.ค. - ธ.ค

อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์.....■

1. กรณีสมัครเป็นสมาชิก
 - สมาชิกประเภทสถาบันการศึกษา ปีละ 5,000 บาท อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์ บทความละ 4,500 บาท
 - สมาชิกประเภทบุคคลทั่วไป ปีละ 800 บาท อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์ บทความละ 6,000 บาท
2. กรณีไม่ได้สมัครเป็นสมาชิกประเภทสถาบันการศึกษา
 - อัตราค่าเผยแพร่ตีพิมพ์บทความจากสถาบันการศึกษาและบุคคลทั่วไป บทความละ 6,000 บาท

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกพิจารณากลับกรองบทความ

ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย

ศาสตราจารย์ ดร. วรภัทร โตธนะเกษม

ศาสตราจารย์ วิทวัส รุ่งเรืองผล

ศาสตราจารย์ ธนสรรค์ แขวงโสภา

ศาสตราจารย์ ดร. ปิเตอร์ รักธรรม

พลเรือตรีหญิง ศาสตราจารย์ ยุวดี เปรมวิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์

รองศาสตราจารย์ ดร. เกรียงไกร บุญเลิศอุทัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พนารัตน์ ปานมณี

รองศาสตราจารย์ ดร. สุพีชา พาณิชย์ปฐม

รองศาสตราจารย์ ดร. ศศิวิมล มีอำพล

รองศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญศรี นิธิ์นัง

รองศาสตราจารย์ ดร. กัลยานี ภาคอิต

รองศาสตราจารย์ ดร. สงวน วงษ์สวัสดิกุล

รองศาสตราจารย์ ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช

รองศาสตราจารย์ ดร. ศิลปพร ศรีจันเพชร

รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ทิพย์พาพร มหาสินไพศาล

รองศาสตราจารย์ ดร. กรไชย พรลภัสกร

รองศาสตราจารย์ ดร. ภคพล จักรพันธ์ อนุฤทธิ์

รองศาสตราจารย์ ดร. ปรียานุช อภิบุญโยภาส

รองศาสตราจารย์ พ.ต.ท.ดร. เกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์

รองศาสตราจารย์ ดร. นุจรี สุพัฒน์

รองศาสตราจารย์ ดร. สุรานันท์ โพธิ์ชาราช

รองศาสตราจารย์ ดร. พัทยา หลักเพ็ชร

รองศาสตราจารย์ ดร. อมรรัตน์ ท่วมรุ่งโรจน์

รองศาสตราจารย์สุปราณี ศรีฉัตรเกษม

รองศาสตราจารย์เพลินทิพย์ โกเมศโสภา

รองศาสตราจารย์พรชนก รัตนไพจิตร

รองศาสตราจารย์วิรัช สงวนวงศ์วาน

รองศาสตราจารย์เบญจวรรณ รักษ์สุธี

รองศาสตราจารย์ประนอม ไฉวินวิพัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนพันธ์ ไกล่ประกอบทรัพย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สราวุธ จันทร์สุวรรณ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

มหาวิทยาลัยนครพนม

มหาวิทยาลัยสยาม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรวรรณ นันทแพศย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ริวกา ลากศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วัลยา ชูประดิษฐ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อำพล นววงศ์เสถียร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บุษยา วงษ์ขวลิทกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อมรา ตีรศรีวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปวีร์ ศิริรักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมยศ อวเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เบญจวรรณ บวรกุลภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์แน่งน้อย ใจอ่อนน้อย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิประภา พันธนาเสวี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รัตนา วงศ์รัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวัฒน์ เบญญาศรีสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มัทธชัย สุทธิพันธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อีรศักดิ์ จินดาบ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วีระพงษ์ กิตติวงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทวี วัชรเกียรติศักดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปาลิตา ศรีศร กำพล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ก่อพงษ์ พลโยธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ สิทธิจิรพัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชิต รัชตพิบูลภ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา หล่อตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิรายุส พุ่มนตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อูรีย์ เจียสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุดาสวรรค์ งามมงคลวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ตรีทิพ บุญแย้ม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อิตินันท์ ชาญโกศล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิริชัย ดีเลิศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุมา ปราชญ์ปรีชา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุพงศ์ อวิรุทธา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อนุมาน จันทวงศ์
ดร. ภัทรดา รุ่งเรือง
ดร. ปัญญา สัมฤทธิ์ประดิษฐ์
ดร. มานพ ศรีตุลยโชติ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธ
มหาวิทยาลัยอีสต์สมิธ
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยวงษ์ขวลิทกุล
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มหาวิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สมาคมผู้รับทุนใจกล้าแห่งประเทศไทย

ดร. ชลิตา รัตนสาร
ดร. กฤษฎา ตันเปาว์
ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก
ดร. สิทธิชัย ฝรั่งทอง
ดร. ศจีรัตน์ เมธีสุภาพ
ดร. ยุทธกร ฤทธิ์ไธสง
ดร. มุกดาวรรณ พลเดช
ดร. พยัต วุฒิรงค์
ดร. กานต์จิรา ลิ้มศิริธง
ดร. บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ
ดร. อติเทพ ศรีคงศรี
ดร. นิตนา ฐานิตธนกร
ดร. ขวัญมิ่ง คำประเสริฐ
ดร. เฉลิมพร เย็นเยือก
ดร. ภัทรณัชชา โชติคุณากิตติ
ดร. ทชชยา วรณบวรเดชน์
ดร. ญาณินี ทรงขจร
ดร. วิภากร วัฒนสินธุ์

มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
มหาวิทยาลัยสยาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้
มหาวิทยาลัยมหิดล
มหาวิทยาลัยสยาม
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ดำเนินการตีพิมพ์บทความวิชาการสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการ และเพื่อเผยแพร่ผลงานอันเป็นประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และประเทศชาติ

วารสารปีที่ 13 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน 2567 นี้ ได้รวบรวมบทความที่ทันสมัยสาขาบริหารธุรกิจ และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้อย่างหลากหลายจาก นักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นักศึกษาในระดับปริญญาเอกและปริญญาโท จากสถาบันการศึกษาชั้นนำต่าง ๆ โดยมีบทความภาษาต่างประเทศที่น่าสนใจประจำฉบับ อาทิ A Qualitative Study of Factors Influencing Learning Outcomes and Student Satisfaction with Work-From-Home Internships เป็นต้น บทความภาษาไทย อาทิ ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ : การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในประเทศไทย บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย อิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ รูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย การศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย และอิทธิพลของแรงจูงใจต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้บทความดังกล่าวข้างต้นแล้วยังมีบทความที่น่าสนใจให้ติดตามได้อีกหลายบทความในวารสารประจำฉบับนี้

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความจากวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านทั้งในทางวิชาการและวิชาชีพ และหากผู้เขียนหรือผู้อ่านต้องการส่งบทความที่เป็นประโยชน์หรือมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อวารสารฉบับนี้สามารถส่งข้อเสนอแนะมาได้ที่อีเมล apheitbus_journal@southeast.com เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาวารสารฯ ให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณาธิการ

สารบัญ

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

A Qualitative Study of Factors Influencing Learning Outcomes and.....11	
Student Satisfaction with Work-From-Home Internships	
Amara Tirasriwat Mayuree Aryupong Victorina Villanueva Vunnasiri	
Shanu Chinnamma Ajoy and Rujapa Tansuwan	
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ :.....33	
การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในประเทศไทย	
อารีรัตน์ ปานศุภวัชร ญาดา สามารถ พิมพ์นิภา ท้วมรุ่งโรจน์ และ ประวิณ ปานศุภวัชร	
บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง.....48	
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย	
พลัฏฐ์ แสงทอง บุญทวรรณ วิงวอน และ เผ่าไทย วงศ์เหลา	
อิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์.....67	
ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ	
นราภรณ์ ไชยรัตน์ พจนารถ ฤทธิเดช และ ปาริชาติ บุรพาศิริวัฒน์	
รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทาง.....85	
การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย	
มนรัตน์ ใจเอื้อ ภาณุมาศ เกตุแก้ว ธนวัฒน์ เพชรพันธ์ และ รัชชกร จรวิรัตน์	
รูปแบบการจัดการใช้คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้.....106	
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย	
รดาศา เนตรแสงสี	

การศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรี.....	122
ในประเทศไทย	
ธนศิริ หมื่นราช ตรทิพ บุญแยม และ อนรรฆ จรรย์ยานนท์	
อิทธิพลของแรงจูงใจต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา.....	146
มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย	
พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก และ นณันท์ สุริยมณี	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของ.....	161
บุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่	
เมตตา พรวรรณศิริเวช ปัทมวรรณ จินดารักษ์ และ สายสุนีย์ เกษม	
ความคาดหวังและความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชัน.....	180
การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในประเทศไทย	
ชลลดา สัจจานิตย์	

A Qualitative Study of Factors Influencing Learning Outcomes and Student Satisfaction with Work-From-Home Internships

การศึกษาเชิงคุณภาพเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์การเรียนรู้และความพึงพอใจ
ของนักศึกษาที่มีต่อการฝึกงานในระบบทำงานที่บ้าน

Dr. Amara Tirasriwat

Assistant Professor in Accounting
Martin de Tours School of Management and Economics,
Assumption University

ดร. อมรา ทิระศรีวัฒน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการบัญชี
คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
E-mail: amaratr@au.edu ; Ph: +081-450-5853

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 3 กรกฎาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 20 พฤศจิกายน 2566
ครั้งที่ 2	: 3 ธันวาคม 2566
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 15 ธันวาคม 2566

Dr. Mayuree Aryupong

Full time Lecturer in Management
Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University

ดร. มยุรี आयัพงค์

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
E-mail: mayureeryp@msme.au.edu; Ph: +095-494-9155

Mrs. Victorina Villanueva Vunnasiri

Full time Lecturer, Accounting Department
Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University

วิคตอรินา วิลลานูวา วรณศิริ

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบัญชี
คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
E-mail: vVillanueva@au.edu; Ph: +085-694-7980

Shanu Chinnamma Ajoy

Full time Lecturer, Accounting Department
Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University

ชานู ชินนามมา อะจอย

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบัญชี
คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
E-mail: shanu_c_p@yahoo.com ; Ph: +089-521-5516

Rujapa Tansuwan

Full time Lecturer, Accounting Department

Martin de Tours School of Management and Economics, Assumption University

รุจาภา ต้นสุวรรณ

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบัญชี

คณะบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

E-Mail: rujapatns@au.edu.; Ph: +093-323-7833

Abstract

The objective of this qualitative research was to study the determinants influencing student learning outcomes and satisfaction in work-from-home (WFH) accounting internships. Data were gathered from 17 accounting students at a private university during their WFH internships, using in-depth interviews with a semi-structured questionnaire. The research applied qualitative content analysis to extract and categorize relevant themes. Through this method, data from in-depth interviews with 17 accounting students was systematically examined, allowing for an exploration of their experiences. By iteratively coding and categorizing responses, patterns and recurring elements emerged, forming the basis for the identified themes. The six themes emerged from the data, including IT and computing skills, accounting knowledge, teamwork and interpersonal skills, time management skills, accountability, and resourceful skills. The findings suggest that these 6 themes are critical factors influencing students' learning outcomes and satisfaction both positive and negative aspects. In addition, the study also identifies the challenges that students face in a WFH environment as well as the benefits and opportunities that come with this situation. Moreover, these findings can help educators, employers, and policymakers design and implement effective WFH internships that maximize learning outcomes and student satisfaction as well as ensure that students will receive the best possible preparation for their future careers.

Keywords: Accounting Internship, Work from Home (WFH), Learning Outcomes, Satisfaction

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลลัพธ์การเรียนรู้และความพึงพอใจของนักศึกษาในการฝึกงานด้านการบัญชีที่ทำงานจากที่บ้าน (WFH) มีการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาฝึกงานด้านการบัญชี จำนวน 17 คนจากมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อแยกและจัดหมวดหมู่ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ด้วยระเบียบวิธีการนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาฝึกงานด้านการบัญชี 17 คน ได้รับการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถสำรวจประสบการณ์ของนักศึกษาได้อย่างถูกต้อง ด้วยการจัดหมวดหมู่คำตอบซ้ำๆ ก่อให้เกิดรูปแบบและองค์ประกอบ คือ ปัจจัยหลัก 6 ประการที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ ความรู้ด้านบัญชี ทักษะด้านการทำงานเป็นทีมและการสื่อสารระหว่างบุคคล ทักษะด้านการบริหารเวลา ความรับผิดชอบ และทักษะด้านการใช้ทรัพยากร ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยทั้ง 6 ประการข้างต้นเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลลัพธ์การเรียนรู้และความพึงพอใจของนักศึกษาทั้งเชิงบวกและเชิงลบ นอกจากนี้การศึกษายังระบุถึงปัญหาที่นักศึกษาเผชิญในสภาพแวดล้อมการทำงานจากที่บ้าน(WFH)รวมถึงประโยชน์และโอกาสที่มาพร้อมกับสถานการณ์เหล่านี้ การค้นพบนี้สามารถช่วยนักการศึกษา นายจ้าง และผู้กำหนดนโยบายในการออกแบบและดำเนินการฝึกงานแบบ WFH ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเพิ่มผลลัพธ์การเรียนรู้และความพึงพอใจของนักศึกษาให้สูงสุด และช่วยให้มั่นใจได้ว่านักศึกษาจะได้รับการฝึกฝนที่ดีที่สุดสำหรับอาชีพในอนาคต

ศัพท์สำคัญ: การฝึกงานทางการบัญชี ทำงานจากบ้าน ผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ ความพึงพอใจ

Introduction

As the COVID-19 pandemic continues to affect daily life, many industries have had to adapt to work from home (WFH) arrangements as a means of maintaining their operations (Kaushik & Guleria, 2020). This shift towards WFH has affected various aspects of organizational activities, including internships (Feldman, 2021). Especially, accounting internships are an essential component of the accounting curriculum, providing students with the opportunity to apply their theoretical knowledge in a practical setting. However, the COVID-19 pandemic has caused significant disruptions to these internships, resulting in a shift towards WFH environments. This disruption has raised concerns about the effectiveness of WFH accounting internships in providing students with the necessary learning outcomes and experiences, as well as their level of satisfaction with these internships. WFH has created new challenges for accounting interns, as they must navigate their responsibilities remotely while also ensuring that they are meeting their learning objectives. The lack of face-to-face interaction and reduced access to mentors can affect the quality of the internship experience (Shin & Hickey, 2021). Furthermore, the effectiveness of WFH accounting internships in preparing students for the workforce is still uncertain. Moreover, several studies have explored the effects of WFH internships on student learning outcomes and satisfaction, but the results have been mixed. For example, a study by Jeske and Linehan (2020) found that students who completed WFH internships reported lower levels of satisfaction compared to those who completed in-person internships. However, another study by Ahmad (2020) found that WFH internships can lead to positive learning outcomes, such as improved time management and communication skills. Therefore, there is a need for further research on the impact of WFH internships on student learning outcomes and satisfaction, particularly in the field of accounting.

Thus, this study aims to address these research gaps by conducting a qualitative content analysis to discover the factors that influence the experiences of WFH accounting interns and how these factors impact their learning and satisfaction in WFH internships, and the effectiveness of such internships in preparing students for the workforce. The findings of this study can provide insights for educators, employers, and policymakers in developing effective and engaging internship programs for students, and how to design and implement effective WFH internships that maximize learning outcomes and student satisfaction and can ensure that students receive the best possible preparation for their future careers.

Literature Review

Traditional In-Person Internships and Work-From-Home Internships

Traditional accounting internships have been a mainstay in accounting education for many years. These internships typically involve students working in an accounting firm or department, under the guidance of experienced professionals. While these internships have proven to be valuable learning experiences, the COVID-19 pandemic has forced many organizations to shift to remote work, including internships. Some studies have begun to explore the unique features and challenges of WFH internships. A study by Rose (2020) examined the experiences of college students participating in WFH internships in South Korea during the pandemic. The study found that while WFH internships provided greater flexibility and autonomy, they also posed challenges related to communication and collaboration with colleagues and supervisors. Similarly, a study by Januszewski and Grzeszczak (2021) investigated the experiences of accounting students in a WFH internship program in Poland. The study found that the students valued the opportunity to gain real-world experience and develop technical skills, but also faced challenges related to communication, time management, and adapting to new technologies. Moreover, Jeske and Linehan (2020)

found that the lack of face-to-face interaction with colleagues, mentors, and supervisors can affect the quality of feedback given to WFH interns and the level of support provided. Additionally, WFH interns may face challenges such as distractions at home, limited access to resources, and difficulty in separating work and personal life (Bowen, 2020), limited opportunities for networking, social isolation, and difficulties in communicating with supervisors (Gill, 2020). However, a growing body of research has examined the impact of WFH internships on student learning outcomes and satisfaction.

Learning Outcome Theory

The impact of work-from-home (WFH) accounting internships on student learning outcomes can be explained through Learning Outcome Theory, which emphasizes the importance of clear and measurable learning outcomes, assessment strategies, student-centered pedagogy, and continuous improvement (Ahmad, 2021). In the context of WFH internships, clear and observable learning outcomes, including the development of technical accounting skills, communication (Januszewski & Grzeszczak, 2021), and time management abilities (Pretti et al., 2020), remain pertinent, and alignment with educational goals remains essential. Assessment methods should encompass remote tasks and projects to evaluate students' proficiency, aligning with the theory's emphasis on mastery learning. The flexible and student-centered approach encouraged by the theory resonates with the autonomy and adaptability often associated with WFH internships, fostering active engagement and problem-solving skills among accounting students (Baker & Fitzpatrick, 2022). Additionally, the theory promotes data-driven instruction, wherein feedback from WFH internships informs adjustments to improve remote learning experiences. Nevertheless, it is crucial to acknowledge the challenges posed by WFH internships, such as reduced networking and mentorship opportunities (Pretti et al., 2020), emphasizing the need for intentional design to include virtual networking, mentorship, and communication avenues, as well as providing necessary resources and support.

The Effect of WFH Internships on Student Learning Outcomes

Several studies have shown that WFH internships can have an impact on the students' learning outcomes and skill development. For instance, Bayerlein and Jeske (2018) compared the learning outcomes of virtual internships and traditional in-person internships, and the results showed that WFH internships were just as effective as traditional in-person internships in terms of learning outcomes and provided additional benefits such as increased flexibility and accessibility. Griffin and Coelho (2018) found that WFH internships enabled students to develop essential skills such as communication, time management, and problem-solving, as well as providing them with opportunities to work on real-world projects and enhancing their technical skills. Additionally, Pretti et al. (2020) discovered that communication, supervisor support, and task clarity are critical factors that contribute to the success of WFH internships. Similarly, Wong et al. (2021) highlighted the importance of technology support, task design, and feedback in enhancing the quality of virtual internships. Wilson (2021) found that WFH internships provide valuable learning experiences and help students develop critical skills such as communication, teamwork, and adaptability. Ahmad (2021) conducted a study specific to accounting internships, finding that WFH internships had a positive impact on student learning outcomes, with students reporting improvements in their technical accounting skills, as well as their communication and time management skills. Baker and Fitzpatrick (2022) found that the quality of supervision, the nature of the work assigned, self-motivation, and the degree of autonomy given to students were important factors affecting learning outcomes.

However, Pretti et al. (2020) found that students in WFH internships reported lower levels of networking, mentorship, and professional skill development compared to traditional in-person internships. On the other hand, students in WFH internships reported higher levels of autonomy and flexibility. Similarly, Januszewski and Grzeszczak (2021) discovered that students in WFH internships reported lower levels of perceived learning outcomes compared to traditional in-person internships, but higher levels of perceived organizational support and job satisfaction. Some studies suggest that WFH can negatively affect collaboration, communication, and mentorship opportunities, which are crucial for learning and development (Jeske & Axtell, 2019; Drilling, 2021). Furthermore, students who participate in WFH internships may experience challenges in accessing necessary resources and support, such as technology, training, and supervision (Teng et al., 2022).

In sum, while WFH internships can offer various benefits, including the development of essential skills, real-world project experience, increased flexibility, and accessibility, it is important to consider the potential challenges, such as limited networking and mentorship opportunities, and the need for adequate support and resources to ensure successful outcomes.

Satisfaction Theory

The impact of work-from-home (WFH) accounting internships on student satisfaction can be thoroughly understood through Satisfaction Theory (Giese & Cote, 2000), a well-established theoretical framework employed in psychology, marketing, and consumer behavior. Within the WFH internships context, satisfaction theory explains how students assess and evaluate their WFH internship experiences and subsequently judge their levels of satisfaction. Notably, students' initial expectations play a pivotal role in shaping their satisfaction levels, as demonstrated in studies by Park and Jones (2021) and Teng et al. (2022), where students who perceived WFH internships as meeting or exceeding their expectations reported higher satisfaction. Moreover, challenges such as inadequate access to resources and unclear communication (Drilling, 2021; Hardie et al., 2018) may create cognitive dissonance, potentially diminishing student satisfaction. Positive factors, including autonomy, flexibility, and supervisor support (Jackson & Meek, 2021; Maini et al., 2021), contribute to heightened satisfaction levels, while the absence of interaction with colleagues and supervisors (Dent & White, 2020; Abdullah et al., 2021) can reduce satisfaction. Ultimately, the quality of the internship experience plays a critical role in enhancing student satisfaction, in alignment with satisfaction theory's core principles.

The Effect of WFH Internships on Student Satisfaction

The impact of WFH accounting internships on student satisfaction has been the subject of recent research. While some studies have reported high levels of satisfaction among students, others have highlighted challenges that may negatively affect student satisfaction. For example, Park and Jones (2021) and Liu (2021) found that students who participated in WFH internships reported high levels of satisfaction with the internship experience. They perceived WFH internships as useful for developing skills and gaining work experience. Teng et al. (2022) and Mensah, et al. (2020) reported that students reported higher levels of satisfaction with flexibility and work-life balance provided by the WFH arrangement. Jackson and Meek (2021) reported that WFH internships provided students with a more autonomous and independent learning experience, leading to higher levels of satisfaction. Similarly, Maini et al. (2021) found that the level of perceived autonomy and flexibility in remote internships was a key factor affecting student satisfaction. Additionally, supervisor support and feedback were found to be positively correlated with student satisfaction in remote internships (Hardie et al., 2018; Mensah et al., 2020).

However, challenges such as a lack of access to necessary resources and support, and a lack of clear communication and guidance from supervisors, can negatively impact student satisfaction in WFH internships (Drilling, 2021; Hardie et al., 2018). Dent and White (2020) and Abdullah et al. (2021) found that the level of satisfaction with WFH internships was lower than that of traditional in-person internships due to the lack of interaction with colleagues and supervisors.

In sum, the impact of WFH accounting internships on student satisfaction is mixed, with some studies reporting an increase in satisfaction, while others report a decrease. The lack of face-to-face communication and networking opportunities may negatively impact student satisfaction, while flexibility and autonomous learning opportunities may lead to higher satisfaction levels.

Methodology

This study utilized a qualitative content analysis method to evaluate the satisfaction and learning outcomes of accounting students at a private university during their work from home (WFH) internships. An in-depth interview was employed to collect data from accounting students who participated in the internships and a semi-structured questionnaire has been used (see example in Table 1). The purposive sampling method was used to select interviewees from the population of accounting students. Due to COVID-19 social distancing, online interviews were conducted via MS Teams. A total of 17 intern interviews were conducted, each lasting approximately 30 minutes. The participants included 4 accounting faculty advisors and 17 students. Ethical consent was obtained before each interview, and confidentiality was ensured by using pseudonyms to conceal their identities. Prior to commencing the interview, the researcher established a rapport with the participants and explained the purpose of the research. The semi-structured interview allowed participants to express their opinions freely, providing valid and reliable data. Qualitative content analysis involves collecting, organizing, and interpreting non-statistical data to gain insights into what it signifies. In this study, content analysis was utilized to identify patterns by categorizing content into words, concepts, and themes. The importance of content analysis lies in its ability to quantify the relationship between all the classified content (Gaur & Kumar, 2018). To ensure consistency, the analysis was conducted in accordance with the recommended eight-step process by McKibben et al. (2020).

Conducting in-depth interviews exclusively in qualitative research on accounting work-from-home (WFH) internships provides a deep understanding of participants' experiences. This approach offers detailed insights and allows for a thorough exploration of the context, promoting a personalized and flexible research process (Osborne & Grant-Smith, 2021). However, the approach has limitations such as contradictory results. In our research, we have addressed the challenge of contradictory results in qualitative research, particularly when relying on in-depth interviews, by employing various strategies to enhance credibility and validity. We applied member checking (Birt et al., 2016) to gather participant insights and clarify contradictions. We also practiced reflexivity as advised by Finlay (2002) to evaluate our biases and potential influence on interpretation. Additionally, we conducted validity and reliability checks, including peer debriefing, following Rose and Johnson's (2020) recommendations, to refine our interpretations. This integrated approach helps us better understand and navigate contradictory findings, leading to a more comprehensive understanding of the research phenomenon.

Table 1 Some Examples of Semi-Structured Questions in Questionnaire

No.	Questions	References
1	How has your WFH accounting internship impacted your knowledge and skills in accounting?	Ahmad (2021)
2	How satisfied were you with your WFH accounting internship overall?	Ahmad (2020)
3	In what specific areas do you feel you have improved because of your WFH accounting internship?	Ahmad (2021)
4	How did your experience in the WFH accounting internship compare to your expectations going into the internship?	Ahmad (2020)
5	Did you encounter any challenges or difficulties working from home during your internship? If so, please describe.	Ahmad (2021)
6	How did you manage your time and stay motivated while working remotely?	Ahmad (2020)
7	Did you have adequate support and resources to complete your tasks while working remotely?	Ahmad (2021)
8	Was there anything about the supervision and feedback process during your WFH internship that you found particularly helpful or challenging?	Ahmad (2021)
9	What accounting tasks did you complete during your WFH internship?	Ahmad (2021)
10	Would you recommend a WFH accounting internship to other students? Why or why not?	Ahmad (2020)

Population and Sample

There was a total of 57 accounting students who participated in an internship. Out of these students, 24 students worked from home, 25 worked in the office, and 8 students worked in a hybrid mode, both at home and at the workplace. Details about the gender, company, and field of work for each mode of work are presented in Table 2. In this study, a sample of 17 accounting intern students who had completed their WFH internship were selected for an in-depth interview. These students were labeled as H1 to H17. The sample size represents 30% of the total population of intern students (N for all interns = 57, n =17), and 70.83% of the work from home intern students (N for WFH = 24, n =17).

Table 2 Data of Accounting Intern Students

Initial	Gender	Type of Company	Field of Work in Each Mode		
			Only WFH	Only WIO	Hybrid
H 1	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 2	F	Leading national firm	Fin. Acc		
H 3	F	Big 4 CPA firm	Taxation		
H 4	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 5	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 6	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 7	M	Big 4 CPA firm	Audit		
H 8	F	Leading national firm	Fin. Acc		
H 9	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 10	F	International firm	Taxation		
H 11	M	Big 4 CPA firm	Audit		
H 12	F	Big 4 CPA firm	Audit		
H 13	F	International firm	Fin. Acc		
H 14	F	International firm	Fin. Acc		
H 15	F	International firm	Fin. Acc		
H 16	F	International firm	Fin. Acc		
H 17	F	International firm	Fin. Acc		
H 18	M	International Accounting Firm	Audit		
H 19	F	Leading National firm	Audit		
H 20	M	International Accounting Firm	Audit		
H 21	M	International Accounting Firm	Audit		
H 22	F	Leading National firm	Fin. Acc		
H 23	F	Leading National firm	Fin. Acc		
H 24	F	Leading National firm	Fin. Acc		
O 1	F	Big 4 CPA Firm		Audit	
O 2	F	Big 4 CPA Firm		Audit	
O 3	M	Big 4 CPA Firm		Audit	
O 4	M	Big 4 CPA Firm		Audit	

Table 2 Data of Accounting Intern Students (Cont)

Initial	Gender	Type of Company	Field of Work in Each Mode		
			Only WFH	Only WIO	Hybrid
O 5	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 6	M	International Accounting Firm		Audit	
O 7	M	Big 4CPA Firm		Taxation	
O 8	M	National Accounting Firm		Audit	
O 9	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 10	F	International Accounting Firm		Taxation	
O 11	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 12	F	Leading National firm		Fin. Acc	
O 13	M	Big 4CPA Firm		Audit	
O 14	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 15	F	Big 4CPA Firm		Taxation	
O 16	F	National Accounting Firm		Audit	
O 17	F	National Accounting Firm		Taxation	
O 18	M	Big 4CPA Firm		Audit	
O 19	M	National Accounting Firm		Fin Acc	
O 20	F	National Accounting Firm		Fin Acc	
O 21	F	National Accounting Firm		Fin Acc	
O 22	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 23	F	Big 4CPA Firm		Audit	
O 24	F	International Firm		Fin Acc	
O 25	F	International Firm		Fin Acc	
B 1	F	International Firm			Fin Acc
B 2	F	Big 4CPA Firm			Tax
B 3	F	International firm			Audit
B 4	F	International firm			Audit
B 5	F	Big 4CPA Firm			Audit
B 6	M	Big 4CPA Firm			Audit
B 7	F	International Firm			Fin Acc
B 8	F	International Firm			Tax
N=57	F=43, M=14	Number of students (Percentage)	24 (42%)	25 (44%)	8 (14%)

Notes: F = Female, M = Male, WFH=Work from home, WIO=Work in office, Hybrid= both WIO and WFH

To ensure the quality and rigor of the study, the researchers used Lincoln and Guba (1986)'s criteria to achieve credibility and dependability in the analysis process. The dependability of the data was ensured by checking the accuracy of the information with the participants, and the codes were reviewed with them to verify their agreement with the interpretations (Kolb, 2012). The researchers also ensured credibility by sharing their interpretations and reports with the informants for feedback to check the authenticity of the work. To further verify the findings, external auditors familiar with qualitative research were involved in the process of examining parts of the interview text along with the relevant codes and classes produced by the two observers (Kolb, 2012). Moreover, to enhance transferability, the researchers attempted to transcribe the participants' sentences verbatim, as closely as possible, to maintain the context and essence of their statements (Kolb, 2012). This approach not only adds credibility to the data but also ensures that the findings are reliable and trustworthy, thus increasing the transferability of the results to other contexts.

Results

The present study employed a qualitative content analysis method to analyze the data collected through interviews with student-interns regarding their learning, knowledge, and skills gained from their internship experience. Immediately after each interview, the audio recordings were transcribed verbatim, and subsequently reviewed by the research team to gain a general understanding of the content. The content was then segmented into summarized units, and named with a code by three researchers, independently. The codes were subsequently compared and categorized based on their similarities and merged as appropriate. The resulting coded data from 17 interviews were reviewed and confirmed by the three researchers.

The coding scheme of the student-interns' perceptions of their learning, knowledge, and skills gained from their internship experience was developed based on the recurring themes observed in the coded data. The six main themes identified were: (1) IT and Computing Skills, (2) Accounting Knowledge, (3) Teamwork and Interpersonal Skills, (4) Time Management Skills, (5) Accountability, and (6) Resourceful Skills. The number of codes identified for each of these themes were analyzed, and the details of each theme are presented in Table 3.

Table 3 Coding and Theme with Frequency in the Parenthesis

Coding and Example of Raw Data	Theme
1. Using computer/laptop (16) "I relied on a computer for various tasks, including accounting, communication, and virtual meetings." 2. Using excel & accounting software programs (15) "I'm using Excel to organize the data and then inputting it into the accounting software for analysis." 3. Solving problem of common technical issues (10) "I ran into a technical problem but I managed to find a solution, though" 4. Using cloud computing services to store and access accounting data and information remotely (8) "I am using a cloud-based platform. It makes collaboration and access much smoother."	IT and Computing Skills

Table 3 Coding and Theme with Frequency in the Parenthesis (Cont)

Coding and Example of Raw Data	Theme
1. Solving problem in accounting tasks (8) "I had trouble reconciling the bank statement, but after consulting my supervisor, we identified and fixed the error." 2. Recording transactions (12) "My task was inputting financial data, including invoices, receipts, and expense reports, into our accounting system." 3. Preparing financial statements and interim reports (5) "I was involved in generating various financial statements, including balance sheets and income statements." 4. Handling accounting documents (15) "My job is to organize and file all the accounting documents"	Accounting Knowledge
1. Communication in teamwork (14) "The supervisor set up effective communication channels for all team members to discuss and update." 2. Active listening (6) "I make sure to actively listen during virtual meetings and ask for feedback to ensure my understanding." 3. Team collaboration (8) "My colleagues and I held regular virtual meetings to assign responsibilities and share progress updates." 4. Managing conflicts (4) "Yes, it happens. We try to have a calm discussion and find a resolution that works for everyone." 5. Using video conferencing, email, instant messaging, and other remote communication tools (15) "We use video conferencing for team meetings and stay in touch through email and instant messaging."	Teamwork and Interpersonal Skills
1. Overcoming procrastination and improving focus (10) "Yes, I did face some procrastination problem. However, I found that minimizing distractions helped me stay on track and meet deadlines effectively." 2. Prioritizing tasks effectively (5) "I prioritized tasks based on urgency and complexity to use my time and resources effectively." 3. Balancing work and personal life (7) "I plan my day carefully by allocating time for work and also time for personal activities." 4. Managing stress (5) "If I sense stress, I step outside for some fresh air."	Time Management Skills

Table 3 Coding and Theme with Frequency in the Parenthesis (Cont)

Coding and Example of Raw Data	Theme
5. Optimizing schedule (3) “Each morning, I review my to-do list and categorize tasks by urgency and importance.”	
1. Maintaining confidentiality, integrity, and objectivity in accounting (4) “I follow company policies and use secure channels for sharing sensitive information.” 2. Being punctuality and reliability (8) “I prioritize tasks based on deadlines and complexity, ensuring that I allocate sufficient time to each.” 3. Taking responsibility for assigned tasks (13) “I try to do my best for assigned tasks” 4. Seeking help and support when needed (15) “When I face a problem, I don't hesitate to reach out to my colleagues or supervisor for guidance.” 5. Seeking feedback and opportunities for growth and improvement (3) “I regularly check in with my supervisor for feedback on my work and areas where I can enhance my skills.”	Accountability
1. Identifying and analyzing problems in accounting (12) “When facing a problem, I try to find the cause in order to solve it.” 2. Generating and evaluating potential solutions to accounting problems (6) “We brainstorm to find the solutions, to arrive at the best option.” 3. Adapting problem solving approaches to different situations (3) “I stay open-minded and consider multiple approaches to solve an accounting problem.” 4. Taking initiative and seeking opportunities to contribute in accounting (3) “I set goals for myself beyond assigned tasks to gain more accounting knowledge.” 5. Being proactivity and self-motivation (4) “I actively engage with team members to brainstorm and collectively find the best approach.”	Resourceful Skills

In this study, we explored the factors affecting student learning outcomes and satisfaction in WFH accounting internships through a qualitative content analysis of student reflections. We identified six themes that emerged from the data, including IT and computing skills, accounting knowledge, teamwork and interpersonal skills, time management skills, accountability, and resourceful skills.

IT and Computing Skills:

The theme of IT and computing skills has emerged as a critical issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains four related categories including: using computer/laptop, using excel & accounting software programs, solving problem of common technical issues, using cloud computing services to store and access accounting data and information remotely. The participants reported that they improved their IT and computing skills during the WFH accounting internship. The participants shared how their knowledge of excel formulas helped them with budget calculations, which made the task more efficient and improved their understanding of accounting concepts. They also mentioned how their skills in cloud-based storage allowed them to access financial data easily when the server was down. Another instance where their skills came in handy was when they had to analyze a large dataset and present their findings, which they were able to do quickly and impressively, boosting their confidence. However, the participants also experienced a software crash which caused them to lose all their progress on a report, resulting in frustration and delay. Slow internet connections and complicated software were other technical issues that made it difficult to access files and complete tasks. These issues led to anxiety and stress, making it challenging to meet deadlines.

Accounting Knowledge:

The theme of accounting knowledge has emerged as a significant issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains four related categories including: solving problems in accounting tasks, recording transactions, preparing financial statements and interim reports, handling accounting documents. The participants reported that they improved their accounting knowledge during the WFH accounting internship. The participants shared examples of how their knowledge helped them catch errors in financial statements and effectively communicate financial information to team members. Their accounting knowledge also helped them solve problems related to financial matters. These experiences contributed to the participants' satisfaction and confidence in their abilities. However, they also mentioned situations where their lack of experience with certain software or complex accounting concepts hindered their performance and caused frustration and anxiety. They also described a specific task where their lack of familiarity, leading to additional time spent on finishing task.

Teamwork and Interpersonal Skills:

The theme of teamwork and interpersonal skills has emerged as a significant issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains five related categories including: communication in teamwork, active listening, team collaboration, managing conflicts, and using video conferencing, email, instant messaging, and other remote communication tools. The participants reported that they improved their teamwork and interpersonal skills during the WFH accounting internship. The participants mentioned specific projects where effective teamwork and communication helped them complete complex tasks on time and with high quality. They also discussed how building strong relationships with team members contributed to a positive and productive work environment. They also learned how to communicate effectively with their team members and collaborate on projects. However, the participants mentioned a project where a team member had a different problem-solving approach causing delays and frustration. Another project was hindered by a team member who did not complete their task on time, causing the team to scramble before the deadline. These instances affected the participant's satisfaction with the internship and motivation to collaborate in the future.

Time Management Skills:

The theme of time management skills has emerged as a significant issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains five related categories including: overcoming procrastination, improving focus, prioritizing tasks effectively, balancing work and personal life, optimizing schedule, and managing stress. The participants reported that they improved their time management skills during the WFH accounting internship. They learned how to prioritize tasks and manage their time effectively to meet deadlines. They also reported that they appreciated flexibility of the WFH accounting internship. They were able to balance their work and personal responsibilities more effectively. They also described how they used time management to better manage stress during a particularly busy week, which contributed to a more positive and successful internship experiences. On the other hand, the participants described an instance where poor time management led to missing a project deadline, resulting in a lower quality of work and disappointment. In another situation, the participants' poor time management caused errors and affected their confidence, prompting them to start using a planner to better manage their tasks and deadlines.

Accountability:

The theme of accountability has emerged as a significant issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains five related categories including: maintaining confidentiality, integrity, and objectivity in accounting, being punctuality and reliability, taking responsibility for assigned tasks, seeking help and support when needed, and seeking feedback and opportunities for growth and improvement. The participants reported that they learned how to keep information private, maintain honesty and fairness, and always showed up on time and made sure their work was done well. They also reported that they did the assigned work and asked for help when needed. They also listened to feedback and learned how to do assigned work better. On the other hand, the participants reported that some team members lacked accountability during the internship, causing delays and affecting the team's performance negatively, leading to stress and frustration and impacting their satisfaction with the internship.

Resourceful Skill:

The theme of resourceful skills has emerged as a critical issue in the context of WFH accounting internships. This theme contains five related categories including: identifying and analyzing problems in accounting, generating and evaluating potential solutions to accounting problems, adapting problem solving approaches to different situations, taking initiative and seeking opportunities to contribute to accounting, and being proactivity and self-motivation. The participants reported that they developed resourceful skills during the WFH accounting internship. The participants shared two examples, one where they struggled to understand new software and used online resources and network contacts to learn it quickly, improving their accuracy and speed. Another instance involved a tight deadline for a financial report with missing data, but the participant's resourcefulness helped them find a data analysis tool and collect the necessary information, meeting the deadline and completing the report on time. They also reported that they were highly engaged in their work and enjoyed the challenges and opportunities to learn new skills. However, the participants also shared an example of how their lack of resourceful skills negatively impacted their performance when they couldn't complete a task requiring a certain software and didn't know who to ask for help, leading to discouragement and lack of motivation.

Discussion

This study aims to discover the factors that influence the experiences of WFH accounting interns and how these factors affect their learning outcomes and satisfaction with the internship. The following is the discussion on the application of learning outcome theory and satisfaction theory, and the importance of each theme and its impact on student outcomes and satisfaction during their WFH accounting internships.

The Application of Learning Outcome Theory

Drawing from qualitative research, the learning outcome theory presents a structured framework to foster and assess critical skills such as IT and computing, accounting knowledge, teamwork, time management, accountability, and resourcefulness. This theory's emphasis on aligning learning objectives, instructional strategies, and assessments is especially relevant for skill enhancement. For instance, it supports the acquisition of IT and computing skills by setting precise goals and employing diverse assessments. Similarly, the theory's mastery concept aligns well with gradually developing accounting knowledge, and its student-centered approach resonates with teamwork and interpersonal skills. The inherent progression suits time management skills, while accountability is nurtured through measurable outcomes. Furthermore, the integration of diverse assessments enhances resourceful skills. In conclusion, the learning outcome theory offers a robust framework to nurture and evaluate essential skills uncovered through qualitative research, enriching students' education and preparing them for future success.

The Application of Satisfaction Theory

In the context of WFH accounting internships, satisfaction theory emphasizes that specific attributes can significantly impact intern satisfaction. Strong IT and computing skills enable interns to efficiently use technology for tasks and data analysis, enhancing satisfaction. Proficiency in accounting knowledge is crucial for understanding and managing financial aspects of their work, leading to increased confidence and satisfaction. Additionally, effective teamwork and interpersonal skills foster a supportive virtual work environment, contributing to overall satisfaction. Effective time management skills also help interns meet deadlines and reduce stress, enhancing satisfaction by providing a sense of control over workload. Moreover, accountability and resourcefulness further elevate satisfaction, as they lead to a sense of ownership and achievement in the role. Overall, applying these skills in their work equips interns with the tools for higher levels of satisfaction, enhancing their sense of accomplishment and contentment.

IT and Computing Skills:

IT and computing skills refer to the ability to use software and technology to manage accounting data, perform analyses, and communicate results (Umar, 2021). In WFH accounting internships, interns have had to rely heavily on technology and software tools to complete their tasks and communicate with their colleagues (Ahmad, 2020). Research by Hora et al. (2021) and Hruska (2022) showed that interns who are proficient in IT and computing skills are better equipped to handle the challenges of remote work.

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to enhance their IT and computing skills during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. This is consistent with previous research, such as that by Shao et al. (2021) which found that interns who received IT training reported higher satisfaction and self-efficacy. Additionally, Mediawati et al. (2020) found that students with strong computing skills completed tasks more accurately and efficiently, while Dent and White (2020) found that accounting software usage improved problem-solving skills and understanding of accounting concepts. However, our study also reveals negative impacts on student learning outcomes and satisfaction due to a lack of IT and computing skills.

Participants who lacked these skills in WFH accounting internships reported decreased efficiency, productivity, and satisfaction (Drilling, 2021), which led to decreased motivation and engagement with work, negatively impacting learning outcomes (Covaleski et al., 2021).

Accounting Knowledge

Accounting knowledge and skills refers to knowledge and skills that accounting interns have acquired or improved through their WFH internship experiences (Majid, 2021). Several studies have examined accounting knowledge in the context of WFH internships. For example, Troshani (2021) found that accounting students were concerned about their ability to develop and apply their accounting knowledge in a remote work setting, while Widaningsih et al. (2022) found that a strong foundation in accounting knowledge was important for success in a remote work environment, but on-the-job training and guidance were also necessary.

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to enhance their accounting knowledge during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. Bayerlein and Timpson (2017) found a positive association between accounting knowledge and job performance and satisfaction among accounting graduates, while Cheong et al. (2014) found that accounting knowledge helps students understand organizational accounting processes and identify areas for improvement, leading to greater learning outcomes and satisfaction. However, our study also reveals negative impacts of a lack of accounting knowledge on student learning outcomes and satisfaction. Phillips (2016) found that students with limited accounting knowledge had decreased performance and satisfaction and missed opportunities to develop skills and knowledge in accounting practices, which can negatively impact their career prospects.

Teamwork and Interpersonal Skills

Teamwork and interpersonal skills are crucial for WFH accounting interns as they need to work collaboratively with colleagues and supervisors, communicate effectively, and build strong relationships (Healy et al., 2018). Effective teamwork and interpersonal skills help students work in teams, communicate with stakeholders, and develop healthy relationships with colleagues and supervisors, while poor communication can lead to reduced productivity (Ahmad, 2020). In a WFH accounting internship, interns must communicate effectively through various channels such as email, video conferencing, and instant messaging, listen actively, and provide feedback constructively.

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to enhance their teamwork and interpersonal skills during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. Several studies have also shown that teamwork and interpersonal skills are positively associated with job performance and job satisfaction (Teng et al., 2022; Ahmad, 2021). For example, Teng et al. (2022) found that interns with strong teamwork and interpersonal skills were more likely to complete tasks on time and with fewer errors, resulting in higher satisfaction. However, our analysis also reveals the negative impact of a lack of these skills on student learning outcomes and satisfaction. Poor communication negatively impacted student learning outcomes and satisfaction, according to Nguyen et al. (2021), and accounting students felt disconnected and isolated, leading to decreased motivation and engagement (Sangster et al., 2020).

Time Management Skills

Effective time management is a critical skill for WFH accounting interns, and it can significantly affect their success in meeting internship demands. Poor time management can lead to reduced productivity, missed deadlines, and increased stress levels, while good time management skills can increase productivity, task completion rates, and job satisfaction (Pretti et al., 2020; Smith et al., 2016).

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to enhance their time management skills during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. In the context of WFH accounting internships, time management skills are essential for completing tasks efficiently and effectively where digital distractions and competing priorities are prevalent (Grabinski et al., 2020). Developing effective time management strategies can lead to academic and professional success, stress reduction, and student satisfaction (Park & Jones, 2021). However, our analysis also reveals the negative impact of poor time management on student learning outcomes and satisfaction. Students with poor time management skills may experience negative emotions, decreased job satisfaction, and lower job performance (Hora, et al., 2021), and may miss deadlines or leave tasks incomplete, damaging their relationships with team members and supervisors (Black & Bachman, 2007).

Accountability

Accountability refers to the obligation of an individual or organization to account for its activities, accept responsibility for them, and disclose the results in a transparent manner (Yanto et al., 2017). The concept of accountability has become a major concern for companies and interns in the context of WFH internships (Ahmad, 2020). Employers face difficulties in monitoring intern performance remotely, while interns struggle to maintain productivity without direct supervision (Jackson & Meek, 2021).

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to develop their accountability during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. Studies have shown that accountability is an important factor for interns in a WFH accounting internship. For example, McHugh (2017) found that interns who received clear expectations and feedback from their supervisors were more likely to feel supported and motivated, leading to improved performance and satisfaction. Similarly, Maietta and Gardner (2022) highlighted the importance of frequent check-ins and feedback from supervisors to ensure interns remain on track and receive support when needed. Moreover, Rohm et al. (2021) found that technology tools such as project management software can enhance accountability and communication in a WFH environment.

However, our analysis also reveals the negative impact of a lack of accountability on student learning outcomes and satisfaction. Persellin et al. (2019) found that participants who lacked accountability experienced reduced productivity and satisfaction. Ahmad (2020) found that accountability was a significant predictor of intern performance and satisfaction in WFH accounting internships. Similarly, Wong et al. (2021) found that a lack of accountability in remote work settings could lead to decreased motivation and performance, ultimately affecting job satisfaction.

Resourceful Skills

Resourceful skill refers to the ability to find creative and effective solutions to problems and to effectively utilize available resources. In WFH accounting internships, resourceful skills are particularly important due to the challenges of working remotely, including access to information, communication with colleagues and supervisors, and time management. Study by Kang and Girouard (2022) found that resourceful skills, including adapting to new technologies and seeking out support, are crucial for interns to succeed and develop their professional skills in a WFH accounting internship.

Our analysis of the qualitative data reveals that students who were able to develop their resourceful skills during their WFH accounting internships reported a higher level of satisfaction and demonstrated improved learning outcomes. Wilson (2021) found that adaptability and problem-solving skills were positively related to achieving learning objectives in WFH accounting internships, while Heang et al. (2019) discovered that interns with resourceful skills were better able to manage their workload and complete tasks on time, resulting in higher satisfaction. Additionally, Tracy and Lakeland (2019) found that problem-solving and critical thinking skills were positively associated with intern satisfaction and learning outcomes. Baird and Parayitam (2019) also emphasized the importance of resourceful skills in intern performance and stressed the need for training and support in developing these skills. However, our result also reveals the negative impact of this theme on student learning outcomes and satisfaction. Covaleski et al. (2021) found that a lack of access to technology and online resources was a significant barrier for accounting interns working remotely, thus, participants who did not have the necessary resources and skills to adapt to the remote work environment reported lower levels of satisfaction and learning outcomes.

Limitation and Future Research

There are several limitations that should be considered when interpreting the findings. Firstly, the sample size was small, consisting of only 17 accounting students at a private university, and focusing only on accounting interns which may limit the generalizability of the results. Secondly, the study utilized qualitative content analysis, which may not have allowed for a comprehensive analysis of the data collected. Thirdly, the study did not consider the perspectives of internship supervisors or employers, which could provide valuable insights into the effectiveness of WFH internships. Finally, the study did not compare the effectiveness of WFH internships with traditional in-person internships, which may have provided valuable insights into the relative merits of these two types of internships.

To address the aforementioned limitations, future research could explore various aspects of WFH internships. For example, larger sample sizes could be employed to enhance the generalizability of findings. To strengthen the methodological approach, a mixed-methods approach could be considered to gather and analyze both qualitative and quantitative data. Moreover, to determine the relative benefits of WFH internships compared to in-person internships, future studies could conduct comparative analyses. Further research could also investigate the impact of WFH internships on student learning outcomes and satisfaction in other academic fields. It is noteworthy that this study was conducted at a single institution, hence future studies could investigate the experiences of accounting students in WFH internships at other universities or in different countries. Additionally, it would be pertinent for future studies to examine the impact of WFH internships on other stakeholders such as employers and internship coordinators, to establish best practices for designing and implementing effective remote internships.

References:

- Abdullah, S., Ali, N. A. M., Ab Majid, R., Mediawati, E., & Widaningsih, M. (2021). A Comparative Study on Accountancy Practical Students During Covid-19 Pandemic: Malaysia and Indonesia Experience. *Review of International Geographical Education Online (RIGEO)*, 11(7), 396-405.
- Ahmad, N. N. (2020). Accounting Students' Internship Satisfaction on the Work from Home (WFH) Experience during Internship. *Global Business & Management Research*, 12(4), 12-23.
- Ahmad, N. N. (2021). The Internship Performance of Accounting Students: An Insight from Work from Home (WFH) Arrangements. *Global Business & Management Research*, 13(4), 233-243.
- Baker, I., & Fitzpatrick, D. (2022). Student Experiences in Pre-COVID Virtual Internships: Integration, Barriers, Motivation Challenges, Supportive Supervisors, and Intern Growth. *American Journal of Distance Education*, 36(2), 90-102.
- Baird, A. M., & Parayitam, S. (2019). Employers' ratings of importance of skills and competencies college graduates need to get hired: Evidence from the New England region of USA. *Education+ Training*, 61(5), 622-634.
- Bayerlein, L., & Timpson, M. (2017). Do accredited undergraduate accounting programs in Australia meet the needs and expectations of the accounting profession?. *Education+ Training*, 59(3), 305-322.
- Bayerlein, L., & Jeske, D. (2018). Student learning opportunities in traditional and computer-mediated internships. *Education+ Training*, 60(1), 27-38.
- Birt, L., Scott, S., Cavers, D., Campbell, C., & Walter, F. (2016). Member checking: A tool to enhance trustworthiness or merely a nod to validation? *Qualitative Health Research*, 26(13), 1802-1811.
- Black, G., & Bachman, V. (2007). Virtual internships in the business accounting curriculum: A feasibility study. *Journal of Business Administration Online*, 6(2), 1-15.
- Bowen, T. (2020). Work-Integrated Learning Placements and Remote Working: Experiential Learning Online. *International Journal of Work-Integrated Learning*, 21(4), 377-386.
- Cheong, A. L. H., binti Yahya, N., Shen, Q. L., & Yen, A. Y. (2014). Internship experience: An in-depth interview among interns at a business school of a Malaysian private higher learning institution. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 123, 333-343.
- Covaleski, M. A., Earley, C. E., & Zehms, K. M. (2021). The lived reality of public accounting interns. *Journal of Accounting Education*, 56, 100743.
- Dent, H., & White, B. J. (2020). Virtual internships: interdisciplinary remote work for undergraduates during a pandemic. *Issues in Information Systems*, 21(3), 11-19.
- Drilling, J. (2021). How COVID-19 Affected the Academic Internship Experience. *Honors Capstones*, 618, 1-28.
- Feldman, E. (2021). Virtual internships during the COVID-19 pandemic and beyond. *New Horizons in Adult Education and Human Resource Development*, 33(2), 46-51.
- Finlay, L. (2002). Negotiating the swamp: The opportunity and challenge of reflexivity in research practice. *Qualitative Research*, 2(2), 209-230.
- Gaur, A., & Kumar, M. (2018). A systematic approach to conducting review studies: An assessment of content analysis in 25 years of IB research. *Journal of World Business*, 53(2), 280-289.
- Giese, J. L., & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*, 1(1), 1-22.

- Gill, R. J. (2020). Graduate employability skills through online internships and projects during the COVID-19 Pandemic: An Australian example. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 11(1), 146-158.
- Grabinski, K., Kedzior, M., Krasodomska, J., & Herdan, A. (2020). Embedding E-learning in accounting modules: the educators' perspective. *Education Sciences*, 10(4), 1-19.
- Griffin, M., & Coelho, P. (2018). Business students' perspectives on employability skills post internship experience: lessons from the UAE. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 9(1), 60-75.
- Hardie, G., Almeida, S., & Ross, P. J. (2018). Value of Industry Mentoring and Resource Commitment to the Success of an Undergraduate Internship Program: A Case Study from an Australian University. *International Journal of Work-Integrated Learning*, 19(2), 155-168.
- Heang, L. T., Ching, L. C., Mee, L. Y., & Huei, C. T. (2019). University education and employment challenges: An evaluation of fresh accounting graduates in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(9), 1061-1076.
- Healy, M., Doran, J., & McCutcheon, M. (2018). Cooperative learning outcomes from cumulative experiences of group work: differences in student perceptions. *Accounting Education*, 27(3), 286-308.
- Hora, M. T., Lee, C., Chen, Z., & Hernandez, A. (2021). Exploring Online Internships amidst the COVID-19 Pandemic in 2020-2021: Results from a Multi-Site Case Study. *WCER Working Paper No. 2021-5*. Wisconsin Center for Education Research.
- Hruska, A. M., Cawood, A., Pagenkopp Lohan, K. M., Ogburn, M. B., & Komatsu, K. J. (2022). Going remote: Recommendations for normalizing virtual internships. *Ecosphere*, 13(3), e3961.
- Jackson, D., & Meek, S. (2021). Embedding work-integrated learning into accounting education: The state of play and pathways to future implementation. *Accounting Education*, 30(1), 63-85.
- Januszewski, A., & Grzeszczak, M. (2021). Internship of accounting students in the form of e-learning: Insights from Poland. *Education Sciences*, 11(8), 447, 1-18.
- Jeske, D., & Axtell, C. M. (2019). Virtuality in e-internships: A descriptive account. In *Organizing for Digital Innovation: At the Interface Between Social Media, Human Behavior and Inclusion* (pp. 219-233). Springer International Publishing.
- Jeske, D., & Linehan, C. (2020). Mentoring and skill development in e-internships. *Journal of Work-Applied Management*, 12(2), 245-258.
- Kang, J., & Girouard, A. (2022). Impact of UX Internships on Human-computer Interaction Graduate Students: A Qualitative Analysis of Internship Reports. *ACM Transactions on Computing Education (TOCE)*, 22(4), 1-25.
- Kaushik, M., & Guleria, N. (2020). The impact of pandemic COVID-19 in workplace. *European Journal of Business and Management*, 12(15), 1-10.
- Kolb, S. M. (2012). Grounded theory and the constant comparative method: Valid research strategies for educators. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Studies*, 3(1), 83-86.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1986). But is it rigorous? Trustworthiness and authenticity in naturalistic evaluation. *New directions for program evaluation*, 1986(30), 73-84.
- Liu, A. A. (2021). Job Design and Job Satisfaction in Work Placement: Evidence From the On-the-Job Training at Audit Firms. *Innovative Teaching and Learning*, 3(2), 58-76.

- Maietta, H., & Gardner, P. (2022). US employer response to COVID-19: Actions taken and future expectations of virtual work-integrated learning. *International Journal of Work-Integrated Learning*, 23(3), 427-444.
- Maini, R., Sachdeva, S., & Mann, G. K. (2021). Unveiling business school interns' satisfaction toward online summer internship program amid COVID-19. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1210-1223.
- Majid, R. A. (2021). Internship During Covid-19 Pandemic: Accounting Undergraduates Experience. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 12(3), 5635-5649.
- McHugh, P. P. (2017). The impact of compensation, supervision and work design on internship efficacy: implications for educators, employers and prospective interns. *Journal of Education and Work*, 30(4), 367-382.
- McKibben, W. B., Cade, R., Purgason, L. L., & Wahesh, E. (2020). How to conduct a deductive content analysis in counseling research. *Counseling Outcome Research and Evaluation*, 13(2), 156-168.
- Mediawati, E., Widaningsih, M., & Abdullah, S. (2020). Internship during the covid 19 pandemic: students and supervisors' perspective. *Psychology and Education*, 57(8), 1036-1038.
- Mensah, C., Appietu, M. E., & Asimah, V. K. (2020). Work-based social support and hospitality internship satisfaction. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 27, 100242.
- Nguyen, I., Goh, E., & Murillo, D. (2021). Living through the lives of hospitality students during work-integrated learning (WIL) internships: An application of the critical incident technique to explore factors affecting students' WIL experience. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 35(3), 225-236.
- Osborne, N., & Grant-Smith, D. (2021). *In-depth interviewing*. In *Methods in Urban Analysis* (pp. 105-125). Springer Singapore.
- Park, M., & Jones, T. (2021). Going virtual: The impact of COVID-19 on internships in tourism, events, and hospitality education. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 33(3), 176-193.
- Persellin, J. S., Schmidt, J. J., Vandervelde, S. D., & Wilkins, M. S. (2019). Auditor perceptions of audit workloads, audit quality, and job satisfaction. *Accounting Horizons*, 33(4), 95-117.
- Phillips, F. (2016). The power of giving feedback: Outcomes from implementing an online peer assessment system. *Issues in Accounting Education*, 31(1), 1-15.
- Pretti, T. J., Etmanski, B., & Durston, A. (2020). Remote Work-Integrated Learning Experiences: Student Perceptions. *International Journal of Work-Integrated Learning*, 21(4), 401-414.
- Rohm, A. J., Stefl, M., & Ward, N. (2021). Future proof and real-world ready: the role of live project-based learning in students' skill development. *Journal of Marketing Education*, 43(2), 204-215.
- Rose, P. (2020). Work-Integrated Learning in Context: A South Korean Perspective. *International Journal of Work-Integrated Learning*, 21(2), 131-143.
- Rose, J., & Johnson, C. W. (2020). Contextualizing reliability and validity in qualitative research: Toward more rigorous and trustworthy qualitative social science in leisure research. *Journal of leisure research*, 51(4), 432-451.
- Sangster, A., Stoner, G., & Flood, B. (2020). Insights into accounting education in a COVID-19 world. *Accounting Education*, 29(5), 431-562.
- Shao, Y., Fang, Y., Wang, M., Chang, C. H. D., & Wang, L. (2021). Making daily decisions to work from home or to work in the office: The impacts of daily work-and COVID-related stressors on next-day work location. *Journal of Applied Psychology*, 106(6), 825-838.

- Shin, M., & Hickey, K. (2021). Needs a little TLC: Examining college students' emergency remote teaching and learning experiences during COVID-19. *Journal of Further and Higher Education*, 45(7), 973-986.
- Smith, K. T., Smith, L. M., & Brower, T. R. (2016). How work-life balance, job performance, and ethics connect: Perspectives of current and future accountants. In *Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting* (Vol. 20, pp. 219-238). Emerald Group Publishing Limited.
- Teng, C. W. C., Lim, R. B. T., Chow, D. W. S., Narayanasamy, S., Liow, C. H., & Lee, J. J. M. (2022). Internships before and during COVID-19: experiences and perceptions of undergraduate interns and supervisors. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 12(3), 459-474.
- Tracy, J. M., & Lakeland, F. L. (2019). Structured Internships: Bridging the Education to Business Gap. *Business Education Innovation Journal*, 11(2), 160-166.
- Troshani, I. (2021). Research environment and organizational learning mechanisms in the age of pandemics: the case of accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 34(2), 281-306.
- Umar, I. (2021). Professional and technological skills requirements of accounting graduates in Nigeria. *International Journal of Intellectual Discourse*, 4(2), 486-498.
- Widaningsih, M., Mediawati, E., Ali, N. A. M., Majid, R. A., & Abdullah, S. (2022). Problems and Challenges of the Internship Program during the pandemic Covid-19: The perspective of Accounting Student in Indonesia. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 14(1), 121-129.
- Wilson, B. (2021). What Students and Recruiters Report Regarding Public Accounting Internships. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 21(2), 25-31.
- Wong, M. M. L., Lau, K. H., & Chan, C. W. F. (2021). The impacts and success factors of a work-from-home service-learning internship during COVID-19. *Journal of Work-Applied Management*, 13(2), 284-301.
- Yanto, H., Yulianto, A., Sebayang, L. K. B., & Mulyaga, F. (2017). Improving the compliance with accounting standards without public accountability by developing organizational culture: A case of Indonesian SMEs. *Journal of Applied Business Research*, 33(5), 929-940.

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ : การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในประเทศไทย

Causal Factors of Intention to use e-payment: An Empirical Investigation in Thailand

อารีรัตน์ ปานศุภวัชร

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Areerat Pansuppawatt

Full time Lecturer, Marketing Department

Maharakham Business School, Maharakham University

E-mail: areerat.s@acc.msu.ac.th; Ph: 094-541-7993

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 4 พฤศจิกายน 2565

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ

ครั้งที่ 1 : 18 กุมภาพันธ์ 2566

ครั้งที่ 2 : 18 พฤศจิกายน 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 27 พฤศจิกายน 2566

ญาดา สามารถ

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Yada Samart

Full time Lecturer, Marketing Department

Maharakham Business School, Maharakham University

E-mail: yada.s@acc.msu.ac.th; Ph : 095-653-2224

พิมพ์นิภา ท้วมรุ่งโรจน์

อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Pimnipa Thoumrungroje

Full time Lecturer, Marketing Department

Maharakham Business School, Maharakham University

E-mail: pimnipa.t@mbs.msu.ac.th

ประวีณ ปานศุภวัชร

อาจารย์ประจำ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ศูนย์การศึกษาบึงกาฬ

Praween Pansuppawatt

Full time Lecturer, UdonThani Rajabhat University Bueng Kan Education Center

E-mail: praween666@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานอี-เพย์เมนต์ในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนไทยที่บรรลุนิติภาวะ และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ จำนวน 400 ชุด ผลการศึกษาพบว่า 1) โมเดลความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และ 2) การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี และความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการทำธุรกรรมผ่าน อี-เพย์เมนต์ ในด้านการรับรู้ความปลอดภัย ความไว้วางใจ และด้านการยอมรับเทคโนโลยีของอี-เพย์เมนต์ และผลการวิจัยยังสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรธุรกิจ เพื่อส่งเสริมโอกาสในการจำหน่ายสินค้า และบริการ ผ่านการใช้งาน อี-เพย์เมนต์ที่มีความสะดวกและรวดเร็ว และก่อให้เกิดประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางธุรกิจด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: การรับรู้ความปลอดภัย ความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์

Abstract

The main objectives of this research were to: 1) examine the goodness-of-fit of structural equation modeling developed by the empirical data, and 2) study the causal factors influencing intention to use E-payment in Thailand. The questionnaire was used to collect data from 400 Thai people, who reach the legal age as well as can conduct financial transactions. The results found that (1) the model of intention to use E-payment fitted well with empirical data. 2) Perceived E-payment security had a positive influence on trust, technology acceptance, and intention to use E-payment. The result of the study can be provided as the guideline for transactions via E-payment system in terms of perceived e-payment security, trust, and technology acceptance. In addition, the result of this study can be the beneficial for businesses and organizations, where seek opportunities to sell products and services through E-payment system to achieve the organization's goal in terms of convenient, fast, and efficient service comparing to the major business competitors as well.

Keywords: Perceived E-payment Security, Trust, Technology Acceptance, Intention to use E-payment

บทนำ

จากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบัน ทำให้มีเทคโนโลยีที่ช่วยให้การจับจ่ายใช้สอยมีความสะดวกและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยที่ได้รับอิทธิพลจากกระแสการจับจ่ายใช้สอยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยรัฐบาลของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์แห่งชาติที่กำหนดให้นำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินงานของภาครัฐ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชน การดำเนินงานดังกล่าวเป็นแนวทางที่รับมาจากเทคโนโลยีที่ใช้แพร่หลายทั่วโลก โดยมีรูปแบบเป็น อี-เพย์เมนต์

ในปัจจุบันอี-เพย์เมนต์ (Electronic Payment System : E-payment) เป็นระบบธุรกรรมทางการเงินได้รับความนิยม โดยมีลักษณะเป็นกระบวนการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน และ แท็บเล็ต เป็นต้น ที่มีช่องทางการติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้สามารถทำการชำระค่าบริการ หรือทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ผ่านบัญชีที่มีอยู่ได้ โดยทั้งหมดนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เพื่อลดงบประมาณในการผลิตธนบัตร ป้องกันปัญหาด้านอาชญากรรมทางการเงิน และทำให้การจัดเก็บรายได้ของรัฐบาลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (The Revenue Department, 2016) นอกจากนี้แล้วยังเป็นการอำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถใช้งานได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยที่ธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้อนุญาต กำกับดูแลระบบการจ่ายเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ในลักษณะต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย การเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) บริการเครือข่ายของบัตรเครดิต บริการเครือข่าย (Electronic Data Capture Network: EDC Network) รายการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ระหว่างผู้ใช้บริการของระบบ (Transaction Switching) บริการหักบัญชี (Clearing) บริการชำระดุล (Settlement) บริการรับชำระเงินแทน และบริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ หรือผ่านทางเครือข่าย

จากความสามารถที่หลากหลายของอี-เพย์เมนต์ ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ประกอบกับการส่งเสริมการใช้งานอี-เพย์เมนต์ที่ชัดเจนจากรัฐบาลไทย จึงเป็นโอกาสให้สถาบันการเงินต่าง ๆ นำเอาระบบอี-เพย์เมนต์ มาให้บริการลูกค้ามากยิ่งขึ้น เนื่องจากมีข้อได้เปรียบมากกว่าการทำธุรกรรมแบบเดิม ในด้านความเร็ว ความสะดวกสบาย สามารถใช้งานได้ตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ตอบสนองการตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากอี-เพย์เมนต์ ส่วนใหญ่ไม่มีค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่าง ๆ จากที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าอี-เพย์เมนต์มีส่วนช่วยให้การทำธุรกรรมทางการเงินเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และดำเนินการได้ง่ายยิ่งขึ้น หากแต่ยังมีคนอีกจำนวนมากที่ยังมีความกังวลกับการใช้งานอี-เพย์เมนต์ โดยงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้งานอี-เพย์เมนต์ในประเทศไทยยังมีจำนวนจำกัด เช่น การศึกษาของ Boonsiritomachai and Sud-on (2022) ที่เสนอพฤติกรรมของผู้ใช้งานธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Banking) ผ่านโครงการคนละครึ่งของรัฐบาล หรือการศึกษาของ Kim et al. (2010) ได้ศึกษาอี-เพย์เมนต์ พบว่า การรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security) และการรับรู้ถึงความไว้วางใจ (Perceived Trust) เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้งานอี-เพย์เมนต์ นอกจากนั้นแล้ว Ming-Yen Teoh et al. (2013) ได้ศึกษาการใช้งานอี-เพย์เมนต์ พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) และการรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออี-เพย์เมนต์ ในขณะที่ความไว้วางใจ (Trust) และการรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Perceived E-payment Security) Zhang et al. (2019) ที่ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงการจ่ายเงินจากรูปแบบเดิมไปเป็นการจ่ายเงินผ่านระบบดิจิทัล พบว่า การรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าใช้งานอี-เพย์เมนต์ ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงสนใจศึกษาการรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Perceived E-payment Security) ความไว้วางใจ (Trust) และการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) ในประเด็นที่แตกต่างออกไปเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในประเทศไทย เพื่อให้องค์กรธุรกิจตระหนักถึงปัจจัยที่จะส่งเสริมโอกาสในการจำหน่ายสินค้าและบริการ ผ่านการใช้งานอี-เพย์เมนต์ที่มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งานอี-เพย์เมนต์ในประเทศไทย
- 2) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งานอี-เพย์เมนต์: การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในประเทศไทย มีกรอบแนวคิดการวิจัยที่อธิบายด้วย 3 ทฤษฎี ได้แก่

1) ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action) เป็นทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมที่จะทำให้เกิดการกระทำของมนุษย์ในระดับบุคคลที่เกิดขึ้นโดยแรงจูงใจ และเป็นที่มาของการกระทำใด ๆ ของมนุษย์ (Doswell et al., 2011) คือ เจตนาแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) เป็นผลมาจากความเชื่อ ที่จะนำมาซึ่งผลลัพธ์ในรูปแบบของพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป โดยในการศึกษานี้ การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี ต่างก็เป็นปัจจัยด้านการรับรู้ ที่จะมีความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ซึ่งถือเป็นเจตนาแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention) อย่างหนึ่ง

2) ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายต้นทุนอันเนื่องมาจากการทำธุรกรรม (Transaction) ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นในกระบวนการผลิตสินค้า และบริการโดยตรง (West, 2014) เช่น การค้นหาข้อมูล ลูกค้า ผู้จัดส่งวัตถุดิบ หรือผลิตภัณฑ์ (Customers, Suppliers or Products) การติดต่อสื่อสาร หรือการนำข้อมูลมาเปรียบเทียบเพื่อตัดสินใจ เพื่อป้องกันความผิดพลาด และการถูกเอารัดเอาเปรียบ ทั้งนี้ในปัจจุบันเทคโนโลยีอี-เพย์เมนต์ ทำให้การทำธุรกรรมมีความถูกต้อง แม่นยำ และยังมีการตรวจสอบความถูกต้องอยู่ตลอดเวลา ซึ่งให้ถึงความปลอดภัยในการใช้งาน โดยในการศึกษานี้ การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ และความไว้วางใจ ต่างก็เป็นปัจจัยด้านการรับรู้ที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ในแง่ของการทำธุรกรรมทางการเงิน

3) ทฤษฎีการประเมินทางการรับรู้ (Cognitive Evaluation Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายแรงจูงใจภายใน ที่มีพื้นฐานมาจากความพึงพอใจที่เกิดจากพฤติกรรมของตนเอง เป็นการกระทำหรือตอบสนองความรู้สึกเพื่อตนเอง ได้แก่ ความสนุกสนาน ความพึงพอใจ ความสนใจ และความปลอดภัย นอกจากนี้ยังอธิบายถึงลักษณะเฉพาะจากการประเมินปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีต่อการพัฒนาแรงจูงใจภายใน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการรับรู้จากภายในตัวเอง เช่น การที่ได้ใช้งาน อี-เพย์เมนต์แล้วทำให้สามารถ ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายได้ จะเป็นการพัฒนาแรงจูงใจให้บุคคลนั้นกลับไปใช้อี-เพย์เมนต์ซ้ำอีก เป็นต้น โดยในการศึกษานี้ การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี ต่างเป็นปัจจัยด้านการรับรู้ที่จะมีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ซึ่งถือเป็นการประเมินการรับรู้อย่างหนึ่ง

ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ใช้การบูรณาการจากทฤษฎี 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action :TRA) ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost Theory: TCE) และ ทฤษฎีการประเมินทางการรับรู้ (Cognitive Evaluation Theory: CET) ซึ่งอธิบายความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ผ่านการรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ ความไว้วางใจ และการยอมรับเทคโนโลยี โดยสามารถกำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ศึกษา ได้แก่ การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Ming-Yen Teoh et al., (2013) การยอมรับเทคโนโลยี (Rauniar et al., 2014) ความไว้วางใจ (Wu et al., 2011) และความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (Kang, 2014)

ข้อมูลทั่วไปของอี-เพย์เมนต์

อี-เพย์เมนต์ หรือ ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นรูปแบบการทำธุรกรรมการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยไม่จำเป็นต้องทำธุรกรรมที่ธนาคารหรือตามเคาน์เตอร์บริการ แต่จะทำธุรกรรมผ่านคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลาง ซึ่งสามารถรับและจ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์ได้ทุกที่ทุกเวลา มีความสะดวก และปลอดภัย (Buncha & Pornpun, 2019) เช่น การเติมเงินโทรศัพท์มือถือ จ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ จองตั๋วหนัง ซื้อบัตรเติมเงินเกมส์ และช้อปปิ้งออนไลน์ เป็นต้น (Krungthai Wealth Care, 2018) โดย Tonghui et al. (2020) พบว่า คนไทยมีพฤติกรรมการชำระเงินผ่านอี-เพย์เมนต์เพิ่มมากขึ้น และมีแนวโน้มเติบโตอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2559-2563 ซึ่งมีปริมาณการใช้งานเพิ่มขึ้นกว่า 3 เท่า จาก 49 ครั้งต่อคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2559 คิดเป็น 151 ครั้งต่อคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2563 สะท้อนให้เห็นว่าระบบอี-เพย์เมนต์มีบทบาททำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคม และเศรษฐกิจไร้เงินสด

การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Perceived E-payment Security)

การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Perceived E-payment Security) หมายถึง ระดับความรู้เกี่ยวกับกลไก และกระบวนการในการป้องกันข้อมูลของผู้ใช้งาน เพื่อรักษาความเป็นส่วนตัว และสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลผ่านระบบ โดยการศึกษา Alrawad et al. (2023) ได้ศึกษาถึงการรับรู้ความเสี่ยงของผู้ใช้งานเกี่ยวกับการชำระเงินทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Payment) ยังมีความสำคัญมากเท่านั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องลงทุนทางด้านความปลอดภัยของการใช้งานอี-เพย์เมนต์มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความไว้วางใจและการยอมรับการใช้บริการอี-เพย์เมนต์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษา Ming-Yen Teoh et al. (2013) ได้ศึกษาการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ในประเทศมาเลเซีย พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับ (Benefits) ความง่ายในการใช้งาน (Ease of Use) และการรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-efficacy) เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออี-เพย์เมนต์ ในขณะที่ความไว้วางใจ (Trust) และการรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ (Perceived E-payment Security) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญไม่มากนัก แต่การศึกษาของ Hsiao et al. (2010) ยืนยันว่าความปลอดภัย และความน่าเชื่อถือ จากมุมมองของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการตั้งใจทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และการศึกษาล่าสุดของ Zhang et al. (2019) ที่ทำการศึกษาการเปลี่ยนแปลงการจ่ายเงินจากแบบเดิมไปเป็นการจ่ายเงินผ่านระบบดิจิทัล โดยใช้แบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) พบว่าการรับรู้ความปลอดภัย (Perceived Security) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าใช้งานอี-เพย์เมนต์ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว

จากที่กล่าวมา การรับรู้ถึงความปลอดภัย ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการใช้งานอี-เพย์เมนต์ เนื่องจากความปลอดภัย มีผลโดยตรงต่อความเสี่ยงและความเสียหายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังนั้น เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความปลอดภัย ก็จะทำให้เกิดความไว้วางใจในการใช้งาน อี-เพย์เมนต์ ซึ่งจะส่งผลถึงระดับของการยอมรับเทคโนโลยีในอีกทางหนึ่งด้วย และสามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H1: การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์มีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี

H2: การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ (Trust)

ความไว้วางใจ (Trust) หมายถึง ความเชื่อมั่นที่บุคคลมีต่อสิ่งใด ๆ รวมถึงบุคคลด้วยกัน กลุ่มบุคคล องค์กร และระบบ ว่ามีการกระทำ และการแสดงออกในทิศทางเหมาะสม เป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ จากการศึกษาในอดีต พบว่าความไว้วางใจ(Trust)มีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี(Technology Acceptance)(Wu et al., 2011)นอกจากนั้นแล้ว Thanabordeekij et al. (2020) ได้ศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ในประเทศเมียนมาร์ ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผ่านแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และความไว้วางใจ จากผู้ใช้บริการโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ผลการศึกษา พบว่า มิติด้านการรับรู้ว่าย่่ายต่อการใช้ มิติด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มิติด้านการเจตคติต่อการใช้ มิติด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการยอมรับโมบายแบงก์กิ้ง

จากที่กล่าวมา การที่ลูกค้ามีความไว้วางใจ (Trust) สูงขึ้นจะเป็นโอกาสให้ลูกค้าสามารถยอมรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นแล้วความไว้วางใจจะนำมาซึ่งการได้ลองใช้งานสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งรวมถึงความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (Intention to Use E-payment) อีกด้วย จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H3a: ความไว้วางใจมีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี

H3b: ความไว้วางใจมีผลกระทบทางบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์

การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance)

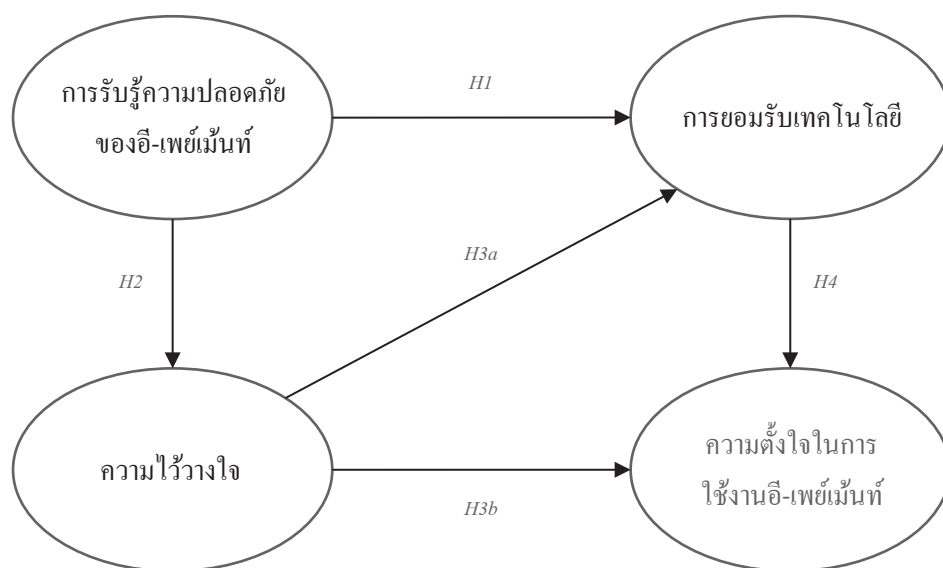
การยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance) เป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคล หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในด้านพฤติกรรม ทักษะคิด และการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Theory of Acceptance Model : TAM) (Davis, 1989) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขยายองค์ความรู้มาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action : TRA) โดยมุ่งเน้นที่การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการทำงาน บุคคลหนึ่ง จะมีการยอมรับเทคโนโลยีได้นั้น เกิดจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ และ 2) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Rauniar et al., 2014) สอดคล้องกับการศึกษาของ Limsarun (2018) พบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชัน ดังนั้นเมื่อบุคคลมีการรับรู้ประโยชน์ และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน จะสนับสนุนให้เกิดความตั้งใจใช้เทคโนโลยีนั้น ๆ ในอนาคต จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

H4: การยอมรับเทคโนโลยีมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์

ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (Intention to Use E-payment)

Denjareansopon (2017) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมความตั้งใจ หมายถึง ความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น เป็นตัวบ่งชี้ว่า บุคคลได้ทุ่มเทความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ยิ่งบุคคลมีความตั้งใจแน่วแน่และพยายามมากเพียงใด ความเป็นไปได้ที่บุคคลกระทำพฤติกรรมจะมีมากเท่านั้น นอกจากนี้การศึกษาในอดีตของ Kang (2014) พบว่าความตั้งใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม ดังนั้น ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ จึงหมายถึง ความประสงค์หรือความคาดหวังของบุคคลที่มีเป้าหมายจะใช้งาน อี-เพย์เมนต์ในอนาคต โดยอาจต้องคำนึงถึงปัจจัยความปลอดภัยในการใช้งาน ระดับความไว้วางใจ และระดับการยอมรับเทคโนโลยีประกอบการตัดสินใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองการงานวิจัยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีประชากร คือ ประชาชนชาวไทยที่บรรลุนิติภาวะ สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ในประเทศไทย ซึ่งไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (Sample) โดยใช้สูตรการคำนวณของ Daniel (1999) และกำหนดให้ z เท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 และสัดส่วนของประชากรที่จะทำการสุ่ม เท่ากับ 0.05 ได้เท่ากับ $384.16 \approx 385$ ตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อให้แบบสอบถามครบถ้วน สมบูรณ์จึงเก็บกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง สำหรับการคัดเลือกตัวอย่างวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีคำถามคัดกรองว่าผู้ตอบแบบสอบถามอายุเกิน 18 ปีบริบูรณ์ที่อาศัยในประเทศไทย และเคยใช้งานอี-เพย์เมนต์ มาก่อน โดย Hair et al. (2012) ได้เสนอว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ควรอยู่ระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกต จำนวน 15 ข้อ ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 ตัวอย่าง คิดเป็นจำนวน 26.67 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกต ดังนั้นจึงมีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะกรรมการบัญชีและการจัดการ และได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ด้วยกูเกิ้ลฟอร์ม (Google Form) โดยมี URL คือ <https://forms.gle/T3XwZZngFcZzeAD9A> ซึ่งแบบสอบถามออนไลน์มีข้อคำถาม 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรม ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ในประเทศไทย จำนวน 9 ข้อคำถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ ได้แก่ การรับรู้ความปลอดภัย ของอี-เพย์เมนต์ จำนวน 5 ข้อคำถาม ประยุกต์จากทฤษฎีของ Ming-Yen Teoh et al. (2013) การยอมรับเทคโนโลยี จำนวน 4 ข้อคำถาม ประยุกต์จากทฤษฎีของ Rauniar et al. (2014) ความไว้วางใจ จำนวน 3 ข้อคำถาม ประยุกต์จากทฤษฎี ของ Wu et al. (2011) และส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ จำนวน 3 ข้อคำถาม ประยุกต์ จากทฤษฎีความตั้งใจของ Kang (2014) มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าระดับ 1 ถึง 5 (Rating Scale) ดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูล ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ กลุ่มในเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีสมาชิกเกิน 1,000 คน และทวิตเตอร์ (Twitter) ที่ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็นเอ็กซ์ (X) และเว็บไซต์กระดานสนทนา เช่น Pantip เป็นต้น ตั้งแต่วันที่ 15 เมษายน ถึง 15 พฤษภาคม 2565 ทั้งนี้ เมื่อได้รับการตอบกลับแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงกรอบตัวอย่าง คือ ต้องเป็นประชาชนชาวไทยที่บรรลุนิติภาวะ และสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้เท่านั้น

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ($n = 30$) โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุดแรก โดยไม่นำไปรวมในการทดสอบสมมติฐานต่อไป เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง จากนั้นทำการทดสอบความตรง (Validity) ด้วยการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดย พบว่า ตัวแปรสังเกต มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มากกว่า 0.40 (Hair et al., 2010) แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือที่ใช้มีความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ถ้าพบว่า ตัวแปรแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามากกว่า 0.70 (Nunally & Bernstein, 1994) แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือที่ใช้มีความเชื่อมั่น ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกต	α	Mean	S.D.	Factors Loading
การรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์	0.745	4.48	0.52	
SAF1 การล็อกอินเข้าระบบทุกครั้งทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัยในการใช้งาน		4.45	0.65	0.566
SAF2 การต้องใส่รหัส (Pin) ทุกครั้งที่ทำธุรกรรมทางการเงินสามารถป้องกันความผิดพลาด และรักษาความปลอดภัยในการใช้งานได้เป็นอย่างดี		4.67	0.55	0.588
SAF3 การที่แอปพลิเคชันด้านการเงินมีการอัปเดตอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ สามารถทำให้ผู้ใช้เชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยได้มากขึ้น		4.34	0.65	0.663
SAF4 การโทรแจ้งเพื่อยืนยันยอดชำระเงินจาก สถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการในการชำระสินค้าและบริการที่มีราคาสูง เป็นสิ่งสะท้อนถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี		4.22	0.82	0.437
SAF5 การมี SMS และ อีเมล จากสถาบันการเงิน/ผู้ให้บริการเพื่อส่งหลักฐาน และข้อมูลชำระเงิน สามารถสนับสนุนความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม		4.53	0.66	0.706
การยอมรับเทคโนโลยี	0.800	4.69	0.41	
TAM1 คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวก และ รวดเร็ว		4.65	0.55	0.635
TAM2 แอปพลิเคชันการทำธุรกรรมทางการเงิน สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก และปลอดภัยกว่าในอดีต		4.61	0.57	0.736
TAM3 เทคโนโลยี การสื่อสาร และอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน มีประโยชน์ต่อการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบัน		4.74	0.50	0.721
TAM4 ท่านพบว่าการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งง่าย และสามารถเข้าใช้งานได้ทุกวัน		4.75	0.47	0.702
ความไว้วางใจ	0.837	4.64	0.48	
TRUST1 ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ด้วยอุปกรณ์ ส่วนตัว เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต) ได้ทุกที่ ทุกเวลา		4.71	0.51	0.827

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเชื่อมั่น และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (ต่อ)

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกต	α	Mean	S.D.	Factors Loading
TRUST2 ท่านสามารถทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ด้วยอุปกรณ์ส่วนตัว เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต) ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ		4.54	0.60	0.774
TRUST3 ท่านสามารถตรวจสอบผลลัพธ์ การทำธุรกรรมทางการเงิน (เช่น โอนเงินสำเร็จ) ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว		4.68	0.56	0.805
ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์	0.700	4.48	0.52	
INT1 ท่านมีแนวโน้มว่าจะทำธุรกรรมทางการเงิน ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ด้วยอุปกรณ์ส่วนตัว เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต) มากขึ้นในอนาคต		4.71	0.54	0.748
INT2 ท่านจะแนะนำให้คนที่ท่านรู้จักทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (ด้วยอุปกรณ์ส่วนตัว เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ต)		4.53	0.61	0.715
INT3 ท่านจะพิจารณาถึงความสามารถในด้านการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อต้องซื้อ คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือ แท็บเล็ตเครื่องต่อไปในอนาคต		4.45	0.68	0.560

หมายเหตุ: α หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา, Mean หมายถึง ค่าเฉลี่ย, S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์: การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ในประเทศไทย นำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

1) ข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์: ในประเทศไทย พบว่า ผู้ใช้งานอี-เพย์เมนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 54.49) รองลงมา คือ เพศหญิง (45.51) มีอายุอยู่ระหว่าง 22 - 25 ปี (ร้อยละ 30.50) รองลงมา คือ มากกว่า 37 ปี (ร้อยละ 18.50) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 64.25) รองลงมา คือ สมรส (ร้อยละ 35.00) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 61.75) รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 22.00) มีรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 22.25) รองลงมา คือ 15,001-25,000 บาท (ร้อยละ 16.25) อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ร้อยละ 36.00) รองลงมา คือ ภาคตะวันออก (ร้อยละ 18.75) มีอาชีพเป็นนักศึกษา (ร้อยละ 24.25) รองลงมา คือ พนักงานเอกชน (ร้อยละ 19.00) แต่ละเดือนท่านทำธุรกรรมทางการเงิน(ทุกอย่างที่จ่ายเป็นเงิน) ผ่านสมาร์ทโฟน มากกว่า 15 รายการ (ร้อยละ 49.75) รองลงมา คือ 6-10 รายการ (ร้อยละ 22.75) และแอปพลิเคชันที่ท่านนิยมใช้หรือคาดว่าจะได้ใช้มากที่สุด คือ โบบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) (ร้อยละ 59.50) รองลงมา คือ วอลเล็ท (Wallet) (ร้อยละ 31.25)

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์ การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ พบว่า ค่าความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรมีค่าตั้งแต่ 0.411-0.784 ซึ่งมากกว่า 0.300 แต่ไม่เกิน 0.800 แสดงว่าแต่ละตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Black, 2006) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตาราง 2 : การวิเคราะห์ สหสัมพันธ์แบบพหุคูณของตัวแปร

ตัวแปร	INT	SAF	TAM	TRUST
INT	1			
SAF	0.411*	1		
TAM	0.642*	0.466*	1	
TRUST	0.701*	0.476*	0.784*	1

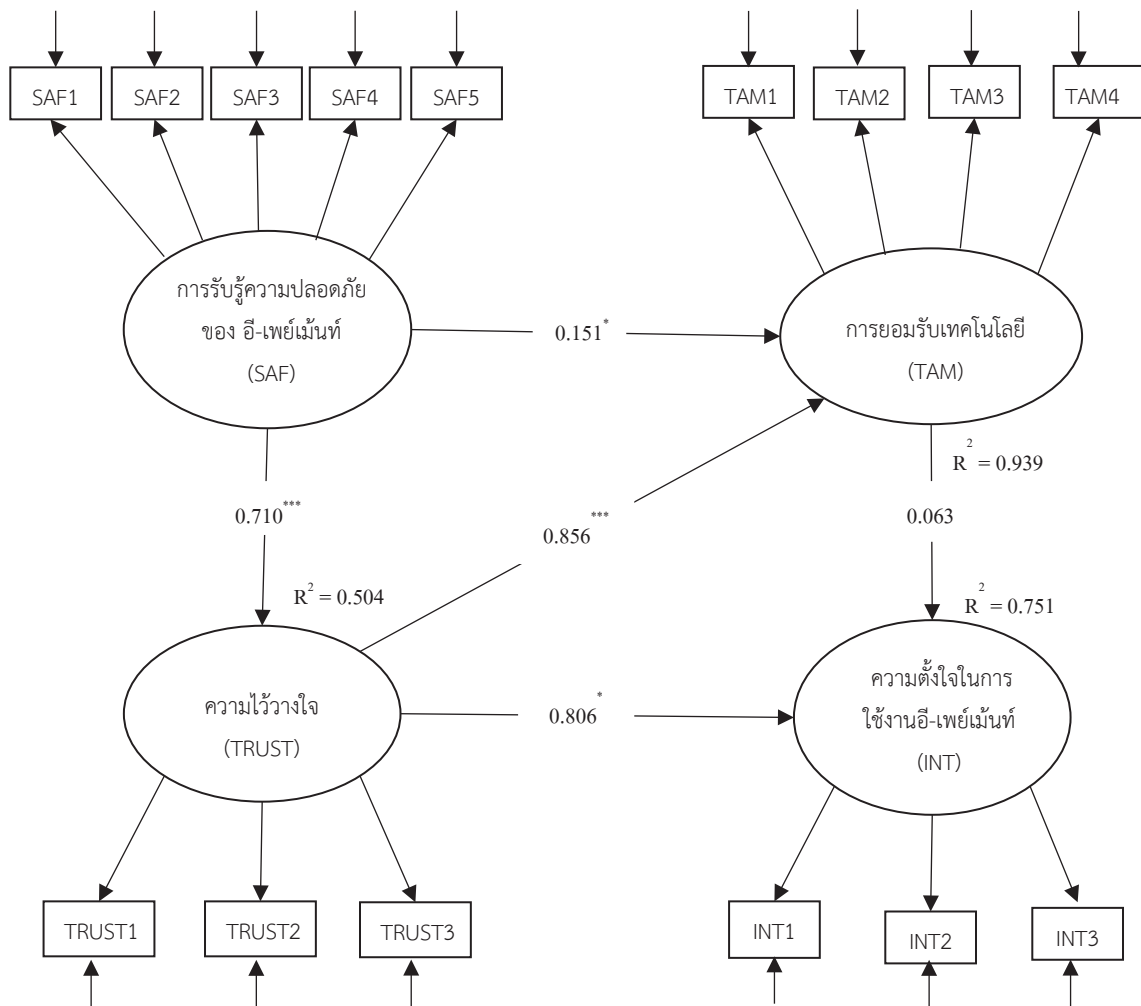
*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ตัวแปรคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์มากที่สุด คือ ความไว้วางใจกับการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ 0.784 และตัวแปรคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์น้อยที่สุด คือ การรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์กับความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ มีค่าเท่ากับ 0.411

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีความสอดคล้อง	ค่าดัชนี	เกณฑ์พิจารณา	ความสอดคล้อง
χ^2	p-value = 0.345	p-value $\geq$ 0.05	สอดคล้อง
χ^2/df	1.063	< 3.000	สอดคล้อง
GFI	0.978	> 0.95	สอดคล้อง
CFI	0.999	> 0.90	สอดคล้อง
TLI	0.998	> 0.90	สอดคล้อง
RMSEA	0.013	< 0.05	สอดคล้อง

3) การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ ในประเทศไทย พบว่า โมเดลความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (หลังปรับปรุงโมเดล) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 64.813$, $df = 61$, p-value = 0.345, $\chi^2/df = 1.063$, CFI = 0.999, GFI = 0.978, TLI = 0.998, RMSEA = 0.013) โดยมีค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 3.00 มีค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit indicator: GFI) ค่าวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index: CFI) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Trucker Lewis Index : TLI) มากกว่า 0.900 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (RMSEA) น้อยกว่า 0.10 (Fornell and Larcker, 1981) ดังแสดงในตารางที่ 3 และภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

เส้นทาง	β	t-value	p-value	ผลการวิเคราะห์
การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ → การยอมรับเทคโนโลยี	0.151	2.198	0.028*	ยอมรับ
การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ → ความไว้วางใจ	0.710	9.202	0.000***	ยอมรับ
ความไว้วางใจ → การยอมรับเทคโนโลยี	0.856	10.372	0.000***	ยอมรับ
ความไว้วางใจ → ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์	0.806	2.026	0.043*	ยอมรับ
การยอมรับเทคโนโลยี → ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์	0.063	0.163	0.871	ปฏิเสธ

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01,

*** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และ β หมายถึง ค่าอิทธิพลรวมเส้นทาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน แสดงในตาราง 4 พบว่า การรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์ (SAF) มีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.151$; $p=0.028<0.05$) การรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์ (SAF) มีผลกระทบเชิงบวกต่อความไว้วางใจ (TRUST) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta=0.710$; $p=0.000<0.001$) ความไว้วางใจ (TRUST) มีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ($\beta=0.856$; $p=0.000<0.001$) ความไว้วางใจ (TRUST) มีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (INT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta=0.806$; $p=0.043<0.05$) จึงยอมรับสมมติฐาน $H1$, $H2$, $H3a$ และ $H3b$ ในขณะที่ข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) มีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ (INT) ($\beta=0.063$; $p=0.871>0.05$) จึงปฏิเสธสมมติฐาน $H4$

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลการวิจัย เพื่อให้สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1) แบบจำลองความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ประกอบด้วย การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ ความไว้วางใจ การยอมรับเทคโนโลยีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์เกิดขึ้นทีละขั้นตอน ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน โดยผู้ใช้งานจะเริ่มจากการรับรู้ความปลอดภัย ต่อมาคือเกิดความไว้วางใจ แล้วจึงเกิดความตั้งใจใช้บริการในที่สุด

2) การรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์มีผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี เนื่องจากผู้ใช้งานอี-เพย์เมนต์รู้สึกว่าการล็อกอินเข้าใช้งานในแต่ละครั้งมีความปลอดภัย มีการใส่รหัส (Pin) ทุกครั้งที่ทำธุรกรรมทางการเงิน รวมไปถึงการพัฒนาทางแอปพลิเคชันที่มีอัปเดตระบบอยู่เสมอ ซึ่งสามารถรักษาความปลอดภัยในการใช้งานได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Ardiansah et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นถึงแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีเพิ่มเติมว่า ผู้ที่ดำเนินธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ที่มีการรับรู้ด้านความปลอดภัย จะมีความเชื่อมั่นและยอมรับการใช้งานธุรกรรมทางการเงินออนไลน์อย่างไร้ความกังวล สอดคล้องกับ Nguyen and Huynh (2018) ที่ชี้ว่าการรับรู้ถึงความปลอดภัยใช้งานอี-เพย์เมนต์มีความสัมพันธ์กับการยอมรับวิธีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น

3) การรับรู้ความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์มีผลกระทบเชิงบวกต่อความไว้วางใจ เนื่องจากผู้ใช้งานอี-เพย์เมนต์รู้สึกว่าการระบบรักษาความปลอดภัยที่ธนาคารใช้ในแอปพลิเคชันด้านการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการอัปเดตอย่างต่อเนื่อง การเข้ารหัสแบบสองปัจจัย ระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) หรือความเสถียรของระบบ ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความความรู้สึกปลอดภัย เมื่อใช้งานอี-เพย์เมนต์ไประยะเวลาหนึ่งเกิดเป็นความไว้วางใจในแอปพลิเคชันและผู้ให้บริการอี-เพย์เมนต์มากขึ้น สอดคล้องกับ Kim et al. (2010) ที่ชี้ว่าการรับรู้ความปลอดภัยมีผลต่อความไว้วางใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ สอดคล้องกับ Zhang et al. (2019) ที่ชี้ว่าความปลอดภัย ถือเป็นปัจจัยสำคัญทำให้เกิดการใช้งาน อี-เพย์เมนต์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Pratiwi et al. (2021) ที่ชี้ว่าความไว้วางใจในบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อความภักดีทางอิเล็กทรอนิกส์

4) ความไว้วางใจส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยี เนื่องจากผู้ใช้งานอี-เพย์เมนต์สามารถตรวจสอบผลลัพธ์การทำธุรกรรมทางการเงิน เช่น การโอนเงินสำเร็จ การจ่ายค่าบริการสำเร็จ เป็นต้น ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สอดคล้องกับ Khalilzadeh et al. (2017) ที่ชี้ว่าความกังวลเกี่ยวกับความเป็นส่วนตัว และความสะดวกสบายส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี สอดคล้องกับ Wu et al. (2011) พบว่าความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเทคโนโลยี สอดคล้องกับการศึกษาของ Thanaboradeekij et al. (2020) ชี้ว่าหากลูกค้ามีความไว้วางใจสูงขึ้น ก็จะเป็นโอกาสให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีได้ง่ายยิ่งขึ้น

5) ความไว้วางใจมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ เนื่องจากผู้ใช้งานอี-เพย์เมนต์สามารถทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ทุกที่ ทุกเวลา มีความถูกต้องและแม่นยำ ทำให้ผู้ใช้งานเกิดความไว้วางใจและมีการใช้อี-เพย์เมนต์อยู่เป็นประจำ สอดคล้องกับ Al-Dala'in et al. (2009) ที่พบว่าความไว้วางใจมีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจซื้อสินค้าโดยชำระเงินผ่านอี-เพย์เมนต์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความไว้วางใจส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ สอดคล้องกับ Nguyen and Tran (2022) ที่พบว่าความไว้วางใจมีความสัมพันธ์กับการรับชำระเงินผ่านอี-เพย์เมนต์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Salloum et al. (2018) ที่พบว่า ความไว้วางใจเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และความตั้งใจที่จะใช้งานระบบอี-เพย์เมนต์

6) องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยพบว่า การใช้โมเดลความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ เป็นแนวทางที่สำคัญในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งาน โดยจากการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์เกิดขึ้นทีละขั้นตอน เริ่มจากผู้ใช้งานรับรู้ว่าแอปพลิเคชันมีความปลอดภัย ต่อมาเกิดความไว้วางใจ และจึงเกิดความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์มีผลกระทบที่สำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และความตั้งใจในการใช้งาน โดยเฉพาะในปัจจุบันที่ปัญหาการหลอกลวงจากแก๊งค์คอลเซ็นเตอร์ในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้น การวิจัยด้านการให้บริการเป็นที่น่าสนใจเพราะสามารถมีอิทธิพลต่อนโยบายและมาตรการที่จะมีไปในทิศทางที่ส่งเสริมความปลอดภัยและความไว้วางใจในการใช้บริการอี-เพย์เมนต์ โดยการศึกษาในระดับถึงความไว้วางใจมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นเพื่อป้องกันปัญหาการหลอกลวง ผู้ให้บริการอี-เพย์เมนต์ต้องสร้างความไว้วางใจในแอปพลิเคชันและการให้บริการเพื่อป้องกันการทุจริตและการหลอกลวงได้

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะทางทฤษฎี

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ โดยประโยชน์เชิงทฤษฎีของการศึกษานี้เป็นการนำ 3 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (The Theory of Reasoned Action) ทฤษฎีต้นทุนธุรกรรม (Transaction Cost Theory) และทฤษฎีการประเมินทางการรับรู้ (Cognitive Evaluation Theory) มาสร้างเป็นแบบจำลองและทดสอบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ ถือได้ว่าเป็นการนำทฤษฎีมาขยายผลที่สามารถอธิบายในบริบทต่าง ๆ ได้มากขึ้น (Generalization) พร้อมกับการพิสูจน์การยอมรับเทคโนโลยีที่ใช้สภาพแวดล้อมในการศึกษาของประเทศไทย

ประโยชน์ทางทฤษฎีอีกประการหนึ่งเป็นการยืนยันแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี และปัจจัยทางด้านทัศนคติ ได้แก่ การรับรู้ความปลอดภัย และความไว้วางใจของผู้ใช้งานของผู้ใช้งานส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้บริการอี-เพย์เมนต์ที่มีอัตราการใช้งานเพิ่มสูงขึ้น โดยการศึกษานี้ได้ยืนยันทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์ คือ การรับรู้ความปลอดภัย และความไว้วางใจ ผลลัพธ์ที่ได้จึงต่อยอดทฤษฎีการรับรู้ความปลอดภัยของ อี-เพย์เมนต์ และความไว้วางใจที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ และสามารถเป็นทฤษฎีช่วยส่งเสริมให้ผู้ให้บริการได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความปลอดภัย และความไว้วางใจให้แก่ลูกค้า ในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่มีความระมัดระวังเกี่ยวกับการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะทางการปฏิบัติ

การศึกษาในครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่าความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์เกิดขึ้นทีละขั้นตอน ไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน ในขณะเดียวกันการรับรู้ความปลอดภัย และความไว้วางใจก็ทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีร่วมด้วย ฉะนั้นในมุมมองของผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับความมั่นคงปลอดภัย ความมีประสิทธิภาพ และการดูแลคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ควบคู่กันไปด้วย รวมถึงการนำนวัตกรรมทางการเงินใหม่ ๆ มาใช้กับระบบความปลอดภัยของอี-เพย์เมนต์ ให้ตอบโจทย์ประชาชน และภาคธุรกิจ เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises :SMEs) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ตามแนวทางของอี-เพย์เมนต์ในระดับชาติ (National e-Payment) (Bank of Thailand, 2022) เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้ใช้บริการเห็นว่า ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยแก่ตนเองได้ ทำให้เชื่อมั่น และไว้วางใจที่จะใช้งานระบบอี-เพย์เมนต์เช่น ให้บริการรวดเร็วไม่ติดขัด สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการธุรกรรมต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง เชื่อวชาญ และรวดเร็ว พร้อมทั้งมีระบบจัดการและรักษาข้อมูลของลูกค้าอย่างรัดกุม รวมถึงมีหลักประกันที่ครอบคลุม หากเกิดความเสียหายจากการทำธุรกรรม และการให้บริการตามความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ และในมุมมองของผู้ใช้บริการอี-เพย์เมนต์ จำเป็นต้องเรียนรู้ที่จะเข้าถึงบริการจ่ายเงินด้วยอี-เพย์เมนต์แทนเงินสดมากขึ้น จะทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจในวิธีการทำธุรกรรมทางการเงินที่เป็นการชำระเงินทางดิจิทัล (Digital Payment) มากยิ่งขึ้น โดยต้องเป็นบริการของสถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เบอร์โทรศัพท์มือถือ เลขบัตรประชาชน เลขทะเบียนนิติบุคคล หรือ การระบุตัวตนผ่านกระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet ID) เป็นต้น

ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาการใช้งานอี-เพย์เมนต์เป็นประเด็นที่เหมาะสมกับวิธีการสำรวจข้อมูลระยะยาว แต่การวิจัยครั้งนี้ไม่ได้สำรวจข้อมูลในระยะยาว หรือศึกษาในหลายช่วงเวลา เพื่อนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน และไม่ได้ทำการศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผ่านกรณีศึกษา (Case Study Method) จากสถาบันการเงิน เพื่อนำข้อมูลมาช่วยวิเคราะห์ในการตัดสินใจก่อนจะเลือกศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้งาน อี-เพย์เมนต์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าข้อมูลเชิงประจักษ์ยังไม่สนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์ ซึ่งขัดแย้งกับการทบทวนวรรณกรรมก่อนหน้าของ Rahayu (2022) อย่างไรก็ตามแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้จะเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แต่การวิจัยไม่ได้ระบุถึงแบรนด์หรือตราหือของสถาบันทางการเงิน ซึ่งแต่ละแห่งมีรูปแบบในการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่แตกต่างกัน จึงอาจทำให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความตั้งใจในการใช้งานอี-เพย์เมนต์แตกต่างกัน ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแบบเจาะจงแบรนด์หรือเฉพาะสถาบันการเงิน หรือทดสอบแบบจำลองกับกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่มากขึ้นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความแม่นยำมากขึ้น และควรศึกษาเจาะจงในภาคธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises :SMEs) และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้งานอี-เพย์เมนต์ อย่างเช่น ประสิทธิภาพด้านเวลา ความคาดหวังในประสิทธิภาพ และอิทธิพลทางสังคม เป็นต้น เพื่อธุรกิจจะสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบและประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ของอาจารย์ ประจำปีงบประมาณ 2564 จากคณะกรรมการบัญชี และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

- Al-Dala'in, T., Summons, P., & Luo, S. (2009, December). The relationship between a mobile device and a shopper's trust for e-payment systems. In *2009 First International Conference on Information Science and Engineering* (pp. 3132-3135). IEEE.
- Alrawad, M., Lutfi, A., Almaiah, M. A., & Elshaer, I. A. (2023). Examining the influence of trust and perceived risk on customers intention to use NFC mobile payment system. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100-114. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100070>.
- Ardiansah, M. N., Chariri, A., Rahardja, S., & Udin, U. (2020). The effect of electronic payments security on e-commerce consumer perception: An extended model of technology acceptance. *Management Science Letter*, 10(7), 1473-1480. <https://DOI:10.5267/j.msl.2019.12.020>
- Bank of Thailand. (2022) *Developing payment systems within the new landscape of the Thai financial sector. Bank of Thailand*. https://www.bot.or.th/Thai/PaymentSystems/PolicyPS/Documents/PaymentDirectionalPaper_2565-2567.pdf. [In Thai]
- Boonsiritomachai, W., & Sud-on, P. (2022). Promoting habitual mobile payment usage via the Thai government's 50:50 co-payment scheme. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 163-173. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.006>
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making*. John Wiley and Son.
- Buncha, M., & Pornpun, P. (2019). Structural Equation Model of Factors Influencing Acceptance of Government Electronic Payment System among Elderly in Bangkok. *Journal of Communication Arts*, 37(3), 30-39. [In Thai]

- Daniel, W. W. (1999). *Biostatistics: A Foundation for Analysis in the Health Sciences*. (7th edition). John Wiley & Sons.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339.
- Denjareansopon, A. (2017). Factors Affecting Information Technology Acceptance for Work at Office of the Permanent Secretary for Ministry of Science and Technology [Master's thesis]. Burapha University. [In Thai]
- Doswell, W. M., Braxter, B. J., Cha, E., & Kim, K. H. (2011). Testing the theory of reasoned action in explaining sexual behavior among African American young teen girls. *Journal of pediatric nursing*, 26(6), 45-54.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J. F., Celsi, M., Ortinau, D. J., & Bush, R. P. (2010). *Essentials of marketing research* (2nd ed). McGraw-Hill/Irwin.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433.
- Hsiao, K. L., Chuan-Chuan Lin, J., Wang, X. Y., Lu, H. P., & Yu, H. (2010). Antecedents and consequences of trust in online product recommendations an empirical study in social shopping. *Online Information Review*, 34(6), 935–953.
- Kang, S. (2014). Factors influencing intention of mobile application use. *International Journal of Mobile Communications*, 12(4), 360–379.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based mobile payment in the restaurant industry. *Computers in Human Behavior*, 70, 460–474.
- Kim, C., Tao, W., Shin, N., & Kim, K. S. (2010). An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(1), 84–95.
- Krungthai Wealth Care. (2018, 19 November). *Money wallet of the people 4.0*. Krungthai Wealth Care. <https://aisdc.ais.co.th/blog/trend/e-wallet.html>. [In Thai]
- Limsarun, T. (2018). Digital Marketing Communications Toward Taxi Service Applications in Bangkok, Thailand. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 7(1), 90-101. [In Thai]
- Ming-Yen Teoh, W., Choy Chong, S., Lin, B., & Wei Chua, J. (2013). Factors affecting consumers' perception of electronic payment: an empirical analysis. *Internet Research*, 23(4), 465–485.
- Nguyen, T. D., & Tran, Q. N. (2022, July). E-Payment Continuance Usage: The Roles of Perceived Trust and Perceived Security. In *Computational Science and Its Applications–ICCSA 2022 Workshops*: Malaga, Spain, July 4–7, 2022, Proceedings, Part V (pp. 253-264). Cham: Springer International Publishing.
- Nguyen, T. D., & Huynh, P. A. (2018). The roles of perceived risk and trust on e-payment adoption. In *Econometrics for financial applications* (pp. 926-940). Springer International Publishing.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. (3rd ed). McGraw-Hill.
- Pratiwi, L., Sunaryo, S., & Mugiono, M. (2021). The effect of e-service quality on e-loyalty mediated by e-trust and brand image variables: A study on OVO E-Wallet application users in Malang City. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 10(6), 56-62.

- Rahayu, R. (2022). Factors That Influence the Behavioural Intention to Use E-Payments in Indonesia. *Ekonomis. Journal of Economics and Business*, 6(1), 116-125.
- Rauniar, R., Rawski, G., Yang, J., & Johnson, B. (2014) Technology acceptance model (TAM) and social media usage: an empirical study on. *Journal of Enterprise Information Management*, 27(1), 6–30.
- Salloum, S., Chaker, M., Kurdi, B. A., & Shaalan, K. (2018). Factors affecting the Adoption and Meaningful Use of Social Media: A Structural Equation Modeling Approach. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 2(3), 96-109.
- Thanabordeekij, P., Sudtasan, T., & Tanamee, D. (2020). Integrating trust in to the technology acceptance model: the of mobile banking adoption in myanmar. *Panyapiwat Journal*, 12(3), 107-119. [In Thai]
- The Revenue Department. (2016, November). *The implementation of the National e-Payment strategic plan*. The Revenue Department. https://www.rd.go.th/publish/seminar/e-Payment_2-3-6-7.pdf. [In Thai]
- Tonghui, T., Kongpalee, T., & Chimnoi, A. (2020, 21 July). *Towards a cashless economy: Consumer behavior and opportunities of Thai businesses during COVID-19*. Bank of Thailand. https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_21Jul2020.aspx. [In Thai]
- West, B. C. (2014). *Factors that Influence Application Migration to Cloud Computing in Government Organizations: a Conjoint Approach*. [Doctoral dissertation.] Scholar work s @ Georgia State University. https://scholarworks.gsu.edu/bus_admin_diss/40/
- Zhang, J., Luximon, Y., & Song, Y. (2019). The role of consumers’ perceived security, perceived control, interface design features, and conscientiousness in continuous use of mobile payment services. *Sustainability*, 11(23), 684.

บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ใน
ประเทศไทย

The Moderating Role of E-Marketplace on the Relationship Between Corporate Entrepreneurship and Performance Evaluation of Online Business Entrepreneurs in Thailand

พลัฎฐ์ แพงทอง

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Mr. Platt Pangthong

Graduate Student in Doctor of Philosophy, Program in Management
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University
Email: papa_h@hotmail.com; Ph: 097-925-6459

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 9 เมษายน 2566
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 25 กรกฎาคม 2566
ครั้งที่ 2	: 28 กันยายน 2566
ครั้งที่ 3	: 7 ตุลาคม 2566
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 10 ตุลาคม 2566

ดร. บุญทวรรณ วิงวอน

รองศาสตราจารย์ ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Dr. Boonthawan Wingwon

Associated Professor of Doctor of Philosophy Program in Management,
Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University
Email: Boonthawan2009@gmail.com; Ph: 081-882-3465

ดร. เป้าไทย วงศ์เหลา

รองศาสตราจารย์ ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Dr. Paothai Vonglao

Associate Professor, Statistics Program, Faculty of Sciences,
Ubon Ratchathani Rajabhat University
Email: paothai@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการองค์กร นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลการดำเนินงาน (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์กร กับนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลดำเนินงาน และ (3) ศึกษาบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์กรและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ จำนวน 600 ราย มีประสบการณ์ทำธุรกิจออนไลน์ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามเก็บข้อมูลช่วงเดือนตุลาคม 2564 โดยใช้ Google form ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้สื่อสาร วิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ด้วยโปรแกรม LISREL ร่วมกับวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัยพบว่า ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) โดยเรียงจากมากไปน้อย คือ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ($\bar{X} = 3.92$) นวัตกรรมบริการ ($\bar{X} = 3.89$) ผลการดำเนินงาน ($\bar{X} = 3.88$) และความเป็นผู้ประกอบการองค์กร ($\bar{X} = 3.79$) นอกจากนี้ นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงานมากที่สุด ($r=0.753$) รองลงมา คือ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน ($r=0.705$) และความเป็นผู้ประกอบการองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน ($r=0.474$) เรียงตามลำดับ ส่วนบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์กรและผลการดำเนินงาน ($\text{effect} = -0.1826$, $t = -4.554$) สรุปได้ว่าหากผู้ประกอบการให้บทบาทความสำคัญของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาก ย่อมทำให้ผลการดำเนินงานลดลง ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ไม่ควรอิงกับตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากเกินไป เพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความเป็นผู้ประกอบการองค์กร นวัตกรรมบริการ ผลการดำเนินงาน และผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์

Abstract

The objectives of this research were: (1) to study the importance of corporate entrepreneurship, service innovation, E-Marketplace, and performance evaluation, (2) to study the relationship between corporate entrepreneurship, and service innovation towards performance evaluation, and (3) to study the moderating role of E-Marketplace on the relationship between corporate entrepreneurship and performance evaluation of online business entrepreneurs in Thailand. The sample group consisted of 600 entrepreneurs, who have been conducting online businesses over one year of experience. The research tool was a questionnaire set. The period of data collection during October 2021, by using Google form, e-mail, Line, and Messenger. Data were analyzed using descriptive statistics consisted of percentage, mean, standard deviation; and Inferential statistics consisted of the structural equations analysis with LISREL and Path analysis. The findings indicated that all factors had a high mean value ($\bar{X} = 3.87$), which consisted of E-Marketplace ($\bar{X} = 3.92$), service innovation ($\bar{X} = 3.89$), performance evaluation ($\bar{X} = 3.88$), and corporate entrepreneurship ($\bar{X} = 3.79$), respectively. In addition, service innovation has the strongest relationship with performance evaluation ($r = 0.753$), followed by E-marketplaces ($r = 0.705$), corporate entrepreneurship also had a positive relationship with performance evaluation ($r = 0.474$), respectively. Moreover, the moderating role of E-Marketplace affected the relationship between corporate entrepreneurship and performance evaluation ($\text{effect} = -0.1826$, $t = -4.554$). It can be indicated that entrepreneurs, who hold a significant role in the E-marketplace and rely solely on it will face with the decreasing performance evaluation. The recommendation for the business owners, they should not be solely dependent on the e-commerce marketplace in order to decrease the risk of their businesses in the future.

Keywords: Role of E-Marketplace, Corporate Entrepreneurship, Service Innovation, Performance Evaluation, Online Business Entrepreneurs.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อมโลกส่งผลให้เกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือและองค์ประกอบในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ เศรษฐกิจและสังคม เพราะเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่แต่ละประเทศต้องนำเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการผลิต การขนส่ง การขายและการบริการมากขึ้น การวิจัยเศรษฐกิจดิจิทัลในภูมิภาคอาเซียน (Economy SEA, 2020) ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทยและภูมิภาคอาเซียนมีอัตราการเข้าถึงธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้นักลงทุนหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลจากต่างชาติหันมาสนใจลงทุนในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคอาเซียนมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 3-5 ของธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด ขณะที่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซของประเทศจีนมีสัดส่วนถึงเกือบร้อยละ 30 ของธุรกิจค้าปลีกทั้งหมด (E-Conomy SEA, 2020) ทำให้ภูมิภาคอาเซียนมีโอกาสเติบโตได้อีก อีคอมเมิร์ซเป็นธุรกิจดิจิทัลที่ขยายตัวมากที่สุดถึงร้อยละ 81 จากปี ค.ศ. 2020 ที่ผ่านมา โดยมีมูลค่าประมาณ 9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.4 หมื่นล้านดอลลาร์ในปี ค.ศ. 2025 (E-Conomy SEA, 2022) ความก้าวหน้าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของประเทศ รวมถึงการเติบโตของเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม (Platform Economy) และเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับการจัดสรรทรัพยากรธุรกิจภาคบริการ เกิดการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและประชากรในพื้นที่ห่างไกล

แนวคิดการดำเนินงานยุคเศรษฐกิจดิจิทัลมีส่วนผลักดันให้เกิดการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ ส่งเสริมการกระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำในสังคมและเพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด คือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 13 เน้นการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะจุดหมายที่เน้นความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ทำให้องค์การเกิดความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจ (Office of Small and Medium Enterprise Promotion, 2019) ผู้ประกอบการที่ต้องมีความเป็นผู้ประกอบการองค์การ อาทิ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เสมือนกับเป็นผู้ประกอบการเองโดยตรง และมีการดำเนินงานเชิงรุก บริหารความเสี่ยงและมีความสามารถทางนวัตกรรมบริการเพื่อให้เกิดความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ทำให้องค์การมีผลการดำเนินงานที่ดี (Zahra & Covin, 1995) ความเป็นผู้ประกอบการองค์การจะถูกใช้อธิบายถึงคุณลักษณะของการประกอบการวิสาหกิจเป็นส่วนใหญ่ ด้วยการนำเสนอสินค้าใหม่ วิธีการใหม่ เปิดตลาดใหม่ ค้นหาวัตถุติบใหม่ ๆ และการก่อตั้งกิจการใหม่ (Schumpeter, 1934; Madhoush et al., 2011)

การพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการประมวลข้อมูลและการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มผู้ใช้งานมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจออนไลน์ขยายตัวและสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับภาคธุรกิจทั่วโลกเป็นอย่างมาก โดยผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ส่วนผู้ประกอบการต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากการเข้ามาทำการตลาดของผู้ประกอบการต่างประเทศ การซื้อขายผ่านออนไลน์ยังทำให้ช่องทางการชำระเงินมีความสลับซับซ้อนขึ้นกว่าในอดีต โดยเฉพาะประเทศไทยธุรกิจออนไลน์ขยายตัวอย่างรวดเร็วจากการที่ผู้ประกอบการขยายช่องทางการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ในปี พ.ศ. 2564 ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทยมี จำนวน 69,347 ราย (Electronic Transactions Development Agency, 2021) หลังจากมีการระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) ผู้คนส่วนใหญ่มีการเปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ แทนการซื้อสินค้าในร้านค้าและห้างสรรพสินค้า ส่งผลให้มูลค่าของธุรกิจออนไลน์มีแนวโน้มเติบโตขึ้น ภาครัฐต้องมีการส่งเสริมองค์ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจแนวใหม่ในยุคดิจิทัลได้อย่างทันเวลา (Wiwattanakun, 2021)

ผลการสำรวจมูลค่าการค้าผ่านแพลตฟอร์มของประเทศไทยในปีพ.ศ. 2564 ในส่วนของช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการที่มีการใช้งานที่มีผลตอบแทนจากการลงทุน (Return on Investment; ROI) สร้างยอดขายมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ Facebook ร้อยละ 30.61, Google and YouTube ร้อยละ 29.93, Line ร้อยละ 14.29, Ads Network/Banners ร้อยละ 13.61, Vertical Search ร้อยละ 7.48 (Electronic Transactions Development Agency, 2021) ส่งผลให้ผู้ประกอบการยุคปัจจุบันมีการทำธุรกิจออนไลน์มากขึ้น การทำธุรกิจผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้มีจำนวนผู้ประกอบการหลากหลายทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าสู่ช่องทางการค้าบนโลกออนไลน์มากขึ้น รวมถึงมีการพัฒนาผู้ประกอบการให้มียอดความรู้ด้านดิจิทัล ด้วยการขยายตลาดผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ (Kian Chong et al., 2010) เพราะเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เกิดความสะดวกสบายและใช้เวลาเพียงเล็กน้อยในการหาข้อมูลและการจัดการธุรกรรมต่าง ๆ ซึ่งทำให้ธุรกิจออนไลน์เป็นที่นิยมและเติบโตอย่างมาก

การดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ในภาพรวมยังมีจุดอ่อนในหลายด้าน เช่น การบริหารจัดการที่มีความอ่อนด้อย ขาดทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยียังไม่เต็มสมรรถนะในการให้บริการกับลูกค้าและยังไม่มีมีการปรับปรุง การบริการออนไลน์ให้เป็นปัจจุบัน (Feng et al., 2021) ผู้ประกอบการดิจิทัลบางรายยังขาดพื้นฐานความรู้ ด้านระบบอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีของนวัตกรรมบริการ (Kaewchuer et al., 2019) ปัญหาในด้านความปลอดภัย หรือระบบการชำระเงินออนไลน์ อีกทั้งไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐได้และขาดความเข้าใจเกี่ยวกับข้อกฎหมาย และข้อบังคับทางอิเล็กทรอนิกส์ (Vuorio et al., 2020) นวัตกรรมบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการแสวงหาวิธีการบริการใหม่ๆ ที่ไม่เคยใช้ในอุตสาหกรรมอื่นมาก่อน เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างองค์กร (Lin, 2013) ถึงแม้ว่านวัตกรรมมีส่วนสำคัญ ทำให้องค์กรมีการเติบโต แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจในเวลาอันรวดเร็ว (Kemp et al., 2003) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ องค์กรยังเป็นสิ่งสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดโอกาส เพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย

งานวิจัยของ Leekulpitak (2017) พบว่า การสร้างนวัตกรรมบริการและการประเมินทิศทางตลาดเป็นการเสริมแรง ให้กับผู้ประกอบการองค์การผ่านการเผชิญความเสี่ยง มุ่งเน้นนวัตกรรมบริการด้วยการค้นหาและสร้างสินค้าใหม่ ๆ บริการใหม่ ๆ หรือตลาดใหม่ ๆ การศึกษาที่ผ่านมาเน้นถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานเป็นส่วนใหญ่ที่วัดจากความสามารถทางการเงิน การตลาดภายใน กระบวนการและนวัตกรรมบริการ/การเรียนรู้ (Kaplan & Norton, 1992; Hanci-Donmez & Karacay, 2019) มีการศึกษานวัตกรรมของผู้ประกอบการองค์การเท่านั้น (Karabulut, 2015) แต่ยังไม่มีการศึกษาถึงตลาดกลางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน โดยมีการเชื่อมโยง ถึงนวัตกรรมบริการธุรกิจออนไลน์ จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำองค์ความรู้ใหม่ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการ ธุรกิจออนไลน์ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ ส่วนในเชิงวิชาการเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ ด้านทิศทางและแนวโน้มของธุรกิจออนไลน์ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาความเป็นผู้ประกอบการองค์การ นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์
2. ขอบเขตประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่ขึ้นทะเบียนขอเครื่องหมายรับรองการเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 69,347 ราย (Department of Business Development, 2021) ตามเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่กำหนดขนาดตัวอย่างระหว่าง 15-20 ตัวอย่างต่อ 1 พารามิเตอร์ ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปร มาตรวัด 40 ตัวแปร คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้เกณฑ์ 15 เท่าของตัวแปรมาตรวัด ดังนั้น จึงเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 ราย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องบทบาทเชื่อมโยงของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ องค์การและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรม เพื่อกำหนด กรอบแนวคิดการวิจัย สรุปดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Theory)

ทฤษฎีเป็นกรอบการคิดที่ช่วยให้เข้าใจและอธิบายเหตุการณ์และพฤติกรรมในสถานการณ์ธุรกิจได้ โดยเฉพาะในประเด็นของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เป็นการผูกพันกันระหว่างกิจกรรมธุรกิจและผู้ประกอบการ (Entrepreneur-Activity Linkage) ทฤษฎีนี้มองว่าผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างคุณค่าเพิ่มในกิจกรรมธุรกิจ โดยการรับผิดชอบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ และรับความเสี่ยงในการลงทุนเพื่อสร้างกิจการใหม่ผ่านการดำเนินงานเชิงรุก การจัดการความเสี่ยงและการสร้างนวัตกรรมใหม่เพื่อให้เข้าถึงโอกาสทางธุรกิจและสร้างหรือผลักดันให้องค์การประสบความสำเร็จในโอกาสนั้น ๆ (Bygrave & Hofer, 1992) ตามทฤษฎีของนักวิชาการ คือ Schumpeter (1934) ได้นำเสนอวิธีการจำแนกความเป็นผู้ประกอบการออกเป็น 5 วิธี ได้แก่ (1) การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ (2) การใช้วิธีการผลิตแบบใหม่ (3) การเปิดตลาดใหม่ (4) การค้นหาแหล่งซื้อวัตถุดิบใหม่หรือวัตถุดิบชนิดใหม่ และ (5) การก่อตั้งกิจการใหม่โดยมีผู้ประกอบการเป็นผู้ผลักดันให้ตลาดมีความสมดุล

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Marketplace)

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อออนไลน์บนเว็บไซต์ที่มีกิจกรรมการซื้อและขายสินค้า/บริการระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ธุรกิจกับลูกค้า (B2C) และธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐ (B2G) ทำให้ครอบคลุมแบ่งตลาดถึงร้อยละ 75 (Ballestar et al., 2018) ผู้ซื้อสามารถค้นหาคู่ค้าตามเกณฑ์ที่ต้องการ (Hassan et al., 2015) เพื่อให้ได้สินค้าหรือราคาในตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ในทางปฏิบัติแล้วพบว่าหน้าที่ของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นไม่แตกต่างจากตลาดทั่วไป คือ (1) การจับคู่ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ (2) เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม และ (3) เป็นโครงสร้างพื้นฐานขององค์การ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน (Cheng & Sheu, 2018) ธุรกิจออนไลน์เป็นวิธีการซื้อ-ขายผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าสามารถไปตลาดได้ทุกวัน ทุกที่และทุกเวลา トラบดีที่มีอินเทอร์เน็ตในทุกหนทุกแห่ง (Xu et al., 2017) อำนวยความสะดวกในกระบวนการซื้อและขายสินค้าเกิดความรวดเร็ว ประหยัดพลังงาน เวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคจำนวนมาก (Navimipour & Soltani, 2016)

ความเป็นผู้ประกอบการองค์กร (Corporate Entrepreneurship)

การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการองค์กรมีแนวทาง 3 ระดับ ได้แก่ (1) ความเป็นผู้ประกอบการระดับบุคคล มุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะของเจ้าของกิจการขนาดเล็ก (2) ความเป็นผู้ประกอบการระดับองค์การ เน้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรในองค์การ เพื่อให้้องค์การมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในระยะยาว (Luke et al., 2007) และ (3) ความเป็นผู้ประกอบการระดับประเทศ โดยที่ให้ความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจมหภาค อีกทั้งความเป็นผู้ประกอบการองค์กรเป็นการแสวงหาโอกาสโดยไม่ต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร โอกาสจะนำมาซึ่งองค์ประกอบ (1) การเป็นผู้นำในนวัตกรรมสินค้า (2) สร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ (3) สร้างสินค้าที่ดีกว่าถูกกว่า (4) สามารถเพิ่มลูกค้าใหม่ ๆ (Eisenmann, 2013) แนวคิดของ Barrett (2009) สรุปลักษณะสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์กรกับการตลาดว่าทำให้เกิดการดำเนินงานเชิงรุกและมีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ งานของ Schumpeter (1954) และ Morris et al. (2008) กล่าวถึงความเป็นผู้ประกอบการองค์กรว่าเป็นการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์การ การทำกำไร ความสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมและการเติบโตขององค์การ

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

นวัตกรรมในการบริการมีบทบาทสำคัญในการช่วยธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จในตลาดแข่งขันในปัจจุบัน เพราะนวัตกรรมบริการเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งใหม่ ๆ มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเป็นรูปธรรมผ่านการประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ เพื่อพัฒนาความคิดและวิธีการใหม่ๆ (Porter, 1998; Yang et al., 2014) เพื่อให้เกิดการนำเสนอวิธีการปฏิบัติที่แตกต่าง (Ozyilmaz, 2001) เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น และมีบทบาทในการช่วยเพิ่มยอดขายและรายได้ของธุรกิจ ทำให้มีโอกาสสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงในการนำมาซึ่งการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ (Yang et al., 2014)

ผลการดำเนินงาน (Performance)

การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ สามารถวัดได้หลายประเภท เช่น การวัดผลในระดับองค์กร/บุคคล (Pfeffer & Salancik, 1978) การวัดการเติบโตขององค์กรจากผลการดำเนินงาน (Dess & Robinson Jr, 1984) สามารถวัดได้ทั้งภายใน/ภายนอกองค์กร (Brewer & Selden, 2000) หรือวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน การตลาดภายใน กระบวนการ และนวัตกรรม/การเรียนรู้ (Kaplan & Norton, 1992) การปฏิบัติงานด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา ค่าใช้จ่ายในการทำตลาดแต่ในมิติของ Yuan et al. (2008) นำเสนอว่า ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ คือ รายได้ต่อพนักงาน รายได้ต่อหน่วยลงทุน กำไรสุทธิ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์และอัตราส่วนต่อตลาด

ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน

งานวิจัยของ Karacaoglu et al. (2013) ได้ศึกษาความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับผลดำเนินงานขององค์กร และงานของ Otache and Mahmood (2015) ได้ศึกษาบทบาทของวัฒนธรรมองค์การ ทำให้ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีการขยายความเชื่อมโยงไปสู่ผลดำเนินงานขององค์กร รวมถึงงานวิจัยของ Hanci-Donmez and Karacay (2019) ได้วิเคราะห์ผลกระทบของความเป็นผู้ประกอบการองค์การที่เป็นตัวกลางการเชื่อมโยงระหว่างแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศของทรัพยากรบุคคลและผลดำเนินงาน (Arshad & Rehman, 2022; Kahkha et al., 2014) ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่าความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้

H1: ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร

ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการ

มิติของความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีผลต่อนวัตกรรมบริการสัมพันธ์กับงานศึกษาของ Mamabolo & Ravjee (2019) พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการองค์การบางส่วนมีผลต่อนวัตกรรมบริการ สัมพันธ์กับงานศึกษาของ Iqbal et al. (2021) วิเคราะห์ความมุ่งมั่นขององค์กรและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเชื่อมโยงความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับนวัตกรรมบริการ โดยงานของ Calisto & Sarkar (2017) สรุปว่า ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีอิทธิพลโดยตรงต่อนวัตกรรมสัมพันธ์กับงานของ Krom (2015) พบว่า ผู้ประกอบการออนไลน์ระดับโลก เช่น Google ซึ่งรวบรวมและใช้นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในตราสินค้า ความพึงพอใจ และความภักดีต่อตราสินค้ามากขึ้น โดยที่ความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อกัน (Vuorio et al., 2020) ผลการทบทวนวรรณกรรมพบว่าความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมบริการ ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้

H2: ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมบริการ

ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลการดำเนินงาน

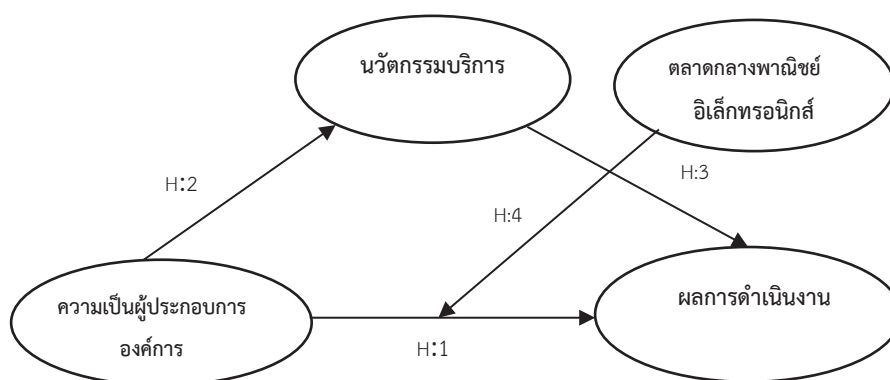
งานศึกษาของ Hilman & Kaliappen (2015) สรุปว่า นวัตกรรมบริการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับองค์กร งานวิจัยของ Ryu et al. (2015) พบว่า ความสอดคล้องระหว่างกลยุทธ์นวัตกรรมบริการและกลยุทธ์ทางธุรกิจมีผลกระทบต่อผลดำเนินงาน แต่การสร้างนวัตกรรมบริการต้องมีการประสานกันระหว่างกลยุทธ์นวัตกรรมและกลยุทธ์ทางธุรกิจ และวิจัยของ Tsai and Wang (2017) พบว่า ประโยชน์ของการสร้างสมดุลนวัตกรรมและความสามารถทางตลาดสามารถนำนวัตกรรมบริการมาปรับใช้และเกิดประโยชน์แก่ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยนวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน (Li et al., 2019; Changli et al., 2020) ผลการทบทวนวรรณกรรมสรุปว่านวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

H3: นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร

บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจ เนื่องจากผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและยอมรับข้อกำหนดของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้ใช้บริการได้อย่างทั่วถึง (Weisberg et al., 2011) โดยผลการดำเนินงานธุรกิจวัดจากกำไรทางการเงินหรือการประหยัดต้นทุน แต่ยังคงวัดได้จากการสร้างมูลค่าที่ไม่ใช่ทางการเงิน เช่น ภาพลักษณ์แบรนด์ ศักยภาพหรือจำนวนผู้ซื้อและความภักดีของผู้ซื้อ (Lu, Zhao & Wang, 2010) อนุมานได้ว่าความสัมพันธ์ตัวแปรตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ (Kaplan & Sawhney, 2000) และผลการดำเนินงาน (Weisberg et al., 2011; Lu et al., 2010) ทำให้ผลการดำเนินงานอาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง ผลจากการทบทวนวรรณกรรมบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน ดังสมมติฐานที่ 4

H4: ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน
ดังภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร คือ ผู้ประกอบการออนไลน์ในประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 69,347 ราย (Department of Business Development, 2021)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้พิจารณากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วนร้อยละ โดยจำแนกเป็นรายภูมิภาค จำนวน 6 ภูมิภาค (ดังตารางที่ 1) รวมถึงใช้เกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่กำหนดขนาดตัวอย่างระหว่าง 15-20 เท่าต่อ 1 พารามิเตอร์ คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้เกณฑ์ 15 เท่าของตัวแปรมาตรวัด ซึ่งงานวิจัยนี้มีตัวแปรแฝงทั้งหมด 4 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตทั้งสิ้นจำนวน 40 ตัวแปร ดังนั้น $4 \times 15 = 600$ ดังนั้น จึงเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 600 ราย หลังจากนั้นนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างมาหาสัดส่วนร้อยละ เพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์แต่ละภูมิภาค ข้อมูลตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์

ภูมิภาค	จำนวนผู้ประกอบการ ออนไลน์ (ราย)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการออนไลน์ (ราย)	สัดส่วนผู้ประกอบการ ออนไลน์ (ร้อยละ)
1. เหนือ	9,428	82	13.60
2. กลาง	33,515	290	48.33
3. ตะวันออกเฉียงเหนือ	8,103	70	11.68
4. ตะวันออก	8,651	75	12.47
5. ตะวันตก	4,161	36	6.00
6. ใต้	5,489	47	7.92
รวม	69,347	600	100.00

ที่มา: Department of Business Development (2021)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการองค์การพัฒนามาจากงานศึกษาของ Schumpeter (1954) และ Morris et al. (2008) ตัวแปรนวัตกรรมบริการพัฒนามาจากแนวคิดของ Porter (1998) และ Hamidi and Benabdeijlie (2015) และ Yang et al. (2014) ตัวแปรตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์พัฒนามาจากแนวคิดของ Cheng & Sheu (2018) และผลการดำเนินงานพัฒนามาจากแนวคิดของ Dess & Robinson (1984) และ Kaplan & Norton (1992) ตามวรรณกรรมที่พบทวนมา แบบสอบถามแยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จังหวัดที่อยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทสินค้าที่ขาย ราคาสินค้าที่ขายโดยเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสินค้าที่ส่งเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลที่มาประกอบธุรกิจออนไลน์ โดยลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบหลายคำตอบ (Multiple Choice Questions) มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 ตัวแปรแฝง จำนวน 4 ด้าน คือ (1) ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ (Corporate Entrepreneur: CE) มีตัวแปรสังเกตจำนวน 10 ข้อถาม (2) นวัตกรรมบริการ (Service Innovation: SI) มีตัวแปรสังเกตจำนวน 10 ข้อถาม (3) ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplace: e-Mkt) มีตัวแปรสังเกตจำนวน 10 ข้อถาม (4) ผลดำเนินงานของกิจการ (Firm Performance: FP) มีตัวแปรสังเกตจำนวน 10 ข้อถาม รวมทั้งหมดจำนวน 4 ด้านของตัวแปรแฝง มีจำนวน 40 ข้อถาม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงและปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีค่ารวมเท่ากับ 0.905 และทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.874 ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาของความผู้ประกอบการองค์การ เท่ากับ 0.876 นวัตกรรมบริการ เท่ากับ 0.892 ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 0.867 และผลการดำเนินงาน เท่ากับ 0.901 และค่าที่ยอมรับได้ คือ มากกว่า 0.7 (Cronbach, 1970)

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์โดยใช้ Google form ผู้วิจัยได้ทำหนังสือขออนุญาตจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีถึงนายกสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ 6 ภูมิภาค เพื่อขอเก็บข้อมูลออนไลน์ผ่านนายกสมาคมกลุ่มไลน์ที่เป็นสมาชิกผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์แต่ละภูมิภาค ตามสัดส่วนหน่วยตัวอย่าง ผ่านไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) Line, Messenger โดยใช้ระยะเวลา 1 เดือน (ช่วงเดือนตุลาคม 2564) เมื่อครบตามจำนวนก็ปิดลิงค์และได้รับกลับคืนมาจากภาคเหนือ 82 ชุด ภาคกลาง 290 ชุด ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 70 ชุด ภาคตะวันออก 75 ชุด ภาคตะวันตก 36 ชุด และภาคใต้ 47 ชุด รวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 600 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปร สังกัดกับตัวแปรแฝง รวมทั้งการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ซึ่งเป็นวิธีการทางสถิติ ที่จัดอยู่ในกลุ่มของการวัดความสัมพันธ์ของตัวแปร (Kerlinger & Pedhazur, 1973) ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยสรุปว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สินค้าเพื่อสุขภาพ/อาหารเสริม/วิตามิน ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน (ประมาณการ) 10,000-50,000 บาท/เดือน ดำเนินกิจการออนไลน์ภาคกลาง การดำเนินธุรกิจ ออนไลน์อยู่ในช่วง 3-4 ปี จำหน่ายในประเทศมากที่สุด ธุรกิจเป็นแบบบุคคล ธรรมดาและใช้ช่องทางออนไลน์ คือ Facebook, Line, Lazada, e-bay ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาระดับความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สถิติพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ	3.79	0.588	ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก เนื่องจากผู้ประกอบการ ธุรกิจออนไลน์ให้ความสำคัญ คล้ายๆกัน
นวัตกรรมบริการ	3.89	0.554	
ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	3.92	0.597	
ผลการดำเนินงาน	3.88	0.525	
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.566	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ให้ความสำคัญในทุกปัจจัยระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมของทุกตัวแปร ($\bar{X}=3.92$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.566 ปัจจัยที่ให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก คือ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.92$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.597 ซึ่งองค์ประกอบย่อยที่สนับสนุน คือ ธุรกิจออนไลน์มีเทคโนโลยีสูง ช่วยลดเวลาและต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางธุรกิจกับคู่ค้า และรองลงมา คือ นวัตกรรมบริการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.89$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.554 ซึ่งองค์ประกอบย่อยที่สนับสนุน คือ เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าสูงกว่า คู่แข่งหลัก สร้างความแตกต่างและเน้นประสิทธิภาพในการให้บริการ ส่วนการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.88$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.525 ซึ่งองค์ประกอบย่อยที่สนับสนุน คือ นำนวัตกรรมใหม่ช่วยลดเวลา รวมถึงปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัย เพื่อให้ธุรกิจมีกำไร ลำดับสุดท้ายคือความเป็นผู้ประกอบการองค์การ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.79$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเฉลี่ย 0.588 ซึ่งองค์ประกอบย่อยที่สนับสนุน คือ เน้นความคิดสร้างสรรค์ในการเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อเสนอขายสินค้าใหม่ ๆ ภายใต้การจัดการ ความเสี่ยงเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามลำดับ

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการองค์การ นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์
 อิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์

ตัวแปร	ความเป็น ผู้ประกอบการ องค์การ	นวัตกรรมบริการ	ตลาดกลาง พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	ผลการ ดำเนินงาน
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ	1	0.598**	0.438**	0.474**
นวัตกรรมบริการ	-	1	0.654**	0.753**
ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	-	-	1	0.705**
ผลการดำเนินงาน	-	-	-	1

จากตารางที่ 3 โดยปกติแล้วก่อนที่จะทำการวิเคราะห์ SEM ต้องมีการตรวจสอบว่าข้อมูล มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พบว่าปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ องค์การ นวัตกรรมบริการและตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์มากที่สุด คือ นวัตกรรมบริการ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.753 รองลงมา คือ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความเป็นผู้ประกอบการ องค์การ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.705 และ 0.474 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยนวัตกรรมบริการกับตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.654 รองลงมา คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับนวัตกรรม บริการ ลำดับสุดท้ายความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การ กับตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.598 และ 0.438 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (ค่าสหสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง $0.40 \leq r < 0.60$ และระดับสูง $0.60 \leq r < 0.80$) (Bartz, 1999)

ผลการวิเคราะห์หัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

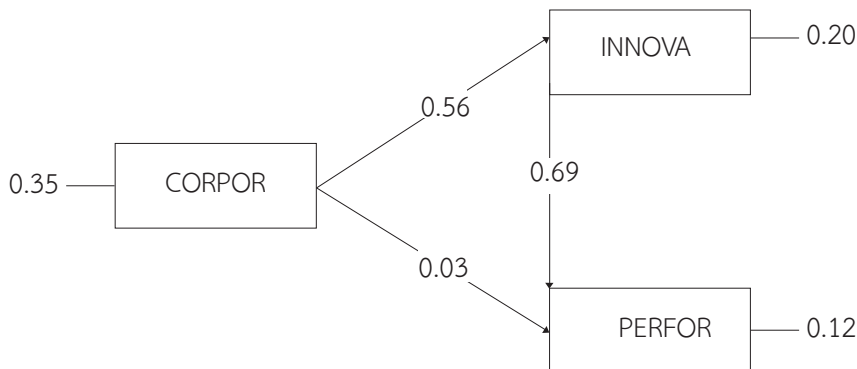
ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ทางตรง ทางอ้อมและโดยรวมของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการ
 ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์	ตัวแปรตาม					
		นวัตกรรมบริการ			ผลการดำเนินงาน		
		TE	DE	IE	TE	DE	IE
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ	b	0.56**	0.56**	-	0.42**	0.03	0.39**
	<i>S.E.</i>	0.04	0.04	-	0.04	0.03	0.03
	β	0.60	0.60	-	0.47	0.04	0.43
นวัตกรรมบริการ	b	-	-	-	0.69**	0.69	-
	<i>S.E.</i>	-	-	-	0.04	0.04	-
	β	-	-	-	0.73	0.73	-
R ²		0.36			0.57		
ดัชนีความสอดคล้อง		χ ² = 0.01, df = 1, P value = 0.93786, RMSEA = 0.00 RMR = 0.00075 NFI = 1 NNFI = 1 AGFI = 1					

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม การบริการต่อผลการดำเนินงาน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างสมบูรณ์ โดยความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมบริการ ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ ได้ร้อยละ 57 ซึ่งความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 แต่ความเป็นผู้ประกอบการยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 รวมถึงยังมีความสัมพันธ์ทางอ้อมส่งผ่านนวัตกรรมบริการ โดยดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์เหมาะสม (Goodness of Fit Indices) ที่นำเสนอ ค่า องศาอิสระ (Df) >0.00 ค่า P-value >0.05 (Byrne, 2005) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์(X^2/df) <2.00 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) >0.90 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืน ค่าดัชนีวัด ความสอดคล้องกลมกลืน เปรียบเทียบ (CFI) >0.90 (Hair et al. (2010) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) <0.05 และดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณ ค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) (Schumacher & Lomax, 2010)

ข้อค้นพบองค์ความรู้ จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ความคำนึงถึงนวัตกรรมบริการให้มากที่สุด เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.69 รองลงมา คือ ความเป็นผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.56 และความเป็นผู้ประกอบการยังมีความสัมพันธ์ทางอ้อม โดยผ่านนวัตกรรมบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.39 ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องมีการคำนึงถึงทั้ง 2 ตัวแปร คือ นวัตกรรมบริการและความเป็นผู้ประกอบการ เพราะในทางปฏิบัติแล้วมีความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อผลการดำเนินงาน

นอกจากนี้ยังพบว่า นวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงในเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สรุปได้ว่าในทางปฏิบัติการเชิงธุรกิจออนไลน์แล้วไม่ว่าจะเป็นความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมบริการต่างมีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน โดยรูปแบบความสัมพันธ์แสดงได้ ดังภาพที่ 2



Chi-Square=0.01, df=1, P-value=0.93786, RMSEA=0.000

ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์

หมายเหตุ: CORPOR : ความเป็นผู้ประกอบการ

INNOVA : นวัตกรรมบริการ

PERFOR : ผลการดำเนินงาน

ผลการวิเคราะห์หัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

ตารางที่ 5 บทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปกำกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ และผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	S.E.	t	P value	LLCI	ULCI
ค่าคงที่	0.028	0.0175	1.5985	0.1106	-0.0064	0.0624
ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ	0.1823	0.031	5.8775**	0.0000	0.1213	0.2432
ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.5167	0.0311	16.6397**	0.0000	0.4557	0.5778
ผลการดำเนินงาน	-0.1826	0.0401	-4.554**	0.0000	-0.2614	-0.1032
$R = 0.7424 \quad R^2 = 0.5512 \quad MSE = 0.1248 \quad F = 188.3319 \quad df1 = 3 \quad df2 = 460$						

จากตารางที่ 5 แสดงว่าบทบาทตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเส้นทาง CORPOR PERFOR ส่งผลเชิงลบ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ (effect=-0.1826, t=-4.554) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 หมายความว่าหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับบทบาทความสำคัญของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างมาก ย่อมทำให้ผลการดำเนินงานลดลง ผลการวิจัยสามารถเชื่อมโยงกับโครงสร้างความสัมพันธ์ตัวแปรที่นำเสนอในกรอบแนวคิด เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วพบว่าทุกเส้นทางของตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการออนไลน์

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาระดับความสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ นวัตกรรมบริการ ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก (3.92) เป็นอันดับแรก เพราะตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อออนไลน์บนเว็บไซต์ที่มีกิจกรรมการซื้อและขายสินค้า/บริการระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ธุรกิจกับลูกค้า (B2C) ลูกค้ากับลูกค้า (B2C) และธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐ (B2G) ทำให้ครองส่วนแบ่งตลาดค่อนข้างสูง อีกทั้งมีการใช้เทคโนโลยีสูง ช่วยลดเวลาและต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมทางธุรกิจกับคู่ค้า ผลวิจัยสัมพันธ์กับแนวคิดของ Kim and Ahn (2006), Le (2002) และ Lee (1998) Lindsey et al. (1990) แนะนำว่า ปัจจุบันบริษัทหลายๆแห่งมีความเต็มใจที่จะใช้ตลาดกลางทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความสามารถทางเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการพัฒนาและรักษาแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพและใช้งานง่ายพร้อมฟังก์ชันมากมาย เพื่อให้บริการที่ดีที่สุดกับลูกค้าที่ซื้อสินค้าออนไลน์

นวัตกรรมบริการ ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก (3.89) อันดับสอง เพราะบทบาทสำคัญในการช่วยธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จในตลาดแข่งขันในปัจจุบัน เพราะนวัตกรรมบริการเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในสิ่งใหม่ ๆ มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเป็นรูปธรรมผ่านการประยุกต์ใช้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ พัฒนาความคิดและวิธีการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น และช่วยเพิ่มยอดขายและรายได้ของธุรกิจออนไลน์ สัมพันธ์กับงานของ Schumpeter (1954) และ Amit and Shoemaker (1993) แนะนำว่านวัตกรรมเป็นแหล่งสำคัญของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจออนไลน์ เพราะเป็นเส้นทางที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการแข่งขันที่เหนือกว่า และยังชี้ว่านวัตกรรมเป็นอันดับแรกๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน แนวคิดนี้ถูกนำมาสนับสนุนโดยนักวิชาการทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ นวัตกรรมเป็นทรัพยากรพื้นฐานที่ใช้ในการทำงานและเป็นความสามารถขององค์กรที่มีคุณค่าและเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก (3.88) เป็นอันดับสาม เพราะผู้ประกอบการต้องมีการนำนวัตกรรมใหม่ช่วยลดเวลา รวมถึงปรับปรุงเทคโนโลยีให้ทันสมัยเพื่อให้ธุรกิจ มีความสามารถทำกำไร สอดรับกับแนวคิดของ Singer and Edmondson (2008), Selvarajan et al. (2007) และ Marimuthu et al. (2009) สรุปว่าผลการดำเนินงานเป็นผลลัพธ์โดยรวมขององค์การเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ด้วยการรักษาสวนแบ่งการตลาด ความสามารถในการทำกำไรอย่างต่อเนื่อง และตำแหน่งที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน รวมถึงเป็นตัวบ่งชี้ที่ชี้แจงรูปธรรมและนามธรรมหรือใช้ในเกณฑ์การประเมินองค์การโดยรวมและความสำเร็จตามเป้าหมายทั้งด้านการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงินด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Yazici (2010) และ Santos and Brito (2012) สรุปว่า ผลการดำเนินธุรกิจวัดได้หลายวิธี ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลงานทางสังคม ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานทางการเงิน

ความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ค่าเฉลี่ยรวมระดับมาก (3.79) เป็นอันดับสุดท้าย ซึ่งต้องเน้นความคิดสร้างสรรค์ในการเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อเสนอขายสินค้าใหม่ ๆ ภายใต้การดำเนินงานเชิงรุกการจัดการความเสี่ยงเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ผลการวิจัยนี้สัมพันธ์กับการศึกษาของ Burgelman (1983) และ Vesper (1984) ที่สรุปว่าผู้ประกอบการต้องมีความเป็นผู้ประกอบการองค์การ เพื่อสร้างกระบวนการที่ธุรกิจต้องมีส่วนร่วม และเน้นการกระจายความเสี่ยงภายในธุรกิจ รวมถึงแนวคิดของ Kuratko et al. (2005) ได้สนับสนุนว่าการจัดการความเสี่ยงเป็นการให้อิสระในการทำงาน ภายใต้ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการประเมินงานและขอบเขตของธุรกิจเพื่อสร้างกำลังใจให้กับบุคลากรในองค์การ

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและนวัตกรรมบริการที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยนวัตกรรมบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์มากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.69 เพราะนวัตกรรมบริการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับองค์การ สอดคล้องกับการศึกษาของ Tsai and Wang (2017) และ Li et al. (2019) พบว่าประโยชน์ของการสร้างความสมดุลของนวัตกรรมบริการและความสามารถในการทางตลาดของการประกอบการธุรกิจออนไลน์ สามารถนำนวัตกรรมบริการมาปรับใช้และเกิดประโยชน์แก่ผลการดำเนินงานของธุรกิจได้เป็นอย่างดี โดยที่นวัตกรรมบริการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ และงานวิจัยของ Eisingerich et al. (2009) ได้เห็นพ้องกับผลงานวิจัยครั้งนี้ว่า นวัตกรรมบริการมีผลกระทบเชิงบวกในระดับมากต่อผลการดำเนินงานขององค์การ นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและผลดำเนินงานขององค์การยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยควบคุมตามบริบท (ประเภทองค์การ ประเภทนวัตกรรมที่นำมาประยุกต์ใช้ ปัจจัยของลูกค้าและทัศนคติต่อความเสี่ยง) เพราะองค์ประกอบเหล่านี้สนับสนุนด้วยเช่นกัน เพราะส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

รองลงมา คือ ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับนวัตกรรมบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.56 เพราะความเป็นผู้ประกอบการองค์การต้องมีความมุ่งมั่นและมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการเชื่อมโยงความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับนวัตกรรมบริการ สัมพันธ์กับการศึกษาของ Zahra and Covin (1995), Hanan (1976), Hill and Hlavacek (1972) และ Peterson & Berger (1971) ได้นำเสนอว่า ความเป็นผู้ประกอบการองค์การเป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพและความสามารถของบุคลากรภายในองค์การให้มีความสามารถคิด วิเคราะห์และแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เสมือนกับเป็นผู้ประกอบการเองโดยตรง และมีบทบาทสำคัญในการนำพาองค์การให้บรรลุจุดมุ่งหมายด้านผลกำไรและความสำเร็จ

ลำดับสุดท้ายความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.03 เพราะต้องเน้นความคิดสร้างสรรค์ในการเข้าสู่ตลาดใหม่เพื่อเสนอขายสินค้าใหม่ ๆ ภายใต้การจัดการความเสี่ยง อันเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานของ Afshar Jahanshahi et al. (2018) ได้นำเสนอว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการในองค์การกับผลการดำเนินงานทางการเงิน และการศึกษาของ Kuratko (2011), Iqbal et al. (2021), Kallio et al. (2015) สรุปว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความคิดสร้างสรรค์ในองค์การกับผลการดำเนินงานทางการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Uz Kurt et al. (2013) ได้ศึกษาบทบาทของนวัตกรรมมีส่วนสนับสนุนให้วัฒนธรรมองค์การส่งผลเชิงบวกแก่ความสำเร็จ/ผลดำเนินงานขององค์การธุรกิจ และการวิจัยของ Ungkanawin and payungsin (2018) ได้ศึกษานวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีผลต่อความสำเร็จพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจอีคอมเมิร์ซในกลุ่มอุตสาหกรรมการค้าปลีกและการค้าส่ง พบว่านวัตกรรมบริการและเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ส่วนอิทธิพลทางอ้อมพบว่า ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ โดยอ้อมผ่านนวัตกรรมบริการ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.39 เพราะนวัตกรรมบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว สะดวกและทำให้มีสมรรถนะสูงกว่าคู่แข่งหลัก สร้างความแตกต่างและเน้นประสิทธิภาพในการให้บริการของธุรกิจออนไลน์ สอดคล้องกับงานของ Li et al. (2008) และ Zhai (2010) นำเสนอว่าช่องทางของการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ต้องมีความรู้ด้านเทคนิคและการจัดการกับสมาชิกจำนวนมาก สำหรับลูกค้าที่ไม่รู้จักช่องทางการชำระเงินที่มีความหลากหลาย แต่คุ้นเคยกับช่องทางชำระเงินแบบเดิมๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ผลิตรายย่อยที่มีการสั่งซื้อจำนวนมากต้องมีการปรับตัวในการปฏิสัมพันธ์กับธุรกิจออนไลน์ ผ่านบริการแบบครบวงจรของแพลตฟอร์มผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ที่ให้บริการโดยช่องทางของการค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลกมีทั้งประโยชน์ทั้งผู้ประกอบการออนไลน์ ที่ให้บริการและลูกค้าที่ใช้บริการตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความพึงพอใจในผลประโยชน์ที่ได้รับของแต่ละฝ่าย

3. ผลการศึกษาบทบาทของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการองค์การและผลการดำเนินงาน ผลวิจัยสรุปได้ว่าบทบาทตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนเส้นทางของความเป็นผู้ประกอบการองค์การไปสู่ผลการดำเนินงานส่งผลเชิงลบด้วยค่าสัมประสิทธิ์ (effect=-0.1826, t=-4.554) หมายความว่าหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับบทบาทความสำคัญของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างมาก ย่อมทำให้ผลการดำเนินงานลดลง สัมพันธ์กับงานศึกษาของ Malone et al. (1987) และ Rao et al. (2007) สรุปว่าผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ต้องจัดเตรียมวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยให้การสนับสนุนขั้นตอนในกระบวนการปฏิบัติตามคำสั่งซื้อทั้งหมดด้วยความรวดเร็ว แต่ในบางสถานการณ์อาจต้องใช้พนักงานในการปฏิสัมพันธ์ เมื่อเกิดปัญหาในการทำธุรกรรม เพื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Grieger (2003) ที่นำเสนอว่าคุณลักษณะเฉพาะของตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายที่หลากหลายมารวมกันในพื้นที่ตลาดกลางแห่งเดียว แต่ยังคงต้องอาศัยพนักงานในการให้บริการควบคู่กันไป ด้วยเช่นกัน เพราะการดำเนินธุรกิจออนไลน์ต้องใช้ทั้งพนักงานและนวัตกรรมบริการความคู่กันไปผ่านตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ธุรกิจออนไลน์มีความสามารถในการแข่งขันระยะยาว

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

เชิงนโยบาย

ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวกลางให้ผู้ซื้อและผู้ขายได้มีการพบปะ แลกเปลี่ยนข้อมูลของสินค้าหรือบริการและการจ่ายเงินตามธุรกรรมที่เกิดขึ้นจากการซื้อขายสินค้าและบริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อทราบถึงโอกาสความต้องการในทางธุรกิจของแต่ละฝ่าย เพื่อประโยชน์ในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนและทำธุรกรรมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว และเกิดประสิทธิภาพ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนทักษะทางนวัตกรรมบริการของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ให้มีความทันสมัย มีความรู้ทางนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการออนไลน์ทักษะในการทำธุรกรรมด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยเพื่อเชื่อมต่อโลกเสมือนจริง เพื่อตอบสนองกับผู้บริโภค พร้อมทั้งกำหนดแผนยุทธศาสตร์และกำหนดทิศทางการเชิงกลยุทธ์ของการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในระยะยาว

เชิงวิชาการ

นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หน่วยงานของรัฐบาล เช่น กระทรวงพาณิชย์ ควรมีมาตรการในการขับเคลื่อนภาคธุรกิจและผู้ประกอบการดิจิทัล ผ่านการเตรียมความพร้อมให้บุคลากรทุกกลุ่มให้มีความรู้ในเชิงวิชาการและทักษะที่เหมาะสมต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพในยุคดิจิทัลในยุคปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงบนโลกของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เชิงการวิจัยครั้งต่อไป

ผลการวิจัยนี้เชิงสารสนเทศนี้สามารถนำไปอ้างอิงเชิงวิชาการหรืองานวิจัยในประเด็นของการบริหารธุรกิจ โดยเฉพาะผลการวิจัยด้านการตลาดพบว่าตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลในเชิงลบ (-0.1826) ต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับผลการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 เพราะตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง หากผู้ประกอบการขาดการดำเนินการเชิงรุกย่อมมีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจออนไลน์ได้ ดังนั้น นักวิจัยที่สนใจจะต่อยอดวิจัยนี้ควรนำตัวแปรคั่นกลาง เช่น ตลาดกลางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการมาหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการองค์การกับผลการดำเนินงาน เพื่อหารูปแบบการสร้างความสามารถในการแข่งขันผ่านนวัตกรรมดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- Afshar Jahanshahi, A., Nawaser, K., & Brem, A. (2018). Corporate entrepreneurship strategy: an analysis of top management teams in SMEs. *Baltic Journal of Management*, 13(4), 528-543.
- Amit, R., & Schoemaker, P. J. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic management journal*, 14(1), 33-46.
- Arshad, M., & Rehman, A. U. (2022). Corporate entrepreneurship: A systematic literature review. *Bulletin of Business and Economics*, 11(2), 44-63.
- Ballestar, M. T., Grau-Carles, P., & Sainz, J. (2018). Customer segmentation in e-commerce: Applications to the cashback business model. *Journal of Business Research*, 88, 407-414.
- Barrett, L. F. (2009). The future of psychology: Connecting mind to Brain. *Perspectives on Psychological Science*, 4(4), 326-339.
- Bartz, A. E. (1999). *Basics Statistical Concepts*. (4th ed.). Prentice Hall.
- Brewer, G. A., & Selden, S. C. (2000). Why elephants gallop: Assessing and predicting organizational performance in Federal Agencies. *Journal of Public Administration Research Theory*, 10(4), 685-712.
- Burgelman, R. A. (1983). A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm. *Administrative Science Quarterly*, 28(2), 223-244.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Calisto, M. D L., & Sarkar, S. (2017). Innovation and corporate entrepreneurship in service businesses. *Service Business*. 11(2), 581-600.
- Changli, F., Ruize, M., & Lin, J. (2020). The impact of service innovation on firm performance: A meta-analysis. *Journal of Service Management*. 32(3), 289-314.
- Cheng, C. C., & Sheu, C. (2018). Enhancing radical innovation: The interplays of open innovation activities, firm capabilities, and environmental dynamism. *Asian Journal of Technology Innovation*, 26(3), 369-397.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. Harper & Row.
- Department of Business Development. (2021). *Information on who registers online entrepreneurs*. Department of Business Development <https://www.trustmarkthai.com/th/> [In Thai]
- Dess, G. G., & Robinson Jr, R. B. (1984) Measuring organizational performance in the absence of objective measures: the case of the privately-held firm and conglomerate business unit, *Strategic Management Journal*. 5(3), 265-273.

- EconomySEA. (June 15, 2020). *Southeast Asia Digital Economy Report 2020*. Temasek. https://storage.googleapis.com/gweb-economysea.appspot.com/assets/pdf/Thailand-e-Conomy_SEA_2020_Country_Insights.pdf [In Thai]
- E-Conomy SEA. (2020). *e-Conomy SEA covers 6 countries in Southeast Asia*. GGV Capital. <https://nextbn.ggv.com>
- E-Conomy SEA. (2022). *Growing at ~17% YoY and Expected to Reach ~\$53B by 2025, the Digital Economy is Fuelled by E-commerce, But Travel Recovery Will Take Time*. Temasek. https://services.google.com/fh/files/misc/thailand_e_conomy_sea_2022_report.pdf [In Thai]
- Eisenmann, T. R. (2013). Entrepreneurship: A working definition. *Harvard Business Review*, 10(5), 1-3.
- Eisingerich, A. B., Rubera, G., & Seifert, M. (2009). Managing service innovation and interorganizational relationships for firm performance: to commit or diversify?. *Journal of Service Research*, 11(4), 344-356.
- Electronic Transactions Development Agency. (December 15, 2021). *Report on Internet User Behavior Survey in Thailand Year 2021*. ETDA. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx> [In Thai]
- Feng, C., Ma, R., & Jiang, L. (2021). The impact of service innovation on firm performance: a meta-analysis. *Journal of Service Management*, 32(3), 289-314.
- Grieger, M. (2003). Electronic marketplaces: A literature review and a call for supply chain management research. *European Journal of Operational Research*, 144(2), 280-294.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data Analysis*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.
- Hamidi, S., & Benabdeijlie, N. (2015). Managerial and technological innovations: Any relationship? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 181, 286-292.
- Hanan, M. (1976). *Venture Management: A Game Plan for Corporate Growth and Diversification*. McGraw-Hill.
- Hanci-Donmez, T., & Karacay, G. (2019). High-performance human resource practices and firm performance: Mediating effect of corporate entrepreneurship. *International Journal of Organizational Leadership*, 8, 63-77.
- Hassan, S., Nadzim, S. Z. A., & Shiratuddin, N. (2015). Strategic use of social media for small business based on the AIDA model. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 172, 262-269.
- Hill, R. M., & Hlavacek, J. D. (1972). The venture team: A new concept in marketing organization. *Journal of Marketing*, 36(3), 44-50.
- Hilman, H., & Kaliappen, N. (2015). Innovation strategies and performance: are they truly linked?. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 11(1), 48-63.
- Iqbal, S., Moleiro Martins, J., Nuno Mata, M., Naz, S., Akhtar, S., & Abreu, A. (2021). Linking entrepreneurial orientation with innovation performance in SMEs; The role of organizational commitment and transformational leadership using smart PLS-SEM. *Sustainability*, 13(8), 43-61.
- Iqbal, S., Rasheed, M., Khan, H., & Siddiqi, A. (2021). Human resource practices and organizational innovation capability: Role of knowledge management. *VINE Journal of Information Knowledge Management Systems*, 51(5), 732-748.
- Kallio, T. J., Kallio, K.M., & Blomberg, A. J. (2015). Physical space, culture and organisational creativity—a longitudinal study. *Facilities*, 33(5/6), 389-411.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 9-71.

- Kaplan, S., & Sawhney, M. (2000). E-hubs: the new B2B marketplaces. *Harvard Business Review*, 78(3), 97-97.
- Kaewchuer, S., Phungniran, B., & Kortana, T. (2019). Factors for success for online business entrepreneurs in the digital age. *The Journal of Industrial Technology*, 15(2), 33-44. [In Thai]
- Kahkha, A. O., Kahrazeh, A., & Armesh, H. (2014). Corporate entrepreneurship and firm performance important role of small and medium enterprise. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 4(6), 56-75. DOI:10.6007/IJARBS/v4-i6/916
- Karacaoglu, K., Bayrakdaroglu, A., & San, F. B. (2013). The impact of corporate entrepreneurship on firms' financial performance: Evidence from Istanbul stock exchange firms. *International Business Research*. 6(1), 163-175.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of innovation types on performance of manufacturing firms in Turkey. *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364.
- Kemp, R. G., Folkerling, M., De Jong, J. P., & Wubben, E. F. (2003). *Innovation and firm performance* (No. H 200207). Zoetermeer, The Netherlands: EIM.
- Kerlinger, G. N., & Pedhazur, E. J. (1973). *Multiple Regression in Behavioral Research*. Holt, Rinehart and Winston.
- Kian Chong, W., Shafaghi, M., Woollaston, C., & Lui, V. (2010). B2B e-marketplace: an e-marketing framework for B2B commerce. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(3), 310-329.
- Kim, M. S., & Ahn, J. H. (2006). Comparison of Trust of an Online Market-maker in the e-Marketplace: Buyer's and Seller's Perspective. *Journal of Computer Information Systems*, 47(1), 84-94.
- Krom, I. (2015). Global online entrepreneurship and the impact of innovation on brands. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 5(2), 90-101.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory Practice*, 29(6), 699-716.
- Kuratko, D. F. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 8-17.
- Le, T. T. (2002). Pathways to leadership for business-to-business electronic marketplaces. *Electronic Markets*, 12(2), 112-119.
- Lee, H. G. (1998). Do electronic marketplaces lower the price of goods? *Communications of the ACM*, 41(1), 73-80.
- Leekulpitak T. (2017). *Elements of Entrepreneurship of Rubber Wood Business in Thailand*. [Doctoral dissertation]. Christian University. [In Thai]
- Li, J., Li, X., & Gao, P. B. (2019, June). A Meta-analysis of the Relationship between Service Innovation and Firm Performance. In *6th International Conference on Management Science and Management Innovation (MSMI 2019)* (pp. 256-261). Atlantis Press.
- Li, Y., Wang, W., Zhu, Y., & Chen, J. (2008, September). A unified model of B2B E-marketplace adoption: Integrating the transactional and relational perspectives. In *2008 IEEE Symposium on Advanced Management of Information for Globalized Enterprises (AMIGE)* (pp. 1-5). IEEE.
- Lin, L. (2013). The impact of service innovation on firm performance. *The service industries journal*, 33(15-16), 1599-1632.

- Lindsey, D., Cheney, P. H., Kasper, G. M., & Ives, B. (1990). TELCOT: an application of information technology for competitive advantage in the cotton industry. *MIS Quarterly*, 347-357.
- Lu, Y., Zhao, L., & Wang, B. (2010). From virtual community members to C2C e-commerce buyers: Trust in virtual communities and its effect on consumers' purchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(4), 346-360.
- Luke, B., Verreynne, M.L., & Kearins, K. (2007). Measuring the benefits of entrepreneurship at different levels of analysis. *Journal of Management & Organization*, 13(4), 312-330.
- Madhoushi, M., Sadati, A., Delavari, H., Mehdivand, M., & Mihandost, R. (2011). Entrepreneurial orientation and innovation performance: The mediating role of knowledge management. *Asian Journal of Business Management*, 3(4), 310-316.
- Malone, T. W., Yates, J., & Benjamin, R. I. (1987). Electronic markets and electronic hierarchies. *Communications of the ACM*, 30(6), 484-497.
- Mamabolo, M. A., & Ravjee, B. (2019). The impact of corporate entrepreneurship on service innovation: A case of a South African banking institution. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1), 1-12.
- Marimuthu, M., Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: Evidence from developmental economics. *Journal of International Social Research*, 2(8), 265-272.
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2008). *Corporate Entrepreneurship and Innovation*, South-Western, Cengage Learning.
- Navimipour, N. J., & Soltani, Z. (2016). The impact of cost, technology acceptance and employees' satisfaction on the effectiveness of the electronic customer relationship management systems. *Computers in Human Behavior*, 55(2), 1052-1066.
- Office of Small and Medium Enterprise Promotion. (2019). *Enterprise Promotion Issue 4 (2017-2021)*. Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP). [In Thai]
- Otache, I., & Mahmood, R. (2015). Corporate entrepreneurship and business performance: The role of external environment and organizational culture: A proposed framework. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(4 S3), 524-531.
- Ozyilmaz, A. (2001). *Service innovation audit and the role of information technology (IT) in service innovation*. Rensselaer Polytechnic Institute ProQuest Dissertations Publishing, <https://www.proquest.com/openview/96a425480939216de46bed4a3634fe8d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Peterson, R. A., & Berger, D. G. (1971). Entrepreneurship in organizations: Evidence from the popular music industry. *Administrative Science Quarterly*, 97-106.
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper & Row.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*, 7(6), 77-90.
- Rao, S. S., Truong, D., Senecal, S., & Le, T. T. (2007). How buyers' expected benefits, perceived risks, and e-business readiness influence their e-marketplace usage. *Industrial Marketing Management*, 36(8), 1035-1045.
- Ryu, H. S., Lee, J. N., & Choi, B. (2015). Alignment between service innovation strategy and business strategy and its effect on firm performance: An empirical investigation. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 62(1), 100-113.

- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). Toward a Subjective Measurement Model for Firm Performance. *Brazilian Administration Review*, 9(6), 95-117.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Oxford University Press.
- Schumpeter, J. A. (1954). *History of Economic Thought*. George.
- Selvarajan, T. T., Ramamoorthy, N., Flood, P. C., Guthrie, J. P., MacCurtain, S., & Liu, W. (2007). The role of human capital philosophy in promoting firm innovativeness and performance: Test of a causal model. *The International Journal of Human Resource Management*, 18(8), 1456-1470.
- Singer, S. J., & Edmondson, A. (2008). When learning and performance are at odds: Confronting the tension chapter. *Learning Performance Matter*, 33(3), 45-67.
- Tsai, M. C., & Wang, C. (2017). Linking service innovation to firm performance: The roles of ambidextrous innovation and market orientation capability. *Chinese Management Studies*, 11(4), 730-750.
- Ungkanawin, K., & Payungsin S. (2018). Factors influencing behavior in making online shopping decisions for individual customers via the Internet in Muang District, Chonburi Province. *Burapha Paritat College of Commerce*, 13(2), 58-72. [In thai]
- Uzkurt, C., Kumar, R., & Ensari, N. (2013). Assessing organizational readiness for innovation: An exploratory study on organizational characteristics of innovativeness. *International Journal of Innovation Technology Management*, 10(04), 1350018.
- Vesper, K. H. (1984). *Three faces of corporate entrepreneurship: A pilot study*: University of Washington. Graduate School of Business.
- Vuorio, A., Torkkeli, L., & Sainio, L. M. (2020). Service innovation and internationalization in SMEs: Antecedents and profitability outcomes. *Journal of International Entrepreneurship*, 18, 92-123.
- Weisberg, J., Te'eni, D., & Arman, L. (2011). Past purchase and intention to purchase in e-commerce: The mediation of social presence and trust. *Internet Research*, 21(1), 82-96.
- Wiwattanakun, B. (2021). *Get to know B2C e-Commerce: Business model, payment model, and how to track market conditions*. Bank of Thailand. <https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Articles/pages/horizonpage.aspx> [In Thai]
- Xu, X., Munson, C. L., & Zeng, S. (2017). The impact of e-service offerings on the demand of online customers. *International Journal of Production Economics*, 184, 231-244.
- Yang, Y. F., Yang, L. W., & Chen, Y. S. (2014). Effects of service innovation on financial performance of small audit firms in Taiwan. *The International Journal of Business and Finance Research*, 8(2), 87-99.
- Yazici, S. (2010). Towards corporate sustainability: The link between business ethics, corporate governance and social responsibility. *Istanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 43, 1-17.
- Yuan, D., Hua, Z., & Junxi, Z. (2008). The financial and operating performance of Chinese family-owned listed firms. *Management International Review*, 48, 297-318.
- Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.
- Zhai, C. (2010, August). Research on post-adoption behavior of B2B e-marketplace in China. *In 2010 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1-5). IEEE.

อิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์
ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

The Influences of Research and Development Expenditure and Corporate
Income Tax towards the Stock Prices of Listed Companies on the Stock
Exchange of Thailand and the Market for Alternative Investment (MAI)

นรากรณ์ ไชยรัตน์

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

(ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

Naraporn Chairat

Lecturer of the Accountancy Program

Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University

E-mail: naraporn.j@psu.ac.th; Ph. 081-285-2914

(Corresponding Author)

วันที่ได้รับบทความ : 19 ตุลาคม 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ:

ครั้งที่ 1 : 6 ธันวาคม 2566

ครั้งที่ 2 : 15 ธันวาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 27 ธันวาคม 2566

พจนารถ ฤทธิเดช

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Potchanart Ritthidach

Lecturer of the Accountancy Program

Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University

E-mail: potchanart.r@psu.ac.th; Ph. 091-915-1453

ปาริชาติ บุรพาศิริวัฒน์

อาจารย์ประจำหลักสูตรบัญชีบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

Parichart Burapasirawat

Lecturer of the Accountancy Program

Faculty of Commerce and Management, Prince of Songkla University

E-mail: parichart.b@psu.ac.th; Ph. 081-676-7808

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคล ที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เก็บข้อมูลระหว่างปี พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2564 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 204 บริษัท โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของบริษัทจำนวน 1,020 ฉบับ และรวบรวมข้อมูลรายจ่ายวิจัยและพัฒนา รายจ่ายภาษีนิติบุคคล และมูลค่าหลักทรัพย์วัดจากราคาหุ้นเฉลี่ยก่อนและหลังสามวันของวันที่ประกาศรายงานประจำปี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ด้วย สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า รายจ่ายวิจัยและพัฒนา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อมูลค่าหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ไม่พบอิทธิพลของรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ นอกจากนี้ยังพบอิทธิพลเชิงบวกของขนาดของกิจการ ความสามารถในการทำกำไร และอายุของกิจการต่อมูลค่าหลักทรัพย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัยนี้สามารถเป็นข้อมูลให้กับผู้บริหารของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์การลงทุน รวมถึงนักลงทุนใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการลงทุนและบริหารความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการลงทุนในอนาคต

คำสำคัญ: รายจ่ายวิจัยและพัฒนา, รายจ่ายภาษีนิติบุคคล, มูลค่าหลักทรัพย์, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

ABSTRACT

The objective of this research was to study the influences of research and development expenditure and corporate income tax towards the Stock Prices of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand and the Market for Alternative Investment (MAI). The sample group consisted of 204 companies, and data were collected between 2017 and 2021 by using simple random sampling. The 1,020 annual registration statements (Form 56-1) and annual reports of the companies were compiled to obtain data on research and development expenditure, corporate income tax, and stock prices measured from the average stock prices three days before and after the date of annual report announcements. The data were analyzed using the descriptive statistics and the inferential statistics with multiple regression analysis. The results of the study revealed that research and development expenditure had a positive influence stock prices at the statistical significance level of 0.01. On the other hand, it did find the influence of corporate income tax towards stock prices. Moreover, it found a positive influence of the size of the firm, profitability, and the age of the business aspects towards stock prices at the statistical significance level of 0.01. The result of the study should be the information for management of the Stock Prices of Listed Companies on the Stock Exchange of Thailand and the Market for Alternative Investment (MAI) to create their investment strategies implementation. Moreover, investors can use the information for investment planning as well as risk management planning in the future.

Keywords: Research and Development Expenditure, Corporate Income Tax, Stock Price, The Stock Exchange of Thailand, and The Market for Alternative Investment (MAI)

บทนำ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ประกาศโมเดลไทยแลนด์ 4.0 ปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” โดยมีฐานการคิด คือ เปลี่ยนการผลิตสินค้าในรูปแบบโมดัลิตี้ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนการขับเคลื่อนประเทศจากภาคอุตสาหกรรม นำไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เปลี่ยนการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัว และให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อคิดค้นนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการสามารถแข่งขันและอยู่รอดต่อไปได้ (The Secretariat of the Prime Minister Government House, 2017) สอดคล้องกับ Basgoze and Sayin (2013) พบว่าการลงทุนการวิจัยและพัฒนาจะช่วยสร้างมูลค่าให้กับบริษัท สร้างคุณค่าของตราสินค้า เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทที่ได้รับมาจากการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถป้องกันการลอกเลียนแบบของคู่แข่งได้ ผลการสำรวจข้อมูลค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนา รอบการสำรวจปี 2563 พบว่าการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทย ตั้งแต่มีการประกาศนโยบายไทยแลนด์ 4.0 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 ประเทศไทยมีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาจำนวนทั้งสิ้น 193,072 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 70.02 และมีมูลค่าการลงทุนจากแหล่งดำเนินการในภาคเอกชนในสัดส่วนที่มากที่สุด (National Research Council of Thailand, 2021) สอดคล้องกับ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์อย่างชัดเจนในด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายคือ 1) เพิ่มความเข้มแข็งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 2) เพิ่มความสามารถในการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต บริการ และคุณภาพชีวิตของประชาชน ซึ่งแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และสังคมได้อย่างแท้จริง (Office of the National Economic and Social Development Council, 2017) ดังนั้นค่าใช้จ่ายวิจัยและพัฒนาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะช่วยเพิ่มจำนวนนวัตกรรมของประเทศได้ (Yodudom et al., 2020)

มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน กำหนดเกณฑ์ในการรับรู้รายการเกี่ยวกับรายจ่ายในการวิจัยและพัฒนา โดยที่กิจการต้องรับรู้รายจ่ายที่เกิดจากการวิจัยเป็นค่าใช้จ่าย และรับรู้รายจ่ายที่เกิดจากการพัฒนาเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ตามเกณฑ์ที่มาตรฐานการบัญชีกำหนดไว้ ต้องแสดงรายการและเปิดเผยข้อมูลในงบการเงินด้วยจำนวนรวมของรายจ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างงวดซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา (Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King, 2020) ซึ่งการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาจะเกิดประโยชน์ต่อกิจการหรือนักลงทุนได้อย่างแท้จริงหรือไม่นั้น สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) (Spence, 1973) โดยจะอธิบายถึงพฤติกรรมของผู้บริหารที่ส่งสัญญาณในเรื่องต่างๆ เพื่อให้นักลงทุนได้ประเมินสถานการณ์ของกิจการที่กำลังเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อเนื่องในอนาคต (Chatiwong, 2018) หากบริษัทมีรายจ่ายวิจัยและพัฒนาจะมีผลกำไรมากขึ้นกว่าบริษัทที่มีรายจ่ายวิจัยและพัฒนาน้อย ซึ่งการวิจัยและพัฒนานั้นย่อมก่อให้เกิดนวัตกรรมที่จะทำให้บริษัทเติบโตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Nord, 2011) นักลงทุนอาจให้ความสนใจในกิจการที่มีการวิจัยและพัฒนา ซึ่งจากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนามกับมูลค่าหลักทรัพย์ Suttipun (2021) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ เนื่องจากการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอาจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จก็ได้ ดังนั้นนักลงทุนจะหลีกเลี่ยงการลงทุนในความไม่แน่นอนของบริษัท (Mozafari, 2017) ในทางกลับกัน Han and Manry (2004) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับรายจ่ายการวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายโฆษณาของกิจการในประเทศเกาหลี พบว่า รายจ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา มีความเกี่ยวข้องในทางบวกกับมูลค่าหลักทรัพย์ โดยสอดคล้องกับ Gharbi et al. (2014) ที่พบว่าบริษัทที่มุ่งเน้นการวิจัยและพัฒนาจะมีผลตอบแทนจากหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นเช่นกัน สำหรับการศึกษาในประเทศไทย Suttipun (2021) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ แต่เมื่อแยกรายจ่ายเป็นรายจ่ายวิจัยและรายจ่ายเพื่อการพัฒนา พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างรายจ่ายเพื่อการพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ ขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยกับมูลค่าหลักทรัพย์

นอกจากการวิจัยและพัฒนาแล้วบริษัทยังมีรายจ่ายที่เกิดขึ้นอีกหลายรายการ ซึ่งรายจ่ายภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นรายจ่ายอีกหนึ่งรายการที่ต้องจ่ายเมื่อกิจการมีกำไร โดยคำนวณจากกำไรสุทธิทางบัญชีที่ผ่านการปรับปรุงตามมาตรา 65 ทวิ และ 65 ตรี ตามประมวลรัษฎากร (Sirikunchoat et al., 2023) เมื่อกิจการได้ผลกำไรตามประมวลรัษฎากรแล้ว สำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ไม่ใช่ SMEs จะต้องคำนวณเพื่อเสียภาษีร้อยละ 20 ของกำไรสุทธิทางภาษี และกิจการต้องนำภาษีเงินได้รอตัดบัญชีมาปรับปรุงกับรายจ่ายภาษีในงวดปัจจุบันเพื่อให้ได้จำนวนค่าใช้จ่ายภาษีในงวดนั้น โดยนำเสนอข้อมูลในงบกำไรขาดทุนและเปิดเผยรายการรายละเอียดภาษีงวดปัจจุบันและภาษีเงินได้รอตัดบัญชีทั้งหมดในหมายเหตุประกอบงบการเงิน (Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King, 2019) เพื่อให้ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับภาษีเงินได้รอตัดบัญชี ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ ผู้บริหารสามารถใช้วางแผนการจัดการกำไรได้ (Rukprasoot & Tulyanond, 2022) โดยการส่งเสริมของภาครัฐในเรื่องของการวิจัยและพัฒนาต่อมาตรการภาษี เช่น ในปี 2559 ได้มีการประกาศพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 598) (The Revenue Department, 2016) ระบุว่าให้ยกเว้นเงินได้เป็นจำนวนร้อยละ 100 ของรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้แก่หน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ตามที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด ซึ่งมีผลเท่ากับหักรายจ่ายได้ 200% ของรายจ่ายที่ได้จ่ายไปเพื่อการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับที่จ่ายไปตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2559 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2562 ทั้งนี้ Chotsuwan and Tongkong (2019) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า บริษัทที่มีอัตราภาษีต่อสินทรัพย์รวมมีค่าน้อยหรือมีการวางแผนภาษีมากจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ Hamza and Zaatir (2021) หากกิจการมีรายจ่ายทางภาษีเพิ่มขึ้นจะส่งผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ที่ต่ำลง นอกจากนี้ Kulsiriwanit (2021) พบว่า การวางแผนภาษีของกิจการที่วัดค่าด้วยอัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) มีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการ สำหรับการวางแผนภาษีที่วัดด้วยอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงไม่มีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการ (Wongwiwat, 2019) แต่ในทางกลับกัน Thomas and Zhang (2011) กล่าวว่า รายจ่ายทางภาษีส่งผลต่อผลตอบแทนในอนาคตของกิจการหมายความว่ากิจการที่มีรายจ่ายทางภาษีมากหมายถึงความสามารถในการทำกำไรมากจึงส่งผลให้กิจการมีมูลค่าหลักทรัพย์และผลตอบแทนในอนาคตเพิ่มขึ้นนั่นเอง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องปรากฏผลการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนาต่อมูลค่าหลักทรัพย์ยังมีน้อย อีกทั้งไม่พบการศึกษาจากตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ และจากผลการวิจัยเกี่ยวกับรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ที่ผ่านมามีผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกัน ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลว่ามีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์หรือไม่ เพื่อตอบปัญหาวิจัยที่ว่าความสัมพันธ์ของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าหลักทรัพย์มากน้อยเพียงใด ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคล กับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีสัญญาณ (Signaling Theory) Spence (1973) อธิบายถึงแนวคิดการส่งสัญญาณที่ผู้บริหารมีข้อมูลข่าวสารของกิจการมากกว่านักลงทุน การตัดสินใจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างเงินทุนของกิจการจะเป็นการส่งสัญญาณให้นักลงทุนรับรู้ได้ว่าผู้บริหารจะมีแนวทางในการบริหารบริษัทต่อไปอย่างไร แสดงให้เห็นว่าตลาดรับรู้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นสัญญาณที่บ่งบอกถึงพฤติกรรมของผู้บริหารต่ออนาคตของบริษัทซึ่งอาจมีผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ (Thooltaisong & Boonmunewai, 2019) นักลงทุนสามารถใช้เป็นข้อมูลในการประเมินสถานการณ์ของบริษัทที่กำลังเกิดขึ้นและอาจส่งผลกระทบต่อเงินปันผลในอนาคต (Chatiwong, 2018) เช่น การที่บริษัทลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาเป็นการส่งสัญญาณแก่นักลงทุนให้เห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรในระยะยาวในด้านต่าง ๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคิดค้นวิธีการผลิตที่ทันสมัย การเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ซึ่งเหล่านี้เป็นการปฏิบัติงานที่ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมทั้งการที่กิจการมีการวางแผนภาษีและมีค่าใช้จ่ายภาษีที่น้อยลงจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นในอนาคตเป็นการส่งสัญญาณให้กับนักลงทุนได้ประเมินถึงผลกระทบที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ หากกิจการมีผลประกอบการที่ดีจะทำให้มูลค่าหลักทรัพย์ปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ (Thooltaisong & Boonmunewai, 2019)

ทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) Fiedler (1973) อธิบายถึงการบริหารเชิงสถานการณ์ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา อาจไม่มีกลยุทธ์หรือวิธีการจัดการปัญหาที่ดีที่สุด ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของผู้บริหารที่จะเลือกใช้กลยุทธ์หรือวิธีการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งการดำเนินงานของกิจการภายใต้สถานการณ์ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนองค์กรด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม หากองค์กรสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปเพื่อสร้างโอกาสที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้นและดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องในยุคปัจจุบัน (Pimonrattnakan et al., 2022) การที่บริษัทลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นการตัดสินใจของผู้บริหารในการจัดการองค์กรเพื่อความอยู่รอดและขับเคลื่อนองค์กรให้สามารถดำเนินงานไปได้ตามเป้าหมายและเพื่อให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีในอนาคต

ดังนั้น ทฤษฎีสัญญาณและทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ จะถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ เนื่องจากการที่ผู้บริหารตัดสินใจเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลขององค์กร ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน รายจ่ายดังกล่าวนั้นอาจเป็นการส่งสัญญาณจากกิจการไปยังผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น นักลงทุนสามารถตัดสินใจพิจารณาการลงทุน โดยประเมินจากมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการได้

รายจ่ายวิจัยและพัฒนา (Research and Development Expenditure) เป็นรายจ่ายที่กิจการจ่ายเพื่อสำรวจตรวจสอบตามที่วางแผนและริเริ่มเพื่อให้ได้ความรู้และความเข้าใจใหม่ทางด้านวิทยาศาสตร์หรือทางเทคนิค พร้อมนำผลการวิจัยหรือความรู้ที่ได้มาใช้ในการแผนการดำเนินงาน หรือออกแบบเพื่อผลิตสิ่งใหม่ที่ดีขึ้น ก่อนที่จะเริ่มดำเนินการผลิตหรือการใช้ในเชิงพาณิชย์ อาจเป็น วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ระบบ หรือบริการ (Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King, 2020) ซึ่งข้อมูลรายจ่ายวิจัยและพัฒนาของงานวิจัยนี้เป็นรายจ่ายที่อยู่ในขั้นของการพัฒนาที่ถูกรับรู้และจัดประเภทรายการเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตนตามเกณฑ์ของมาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 38 เรื่อง สินทรัพย์ไม่มีตัวตน โดยแสดงรายการในงบแสดงฐานะการเงินสุทธิจากค่าตัดจำหน่ายสะสมที่เป็นค่าใช้จ่ายระหว่างงวดทุกปี

รายจ่ายภาษีนิติบุคคล (Corporate income tax) มาตรฐานการบัญชีฉบับที่ 12 เรื่องภาษีเงินได้ได้ให้ความหมายของค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ไว้ดังนี้ ค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ คือ ผลรวมของภาษีเงินได้งวดปัจจุบัน (Current Tax) และภาษีเงินได้รอตัดบัญชี (Deferred Tax) ที่ใช้ในการคำนวณกำไรหรือขาดทุนสำหรับงวด โดยค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ต้องคำนวณจากสินทรัพย์ภาษีเงินได้รอตัดบัญชี และหนี้สินภาษีเงินได้รอตัดบัญชีที่เกิดจากผลต่างชั่วคราวและรับรู้รายการเพื่อให้ได้มูลค่าค่าใช้จ่าย (รายได้) ภาษีเงินได้ในแต่ละปี (Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King, 2019) ซึ่งภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีอากรประเภทหนึ่งที่บัญญัติไว้ในประมวลรัษฎากร จัดเก็บจากเงินได้ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล โดยผู้มีหน้าที่เสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ได้แก่ บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (Sirikunchoat et al., 2023) และหมายความรวมถึงนิติบุคคลอื่น ๆ ที่ไม่ได้จดทะเบียนตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ด้วย ภาษีเงินได้นิติบุคคลคำนวณจากเงินได้ที่ใช้เป็นหลักฐานในการคำนวณภาษีคูณด้วยอัตราภาษีที่กำหนด ดังนั้น เงินได้ที่ต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลหรือฐานภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้นได้บัญญัติฐานการจัดเก็บภาษีไว้ทั้งหมด 4 ฐาน (1) ฐานกำไรสุทธิ (2) ฐานรายได้ก่อนหักรายจ่าย (3) เงินได้ที่จ่ายจากหรือจ่ายในประเทศไทย และ (4) การจำหน่ายกำไรออกไปนอกประเทศ โดยทั่วไปการจัดเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลจะจัดเก็บจากฐานกำไรสุทธิ ซึ่งคำนวณจากรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการหรือเนื่องจากกิจการ ที่เกิดขึ้นในรอบระยะเวลาบัญชี การคำนวณกำไรสุทธิตามหลักการบัญชีให้เป็นกำไรสุทธิเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลนั้นต้องใช้เกณฑ์สิทธิ์ และคำนวณตามมาตรา 65 ทวิ 65 ตริ มาตรา 70 ตริ มาตรา 71 ทวิ มาตรา 71 ตริ และเมื่อกิจการได้กำไรเพื่อเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลแล้วให้กิจการคำนวณภาษีจากฐานภาษีคูณด้วยอัตราภาษีที่กำหนด ซึ่งอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมายกำไรสุทธิของประเทศไทยปัจจุบันสำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ไม่ใช่ SMEs คือ อัตราร้อยละ 20 ถึงแม้ว่าจะเป็นอัตรากึ่งที่แต่ความสามารถในการบริหารของผู้บริหารของแต่ละกิจการก็จะทำให้การจ่ายภาษีสามารถลดลงได้จากการนำสิทธิประโยชน์ทางภาษีมลดหย่อนภาษี (Wangweang, 2019) เดิมประเทศไทยกำหนดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ไม่ใช่ SMEs อัตราร้อยละ 30 แต่ในปี 2555 ได้ลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลลงเหลือร้อยละ 23 ต่อมาในปี 2556 ลดลงเหลือร้อยละ 20 และใช้จนถึงปัจจุบัน (The Revenue Department, 2011) ทั้งนี้การลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลส่งผลกระตุ้นการลงทุนของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทั้งทางสถิติและทางเศรษฐศาสตร์โดยเพิ่มการลงทุนระหว่างบริษัททั้งในประเทศและต่างประเทศ (Muthitacharoen, 2021) สอดคล้องกับ Chodchaungnirun (2020) พบว่าการลดอัตราภาษีทางตรงลงร้อยละ 5 จะส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเจริญเติบโตสูงขึ้นเมื่อมีการลดอัตราภาษีจะส่งผลให้รายจ่ายภาษีนิติบุคคลของกิจการลดน้อยลง

มูลค่าหลักทรัพย์ (Stock Price) หรือราคาหุ้น จะถูกกำหนดราคาจากปัจจัยด้านผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับ และจากปัจจัยด้านความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนจะต้องเผชิญจากการลงทุนในหลักทรัพย์ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนั้นเป็นผลจากการดำเนินงานของบริษัท รูปแบบธุรกิจ การก่อหนี้ รวมไปถึงแนวโน้มภาวะอุตสาหกรรม ภาวะเศรษฐกิจ และตลาดหุ้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ หากภาวะเศรษฐกิจดีมูลค่าหลักทรัพย์ก็มักจะเพิ่มขึ้น เพราะนักลงทุนมองเห็นโอกาสที่บริษัทจะมีกำไรเพิ่มขึ้นหรือขาดทุนน้อยลง จากการที่ประชาชนมีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นส่งผลให้ยอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น บริษัทก็จะสามารถจ่ายผลตอบแทนให้แก่ผู้ลงทุนได้มากขึ้นเช่นเดียวกัน ในส่วนของภาวะอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมอยู่ในช่วงขาขึ้นมูลค่าหลักทรัพย์ก็มักจะปรับตัวขึ้น เนื่องจากนักลงทุนสามารถคาดการณ์ผลกำไรของบริษัทในอุตสาหกรรมนั้นๆ อีกทั้งผลการดำเนินงานของบริษัทเป็นตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานโดยตรง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจ กลยุทธ์ของบริษัท และความสามารถของผู้บริหารในการตัดสินใจต่าง ๆ (The Stock Exchange of Thailand, 2021b) เพื่อแสดงถึงการกระจายข้อมูลที่สะท้อนถึงความเป็นจริงของมูลค่าหลักทรัพย์ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้มูลค่าหลักทรัพย์เฉลี่ยก่อนและหลังสามวัน (บาท) ของวันที่ประกาศรายงานประจำปี (Choomnirat et al., 2022) มีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{มูลค่าหลักทรัพย์เฉลี่ย} = \frac{P1 + P2 + P3 + P4 + P5 + P6 + P7}{7 \text{ วัน}}$$

การแทนค่าตัวแปร

P1 - P3 = มูลค่าหลักทรัพย์ก่อนวันที่ประกาศรายงานประจำปีสามวัน

P4 = มูลค่าหลักทรัพย์วันที่ประกาศรายงานประจำปี

P5 - P7 = มูลค่าหลักทรัพย์หลังวันที่ประกาศรายงานประจำปีสามวัน

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งขององค์กรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนกระบวนการดำเนินงาน (Chamber et al., 2002) ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมที่จะทำให้บริษัทเติบโตและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (Nord, 2011) อย่างไรก็ตามบริษัทอาจต้องตัดสินใจใช้เงินจำนวนมากเพื่อลงทุนในกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในระยะสั้นสำหรับการลงทุนในหุ้นสามัญของบริษัท (Franzen & Radhakrishnan, 2009) จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนากับมูลค่าหลักทรัพย์ Saad and Zantout (2009) และ Franzen and Radhakrishnan (2009) พบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนากับมูลค่าหลักทรัพย์ เนื่องจากการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาอาจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ประสบความสำเร็จก็ได้ ดังนั้นนักลงทุนจะหลีกเลี่ยงการลงทุนในความไม่แน่นอนของบริษัท แต่ในขณะที่งานวิจัยของ Han and Manry (2004) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนากับมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ Gharbi et al. (2014) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนากับมูลค่าหลักทรัพย์เช่นกัน เนื่องจากบริษัทลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงนักลงทุน สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับรายจ่ายวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยนั้นยังมีน้อยพบเพียงงานวิจัยของ Akaphol (2007) ได้นำรายจ่ายวิจัยและพัฒนาใช้เป็นตัวแปรในการหาความสัมพันธ์กับผลตอบแทนของหลักทรัพย์ ผลการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสอง ส่วนงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ พบเพียงงานของ Suttipun (2021) ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ ทั้งนี้ภายใต้สถานการณ์ที่รัฐบาลผลักดันเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเพิ่มมากขึ้นดังเห็นได้จากรายจ่ายวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (National Research Council of Thailand, 2021) ดังนั้น จากผลการศึกษาที่ยังมีความขัดแย้งกันอีกทั้งแนวโน้มของการวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารที่มุ่งเน้นการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา รายจ่ายวิจัยและพัฒนา อาจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าหลักทรัพย์ กล่าวคือกิจการที่มีรายจ่ายวิจัยและพัฒนามากจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น ผู้วิจัยจึงตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H1: รายจ่ายวิจัยและพัฒนา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าหลักทรัพย์

จากการศึกษางานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับรายจ่ายภาษีนิติบุคคลมีผลการศึกษาที่แตกต่างกัน Chotsuwan and Tongkong (2019) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีกับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า บริษัทที่มีการวางแผนภาษีมาก มูลค่าหลักทรัพย์จะลดลง ซึ่งการวางแผนภาษีวัดจากรายจ่ายภาษีต่อสินทรัพย์รวม หากกิจการมีรายจ่ายภาษีมากจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ Hamza and Zaatir (2021) พบว่าการแก้ปัญหาทางภาษีแบบเชิงรุกมีผลต่อความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตกต่ำของมูลค่าหลักทรัพย์ Blaufus et al. (2016) ศึกษาเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลและปฏิกริยามูลค่าหลักทรัพย์พบว่าการลดหย่อนภาษีด้วยวิธีการถูกต้องตามกฎหมาย จะทำให้มูลค่าหลักทรัพย์เป็นบวก นั้นหมายความว่าหากกิจการมีรายจ่ายทางภาษีที่ลดลงเพราะการบริหารจัดการภาษีที่ดี จะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Irawan and Turwanto (2020) พบว่านโยบายทางภาษีจะมีผลด้านลบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ ดังนั้นหากมีนโยบายทางภาษีที่ส่งผลต่อการเสียภาษีที่น้อยลงของกิจการจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ารายจ่ายภาษีนิติบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าหลักทรัพย์กล่าวคือกิจการที่มีรายจ่ายภาษีนิติบุคคลมากจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์ลดลง ผู้วิจัยจึงตั้งเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H2: รายจ่ายภาษีนิติบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับมูลค่าหลักทรัพย์

นอกจากนี้ได้มีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการ ซึ่งถูกใช้เป็นตัวแปรควบคุม ดังนี้

ขนาดของกิจการ การศึกษาเกี่ยวกับขนาดของกิจการที่วัดค่าจากสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นงวด งานวิจัยของ Sharif et al. (2015) พบว่าขนาดของกิจการมีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์บาห์เรน สอดคล้องกับ Phongkasem et al. (2022) และ Wangcharoendate (2023) พบขนาดของกิจการส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่าหลักทรัพย์เช่นกัน

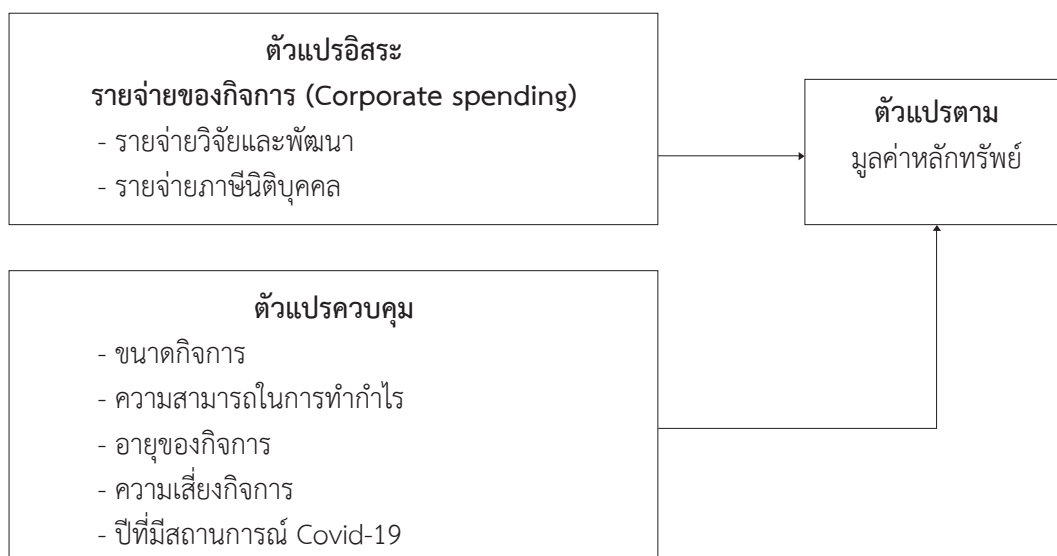
ความสามารถในการทำกำไร การศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไรที่วัดค่าจากอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม Manoppo (2015) พบว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ในเชิงบวก สอดคล้องกับการศึกษาของ Haryanti and Murtiasih (2019) ที่พบความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นกัน

อายุของกิจการ งานวิจัยของ Chuairuang et al. (2022) ผลการศึกษาพบว่าอายุการดำเนินงานมีผลเชิงบวกต่อมูลค่าหลักทรัพย์ ซึ่งสอดคล้องกับ Matemilola et al. (2017) พบว่ากิจการที่มีอายุการดำเนินงานมากย่อมมีทุนและประสบการณ์ในการดำเนินงานมากกว่ากิจการที่มีอายุน้อย

ความเสี่ยงของกิจการ การศึกษาเกี่ยวกับความเสี่ยงของกิจการที่วัดค่าจากหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น งานวิจัยของ Wongsakun and Dampitakse (2021) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นำมาศึกษา ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภค และ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ สำหรับอัตราส่วนทางการเงินที่นำมาศึกษา ได้แก่ อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น อัตราส่วนราคาหุ้นต่อมูลค่าทางบัญชี และอัตราส่วนกำไรต่อหุ้น ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนกำไรต่อหุ้น และอัตราส่วนราคาหุ้นต่อมูลค่าทางบัญชีมีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ในทางบวก ในขณะที่อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น มีอิทธิพลไปในทิศทางตรงข้ามกับมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ Seenuan (2015) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อมูลค่าหลักทรัพย์และการจ่ายเงินปันผลบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา: กลุ่มธุรกิจเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับมูลค่าหลักทรัพย์ในทิศทางตรงกันข้าม

ปีที่มีสถานการณ์ Covid-19 งานวิจัยที่ศึกษาถึงความเกี่ยวข้องกับมูลค่าหลักทรัพย์ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19 พบงานวิจัยของ Nittayakamolphon et al. (2023) ซึ่งพบว่าการแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อดัชนีหลักทรัพย์ราคาตลาดหลักทรัพย์เอ็มเอไอเท่านั้น สอดคล้องกับ Kobkanjanapued and Chotkunakitti (2021) พบว่าในสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 ส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์ มูลค่าตามบัญชี กำไรทางบัญชี และกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน ช่วงก่อนและช่วงเกิดการแพร่ระบาด COVID-19 มีความแตกต่างกัน

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดของงานวิจัย เรื่องอิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ครอบคลุมระยะเวลาบัญชีปี พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2564 โดย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2564 มีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 658 บริษัท และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ 183 บริษัท รวมเป็นบริษัทจดทะเบียน 841 บริษัท (The Stock Exchange of Thailand, 2021a) เหตุผลที่เลือกกลุ่มตัวอย่างจากทั้งสองตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการซื้อขายหลักทรัพย์ของบริษัทที่ขึ้นทะเบียนไว้เพื่อระดมเงินทุนจากสาธารณะได้โดยสะดวก ช่วยขยายฐานภาษีของรัฐบาล เนื่องจากการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานและโปร่งใส จัดทำรายงานทางการเงินตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินซึ่งให้ข้อมูลและรายงานทางการเงินเป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน เจ้าหน้าที่ของบริษัท รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมูลค่าการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แสดงถึงดัชนีชี้วัดการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และเหตุผลที่ศึกษาระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2560 – พ.ศ.2564 เนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2558 และประกอบกับข้อมูลรายจ่ายวิจัยและพัฒนาของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2559 เป็นต้นมา มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน (The Stock Exchange of Thailand, 2023) นอกจากนี้ต้องปฏิบัติตามแนวทางการปฏิบัติภายหลังเข้าจดทะเบียนซึ่งกำหนดโดยสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) โดยบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จะมีความแตกต่างกันเพียงทุนจดทะเบียนและส่วนของผู้ถือหุ้น

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยลำดับแรกแบ่งกลุ่มตามตลาดหลักทรัพย์ได้แก่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (MAI) ลำดับ ต่อมาแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 7 ประเภท และทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Thanjunpong et al., 2021) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 204 บริษัท ที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ ข้อมูลจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของกลุ่มตัวอย่างระยะเวลา 5 ปี มีจำนวนเท่ากับ 1,020 ฉบับ การศึกษาครั้งนี้ไม่รวมบริษัทที่มีข้อมูลงบการเงินและข้อมูลตามแบบ 56-1 ที่ไม่สมบูรณ์ บริษัทจดทะเบียนที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการหรือถูกถอดถอนออกจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมการเงิน ได้แก่ ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจการเงิน ธุรกิจธนาคาร และกองทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น กองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์เพื่อการลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ จำนวนกลุ่มตัวอย่างแสดงดังตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

	SET	MAI	รวม
บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์	658	183	841
หัก บริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการเงิน	67	10	77
บริษัทที่อยู่ในกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์และกองทรัสต์	59	-	59
บริษัทที่อยู่ที่อยู่ระหว่างฟื้นฟูกิจการ	3	-	3
จำนวนบริษัทคงเหลือ	529	173	702
หัก บริษัทที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์	361	137	498
จำนวนบริษัทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคงเหลือ	168	36	204
จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ระยะเวลา 5 ปี (SET 168 บริษัท x 5 ปี และ MAI 36 บริษัท x 5ปี)	840	180	1,020

ตาราง 1 แสดงกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย (ต่อ)

	SET	MAI	รวม
จำนวนบริษัทกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม			
1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	14	3	17
2. สินค้าอุปโภคบริโภค	10	6	16
3. สินค้าอุตสาหกรรม	31	10	41
4. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	28	5	33
5. ทรัพยากร	22	3	25
6. บริการ	47	7	54
7. เทคโนโลยี	16	2	18
รวม	168	36	204

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยเก็บข้อมูลจากงบการเงิน แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของบริษัท รวมถึงข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ของสำนักคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ และ SET Market Analysis and Reporting Tool (www.setsmart.com) ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ รวบรวมข้อมูลจากงบการเงินรวม หรืองบการเงินเฉพาะกิจการ (กรณีที่ไม่มีบริษัทย่อย) ซึ่งประกอบด้วย งบแสดงฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และหมายเหตุประกอบงบการเงิน และข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยวิเคราะห์เป็นรายปี ระหว่างปี พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2564 รวม 5 ปี ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรและการวัดค่าตัวแปรดังนี้

ตารางที่ 2 ตัวแปรและการวัดค่าตัวแปร

ตัวแปร	คำย่อ	การวัดค่าตัวแปร
ตัวแปรตาม		
มูลค่าหลักทรัพย์	PRICE	มูลค่าหลักทรัพย์เฉลี่ยก่อนและหลังสามวันของวันที่ประกาศรายงานประจำปี (Choomnirat et al., 2022)
ตัวแปรอิสระ		
1. รายจ่ายวิจัยและพัฒนา	R&D	ลอการิทึมธรรมชาติของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา
2. รายจ่ายภาษีนิติบุคคล	TAX	รายจ่ายภาษีนิติบุคคล (ล้านบาท)
ตัวแปรควบคุม		
1. ขนาดกิจการ	SIZE	ลอการิทึมธรรมชาติของสินทรัพย์รวม ณ วันสิ้นงวด (Phongkasem et al., 2022)
2. ความสามารถในการทำกำไร	ROA	อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (Haryanti & Murtiasih, 2019)
3. อายุของกิจการ	AGE	อายุการดำเนินงานของธุรกิจ (ปี) (Matemilola et al., 2017)
4. ความเสี่ยงกิจการ	RISK	อัตราส่วนหนี้สินรวมต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (เท่า) (Wongsakun & Dampitakse, 2021)
5. ปีที่มีสถานการณ์ Covid-19	COVID	ตัวแปรหุ่น โดย 1 = ปีที่ไม่มี Covid-19 พ.ศ.2560 – 2562 0 = ปีที่มี Covid-19 พ.ศ.2563 – 2564 (Kobkanjanapued & Chotkunakitti, 2021)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงด้วย ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา รายจ่ายภาษีนิติบุคคล และมูลค่าหลักทรัพย์ถัวเฉลี่ย นอกจากนี้การศึกษายังใช้การทดสอบสหสัมพันธ์เพื่อทดสอบปัญหาความซ้ำซ้อนของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพื่อหาผลกระทบของตัวแปร และทดสอบสมมติฐานของการวิจัย สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าสถิติ Multicollinearity การวัดขนาดของความรุนแรงของค่า Multicollinearity โดยใช้ค่าสถิติ Variance Inflation Factors (VIF) และหาค่า Correlation หรือ ค่าสหสัมพันธ์ เป็นการดูทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยมี Correlation Coefficient (r) หรือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์นั้น หลังจากนั้นทำการวิเคราะห์โดยการสร้างสมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) มีการควบคุมปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อมูลค่าหลักทรัพย์ โดยสมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ถดถอยแบบพหุมี 2 สมการดังนี้

$$PRICE = a + b1R\&D + b2TAX + error$$

$$PRICE = a + b1R\&D + b2TAX + b3SIZE + b4ROA + b5AGE + b6RISK + b7COVID + error$$

ผลการวิจัย

การศึกษานิเทศของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 204 บริษัท แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 1,020 ฉบับ ระหว่างปี พ.ศ.2560 ถึง พ.ศ.2564 พบว่า มีค่าเฉลี่ยของมูลค่าหลักทรัพย์ (PRICE) เท่ากับ 26.48 บาท มีค่าเฉลี่ยรายจ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D) เท่ากับ 3.993 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยรายจ่ายภาษีนิติบุคคล (TAX) เท่ากับ 6.092 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของขนาดกิจการ (SIZE) เท่ากับ 9.041 ล้านบาท มีค่าเฉลี่ยของความสามารถในการทำกำไร (ROA) เท่ากับ 5.349 มีค่าเฉลี่ยอายุของกิจการ (AGE) เท่ากับ 34.25 ปี มีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงกิจการ (RISK) เท่ากับ 1.554 เท่า ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปร

ตัวแปร	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PRICE	1020	0.002	500.00	26.48	57.607
R&D	1020	-11.176	11.884	3.993	2.913
TAX	1020	-153.833	675.906	6.092	38.769
SIZE	1020	4.365	14.939	9.041	1.938
ROA	1020	-100.25	63.25	5.349	8.795
AGE	1020	5	140	34.25	17.50
RISK	1020	-16.673	125.506	1.554	4.305

การทดสอบสหสัมพันธ์เพื่อทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา โดยวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา รายจ่ายภาษีนิติบุคคล และมูลค่าหลักทรัพย์ พบว่า รายจ่ายวิจัยและพัฒนา รายจ่ายภาษีนิติบุคคล มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าหลักทรัพย์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เท่ากับ 0.251 และ 0.090 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ควรมีค่าไม่เกิน 0.8 และได้พิจารณาร่วมกับค่า VIF (Variance Inflation Factors) ในการตรวจสอบปัญหา Multicollinearity เพื่อทดสอบความเกี่ยวกันและความสอดคล้องของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทุกตัวว่าเป็นตัวแปรเดียวกันหรือไม่ ซึ่งผลการทดสอบโดยใช้สหสัมพันธ์พบค่า VIF สูงสุดเท่ากับ 2.038 ซึ่งค่า VIF ไม่ควรเกิน 10 (Hair et al., 2010) จะไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระสูงเกินไป สรุปได้ว่าตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในการศึกษานี้สามารถนำไปใช้ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Multiple Regression Model ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	PRICE	R&D	TAX	SIZE	ROA	AGE	RISK	COVID
PRICE	1							
R&D	.251**	1						
TAX	.090**	.227**	1					
SIZE	.297**	.682**	.290**	1				
ROA	.151**	.113**	.063*	.131**	1			
AGE	.262**	0.003	0.002	.063*	-0.032	1		
RISK	-0.003	0.039	-0.001	0.052	-.124**	0.022	1	
COVID	-0.016	-0.035	-0.030	-0.043	0.011	-0.000	-.076*	1
MEAN	26.4800	3.9926	6.0930	9.0418	5.3496	34.25	1.5543	0.600
SD	57.6072	2.9132	38.7694	1.9387	8.7948	17.503	4.3046	0.490
VIF	-	1.882	1.098	2.038	1.039	1.012	1.029	1.008

**ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ *ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

การทดสอบความสัมพันธ์ของรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และรายจ่ายภาษีนิติบุคคลที่มีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา (R&D) กับมูลค่าหลักทรัพย์ (PRICE) ทั้งโมเดล A และ โมเดล B ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายภาษีนิติบุคคล (TAX) กับมูลค่าหลักทรัพย์ (PRICE) ทั้งโมเดล A และ โมเดล B ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นอกจากนี้ตัวแปรควบคุมมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ขนาดกิจการ (SIZE) ความสามารถในการทำกำไร (ROA) และอายุของกิจการ (AGE) กับมูลค่าหลักทรัพย์ (PRICE) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 โดยค่า Adjusted R-Square โมเดล A มีค่าเท่ากับ 0.062 และ โมเดล B มีค่าเท่ากับ 0.163 สำหรับการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ที่มีค่า R-Square ต่ำแต่ผลการวิเคราะห์ยังแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญในการอธิบายตัวแปรตามต่อตัวแปรอิสระ และตัวแปรควบคุม จึงสามารถสรุปผลถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรและยังสามารถทดสอบสมมติฐานได้ (Moksony & Heged, 1999) อย่างไรก็ตาม ไม่พบความสัมพันธ์ของ ความเสี่ยงของกิจการ และปีที่มีสถานการณ์ Covid-19 (COVID) กับมูลค่าหลักทรัพย์ (PRICE) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร	โมเดล A			โมเดล B		
	B	t	sig.	B	t	sig.
ค่าคงที่	6.956	2.337	0.020	-66.156	-6.823**	0.000
R&D	4.812	7.813**	0.000	2.054	2.641**	0.008
TAX	0.051	1.112	0.266	0.002	0.052	0.958
SIZE				5.772	4.827**	0.000
ROA				0.794	4.152**	0.000
AGE				0.834	8.797**	0.000
RISK				-0.112	-0.289	0.772
COVID				-0.647	-0.191	0.848
R Square	.064			.169		
Adj. R Square	.062			.163		
F value (sig.)	34.901**			29.352**		
N	1020			1020		

**ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากการทดสอบอิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์นั้น ผลการศึกษาพบความมีอิทธิพลเชิงบวกระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนากับมูลค่าหลักทรัพย์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีสัญญาณ (Signaling Theory) และทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ (Contingency Theory) หากผู้บริหารตัดสินใจลงทุนภายใต้สถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนของกิจการจะเป็นการส่งสัญญาณให้นักลงทุนรับรู้ได้ว่าผู้บริหารจะมีทิศทางในการบริหารกิจการอย่างไร อีกทั้งเป็นการส่งสัญญาณให้นักลงทุนได้ประเมินถึงผลกระทบที่มีต่อมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ Vithessonthi and Racela (2016) ซึ่งศึกษาการจ่ายวิจัยและพัฒนาของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ของสหรัฐอเมริกาพบว่า รายจ่ายวิจัยและพัฒนาส่งผลเชิงบวกต่อมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการ รวมถึง งานวิจัยของ Han and Manry (2004) ที่นักลงทุนมีความเห็นสอดคล้องกับฝ่ายบริหารว่าการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาจะแสดงให้เห็นถึงประโยชน์เชิงเศรษฐกิจในอนาคตมากขึ้น และงานวิจัยของ Gharbi et al. (2014) และ Nord (2011) หากบริษัทลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรวมถึงนักลงทุน ดังนั้นหากกิจการหรือผู้บริหารตัดสินใจลงทุนในการวิจัยและพัฒนา นักลงทุนจะให้ความสนใจว่ากิจการมีรายจ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาขนาดไหน ซึ่งจะสามารถคาดการณ์ถึงกำไรในอนาคต ย่อมส่งผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นได้เช่นกัน ดังนั้น สมมติฐานนี้ถูกยอมรับ

ผลการศึกษาอิทธิพลเชิงบวกของขนาดกิจการต่อมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sharif et al. (2015) และ Wangcharoendate (2023) พบว่า ขนาดของกิจการมีผลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ กิจการขนาดใหญ่ย่อมมีมูลค่าหลักทรัพย์ที่สูงกว่ากิจการขนาดเล็ก เนื่องจากมีข้อได้เปรียบด้านข้อจำกัดต่างๆ ของการลงทุน ซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานและมูลค่าหลักทรัพย์ที่สูงขึ้น

ผลการศึกษาพบอิทธิพลเชิงบวกของความสามารถในการทำกำไรต่อมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suttipun (2021) ซึ่งพบว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับมูลค่าหลักทรัพย์ และ Manoppo (2015) พบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถในการทำกำไรที่วัดค่าด้วย ROA ต่อมูลค่าหลักทรัพย์เช่นกัน รวมทั้ง Haryanti and Murtiasih (2019) ก็พบความสัมพันธ์เชิงบวกเช่นกัน ดังนั้นหากกิจการมีผลตอบแทนจากสินทรัพย์สูงย่อมสะท้อนถึงความสามารถในการบริหารสินทรัพย์ที่จะก่อให้เกิดผลกำไรและเมื่อกิจการมีกำไรเพิ่มมากขึ้นจะส่งผลให้มูลค่าหลักทรัพย์เพิ่มขึ้นเช่นกัน นักลงทุนจึงสามารถใช้อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมเพื่อประเมินประสิทธิภาพในการลงทุนและวัดผลการดำเนินงานของกิจการเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ได้

ผลการศึกษาพบอิทธิพลเชิงบวกของอายุการดำเนินงานต่อมูลค่าหลักทรัพย์ สอดคล้องกับ Chuchairuang et al. (2022) และ Matemilola et al. (2017) พบว่ากิจการที่มีอายุการดำเนินงานมากย่อมมีทุนและประสบการณ์ในการดำเนินงานมากกว่ากิจการที่มีอายุน้อย อีกทั้งมีแนวโน้มในการจ่ายเงินปันผลสูงและมีมูลค่าหลักทรัพย์สูงขึ้น

ผลการศึกษารายจ่ายภาษีนิติบุคคลพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Chotsuwan and Tongkong (2019) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีที่วัดจากอัตราส่วนภาษีต่อกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน รวมทั้ง Wongwiwat (2019) ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนภาษีที่วัดด้วยอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลที่แท้จริงกับมูลค่าหลักทรัพย์ของกิจการ การไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายภาษีนิติบุคคลกับมูลค่าหลักทรัพย์ เนื่องจากรายจ่ายภาษีนิติบุคคลเป็นรายจ่ายที่กิจการมีหน้าที่ต้องจ่ายภาษีให้กับรัฐบาล เมื่อกิจการมีกำไรนักลงทุนอาจจะไม่นำประเด็นการจ่ายภาษีนิติบุคคลมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุน นักลงทุนไม่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านภาษีนิติบุคคลของกิจการมากนัก ดังนั้น สมมติฐานนี้ถูกปฏิเสธ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

ประโยชน์เชิงทฤษฎีของงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการในการอธิบายสนับสนุนทฤษฎีซึ่งสัญญาณและทฤษฎีการบริหารเชิงสถานการณ์ที่สามารถนำมาใช้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายวิจัยและพัฒนา กับมูลค่าหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ได้ หากมีข้อมูลที่แสดงถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านรายจ่ายของกิจการจะเป็นการส่งสัญญาณให้นักลงทุนรับรู้ถึงแนวทางการดำเนินงานในอนาคต รวมถึงผลการวิจัยสามารถนำไปใช้อ้างอิงงานวิจัยในครั้งต่อไป

ประโยชน์เชิงปฏิบัติของงานวิจัย

การศึกษานี้พบอิทธิพลของรายจ่ายวิจัยและพัฒนาและรายจ่ายภาษีนิติบุคคลต่อมูลค่าหลักทรัพย์ ผู้บริหารสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ในการตัดสินใจวางแผนการลงทุนเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือระบบงานที่ทันสมัย รวมถึงการวางแผนภาษีเงินได้นิติบุคคล ส่งผลให้กิจการสามารถประเมินผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจที่จะได้รับในอนาคตได้อย่างเหมาะสม สำหรับนักลงทุนสามารถนำข้อมูลใช้ในการตัดสินใจลงทุนในกิจการที่ให้ความสำคัญด้านวิจัยและพัฒนา สามารถคาดการณ์ได้ถึงผลตอบแทนที่จะได้รับในอนาคต นอกจากนี้ นักลงทุนสามารถพิจารณาการลงทุนในกิจการขนาดใหญ่ มีอายุในการดำเนินงานที่ยาวนาน รวมถึงกิจการที่มีอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ที่สูงหากมีผลตอบแทนที่คืนนักลงทุนย่อมที่จะสนใจลงทุนเพิ่มขึ้นได้ และยังเป็นข้อมูลสนับสนุนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องออกมาตรการกำกับดูแล หรือส่งเสริมการลงทุนในรายจ่ายวิจัยและพัฒนา และกำหนดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคลให้เหมาะสมต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อจำกัดของงานวิจัยในครั้งนี้คือ ระยะเวลาในการศึกษาซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2560 – พ.ศ.2564 ซึ่งในปี พ.ศ.2564 เป็นช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 เพิ่งเริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ ดังนั้นงานวิจัยในครั้งต่อไปอาจเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาถึงปีที่สถานการณ์ปกติ เพื่อสามารถวิเคราะห์เปรียบเทียบความสัมพันธ์ต่อมูลค่าหลักทรัพย์ได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และอาจเพิ่มการวัดค่าตัวแปรโดยใช้ผลการดำเนินงานทางการเงิน เพื่อให้สามารถประเมินได้หากกิจการมีการลงทุนในรายจ่ายวิจัยและพัฒนา รายจ่ายภาษีนิติบุคคลจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินหรือไม่

กิตติกรรมประกาศ

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สัญญาเลขที่ CAM6502100S และผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ รหัสหนังสือรับรอง PSU IRB 2022-LL- CM – 023 (Internal)

เอกสารอ้างอิง

- Akaphol, S. (2007). *The Relationship Between Firm Life Cycle, Firm Size, Research and Development Expenditure and Stock Returns* [Master 's thesis, Chulalongkorn University]. <http://doi.org/10.14457/CU.the.2007.858> [In Thai]
- Başgoze, P., & Sayin, C. (2013). The effect of R&D expenditure (investments) on firm value: Case of Istanbul Stock Exchange. *Journal of Business Economics and Finance*, 2(3), 5-12.
- Blaufus, K., Möhlmann, A., & Schwäbe, A. (2016). *Corporate tax minimization and stock price reactions* (Working paper no. 204). arqus Discussion Paper. <https://www.econstor.eu/handle/10419/130248>
- Chamber, D., Jennings, R., & Thompson, R. B. (2002). Excess returns to R&D intensive firm. *Review of Accounting Studies*, 7(1), 133-158
- Chatiwong, T. (2018). Accounting theory research: From the past to the future. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 6(2), 203–212. [In Thai]
- Chodchaungnirun, B. (2020). An analysis of a tax structure appropriate for the economic development of Thailand. *Ph.D. In Social Sciences Journal*, 10(1), 104–117. [In Thai]
- Choomnirat, R., Suttipun, M., & Chairat, N. (2022). The impact of the disclosure level of chief executive officer reports on the stock prices of listed companies on the market for alternative investment (mai). *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 42(1), 70–87. [In Thai]
- Chotsuwan, R., & Tongkong, S. (2019). The relationship between tax planning and stock price of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 14(1), 23–36. [In Thai]
- Chuaiuang, S., Promsiri, P., Choomnirat, R., Suttipun, M., & Chairat, N. (2022). The influence of interest and dividend payments on share price: A case study of listed companies from the Stock Exchange of Thailand (SET). *Journal of Accountancy and Management*, 14(3), 185–197. [In Thai]
- Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King. (2020). *Thai accounting standard no.38: Intangible assets*. TFAC. https://eservice.tfac.or.th/get_file/index.php?file=TAS_38_revised_2565.pdf [In Thai]
- Federation of Accounting Professions Under the Royal Patronage of His Majesty the King. (2019). *Thai accounting standard no.12: Income taxes*. TFAC. https://eservice.tfac.or.th/get_file/index.php?file=TAS_12_revised_2565.pdf [In Thai]
- Fiedler, F. E. (1973). The contingency model-a reply to Ashour. *Organizational Behavior and Human Performance*, 9(3), 356-368.
- Franzen, L., & Radhakrishnan, S. (2009). The value relevance of R&D across profit and loss firms. *Journal of Accounting and Public Policy* 28(1), 16-32.

- Gharbi, S., Sahut, J. M., & Teulon, F. (2014). R&D investments and high-tech firms' stock return volatility. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 306–312. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.10.006>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education International.
- Hamza, T., & Zaatir, E. (2021). Does corporate tax aggressiveness explain future stock price crash? Empirical evidence from France. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 19(1), 55–76. <https://doi.org/10.1108/JFRA-01-2020-0018>
- Han, B. H., & Manry, D. (2004). The value-relevance of R&D and advertising expenditures: Evidence from Korea. *The International Journal of Accounting*, 39(2), 155–173. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2004.02.002>
- Haryanti, Y., & Murtiasih, S. (2019). The effects of DER, ROA and DPR on stock price with EPS as the moderating variable in SOE. *Journal of Business and Management*, 21(7), 1–8.
- Irawan, F., & Turwanto, T. (2020). The effect of tax avoidance on firm value with tax risk as moderating variable. *Test Engineering and Management*, 83, 9696–9707.
- Kobkanjanapued, Y., & Chotkunakitti, P. (2021). Value relevance of book value, accounting earnings and operating cash flows in explaining security prices of Thai listed companies during the COVID-19 situation. *Rajapark Journal*, 15(40), 79–95. [In Thai]
- Kulsiriwanit, T. (2021). Effects of corporate income tax planning on firm value of companies listed on the market for alternative investment. *Journal of MCU Nakhondhat*, 8(10), 219–234. [In Thai]
- Manoppo, C. P. (2015). The influence of ROA, ROE, ROS, and EPS on stock price. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(4), 621–728.
- Matemilola, B. T., Bany-Arifin, A. N., Nassir, A. M., & Azman-Saini, W. N. W. (2017). Moderating effects of firm age on the relationship between debt and stock returns. *Journal of Asia-Pacific Business*, 18(1), 81–96.
- Moksony, F., & Heged, R. (1990). Small is beautiful. The use and interpretation of R² in social research. *Szociológiai Szemle, Special issue*, 130–138.
- Mozafari, S. (2017). *The impact of R&D expenditure volatility on stock return of the listed companies in Tehran stock exchange. Specialty Journal of Accounting and Economics*, 3(2), 7–11.
- Muthitacharoen, A. (2021). Tax rate cut and firm investment: Evidence from Thailand. *Applied Economics Letters*, 28(3), 220–224. DOI: 10.1080/13504851.2020.1743813 [In Thai]
- National Research Council of Thailand. (2021). *Science research and innovation stairway to national development index 2021*. National Research Council of Thailand. https://nrct.go.th/e-publish1/index64upd/index2564.html?fbclid=IwAR2hCytzfzLogxLiLyfz1uE-_xNrvhnXPCQbM41yAFZFqfbomKKwbaXQQtZE [In Thai]
- Nittayakamolphon, P., Bejrananda, T., & Pholkerd, P. (2023). The effect of macroeconomic determinants and COVID-19 pandemic on Stock Exchange of Thailand Index. *Journal of Accountancy and Management*, 15(2), 28–45. [In Thai]
- Nord, L. (2011). R&D investment link to profitability: A pharmaceutical industry evaluation. *Undergraduate Economic Review* 8(1), 1–14.

- Office of the National Economic and Social Development Council. (2017). *The national economic and social development plan No.12*. Office of the National Economic and Social Development Council. https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue [In Thai]
- Phongkasem, M., Attarit, T., & Jangkloy, U. (2022). The moderating effect of corporate governance scores on the relationship between book value, earning and stock prices: The Stock Exchange of Thailand. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 5(3), 97–116. [In Thai]
- Pimonratnakan, S., Jadesadalug, V., & Sansook, J. (2022). Research synthesis : The capability innovation management for the sustainable organization performance in Thailand. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Sciences)*, 8(1), 137-144. [In Thai]
- Rukprasoot, S., & Tulyanond, N. (2022). The Effect of Deferred Tax on Earning Management. *The Journal of Research and Academics*, 5(6), 317–326. <https://doi.org/10.14456/jra.2022.154>. [In Thai]
- Saad, M., & Zantout, Z. (2009). Stock price and systematic risk effects of discontinuation of corporate R&D programs. *Journal of Empirical Finance*, 16(4), 568–581. <https://doi.org/10.1016/j.jempfin.2009.03.001>
- Seenuan, T. (2015, May 23-24). Factor influencing on stock price and on dividend of the listed company in the SET: A case study of agro & food industry. In *Proceedings of The 3th Annual National Conference on Business and Accounting. Faculty of Business Administration, Kasetsart University* (pp. 111-119). [In Thai]
- Sharif, T., Purohit, H., & Pillai, R. (2015). Analysis of factors affecting share prices: The case of Bahrain stock exchange. *International Journal of Economics and Finance*, 7(3), 207-216.
- Sirikunchoat, S., Sirichutiwong, K., Subpradit, A., & Jiaranai, P. (2023). *Taxation according to revenue code 2023*. Rueankaew Publishing. [In Thai]
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3). 355-374.
- Suttiapun, M. (2021). R&D Spending and share price of listed companies in the stock exchange of Thailand. *Journal of Management Science Chiangrai Rajabhat University*, 16(1), 109–123. [In Thai]
- Thanjunpong, S., Chaiwong, D., & Awirothanannon, T. (2021). The influence of good corporate governance and free float shares on stock price and financial performance: An empirical evidence from Thailand. *Journal of Accounting Profession*, 17(56). <https://doi.org/10.14456/jap.2021.19> [In Thai]
- The Revenue Department. (2011). *The Royal Decree No.598*. The Revenue Department. <https://www.rd.go.th/28267.html> [In Thai]
- The Revenue Department. (2016). The royal decree no.598. *The Government Gazette*, 133(17), 10-12. [In Thai]
- The Secretariat of the Prime Minister Government House. (2017). Thailand 4.0 driving the future towards stability, wealth, and sustainability. *Thai Khu Fah Journal*, 33, 3-17. [In Thai]
- The Stock Exchange of Thailand. (2021a). *Company listed in the Stock Exchange of Thailand*. The Stock Exchange of Thailand. <https://www.set.or.th> [In Thai]
- The Stock Exchange of Thailand. (2021b). *Where does the stock price come from...who can tell?*. The Stock Exchange of Thailand. <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/237-how-to-get-stock-price> [In Thai]
- The Stock Exchange of Thailand. (2023). *Rules and regulations - the Stock Exchange of Thailand*. *The Stock Exchange of Thailand*. <https://www.set.or.th/en/rules-regulations/regulations> [In Thai]

- Thomas, J., & Zhang, F. X. (2011). Tax expense momentum. *Journal of Accounting Research*, 49(3), 791–821. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679X.2011.00409.x>
- Thooltaisong, T., & Boonmunewai, S. (2019). The relationship between book value operating income net income cash flow from dividend and cash flow from operations and stock price of firms listed in the Stock Exchange of Thailand. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 3(1), 73–90. [In Thai]
- Vithessonthi, C., & Racela, O. C. (2016). Short- and long-run effects of internationalization and R&D intensity on firm performance. *Journal of Multinational Financial Management*, 34, 28–45. <https://doi.org/10.1016/j.mulfin.2015.12.001>
- Wangcharoendate, S. (2023). The Relationship between corporate governance scores and stock prices: An empirical of listed companies on The Stock Exchange of Thailand. *Journal of Professional Routine to Research*, 10(1), 30-41. [In Thai]
- Wangweang, P. (2019). The relationship between board characteristics and tax management of listed companies in the Stock Exchange of Thailand. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University*, 6(1), 46–64. [In Thai]
- Wongsakun, K., & Dampitakse, K. (2021). Economic factors and financial ratio affecting on stock price of Thai listed companies: Energy industry sector. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 7(1), 241–254. [In Thai]
- Wongwiwat, D. (2019). *Relationship between tax planning and accounting profit impacting stock prices of companies listed on the Stock Exchange of Thailand SET100 Index* [Master 's thesis,] University of the Thai Chamber of Commerce. <https://scholar.utcc.ac.th/bitstream/6626976254/4270/1/310924.pdf> [In Thai]
- Yodudom, S., Boonvorachote, T., & Treeslivattanakul, K. (2020). Determinants of Thailand's National Innovative Capacity. *Chulalongkorn Business Review*, 42(3), 19-38. <http://doi.org/10.14456/cbsr.2020.7> [In Thai]

รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย

The Life-Style, Travel Behaviors and Selection of Tourist Destination of Generation Z Tourists in Thailand

ดร. มนรัตน์ ใจเอื้อ

อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Dr. Monrat Jaieua

Lecturer, School of Tourism and Services, UTCC

E-mail: monrat_jai@utcc.ac.th; Ph: 089-187-3428

วันที่ได้รับความ	: 31 ตุลาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ :	
ครั้งที่ 1	: 17 ตุลาคม 2566
ครั้งที่ 2	: 27 พฤศจิกายน 2566
ครั้งที่ 3	: 10 ธันวาคม 2566
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ :	28 ธันวาคม 2566

ภาณุมาศ เกตุแก้ว

อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Panumart Kedkaew

Lecturer, School of Tourism and Services, UTCC

E-mail: panumart_ked@utcc.ac.th

ธนวัฒน์ เพชรพันธ์

อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Thanawat Pechphan

Lecturer, School of Tourism and Services, UTCC

E-mail: thanawat_pec@utcc.ac.th

รัชชกร จรวิรัตน์

อาจารย์ประจำ คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Ratchukorn Jonvirat

Lecturer, School of Tourism and Services, UTCC

E-mail: ratchukorn_jon@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรการคำนวณของยามาเน่ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการวิจัยคือแบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.97 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.93 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ค่าไคสแควร์ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมด้านจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย ลักษณะการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง สถานที่พักผ่อนที่นิยม สถานที่รับประทานอาหารที่นิยม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง และค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จากผลการวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยได้ รวมถึงองค์กรเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดในประเทศไทยได้ด้วยเช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this research were to study the relationship between lifestyle and selection of tourist destinations of Generation Z tourists in Thailand, and to study the relationship between tourist behaviors and selection of tourist destinations of Generation Z tourists in Thailand. The samples were obtained using the Taro Yamane sampling method, with a simple size of 400 people selected through multistage sampling and the research instrument was a questionnaire set. The value of validity test of the questionnaire was 0.97 and the value of reliability test of the questionnaire was 0.93. The data were analyzed using the Pearson's correlation coefficient analysis and Chi-square analysis. The results of this research revealed that the relationship between lifestyle in terms of activities, interests, and opinions (AIO) aspects were related to selection of tourist destinations of Generation Z tourists in Thailand with the statistical significance level of 0.05. Moreover, and the relationship between tourist behaviors in terms of the duration of travel (1 year), popular travel periods, favorite travel companions, travel form, destinations, popular accommodations, preferred restaurants, trip expenses, and the most spending on travel related to selection of tourist destinations of Generation Z tourists in Thailand with the statistical significance level of 0.05. The results of the study can be the benefits for government sectors, where concern about the hospitality businesses, can create the strategy formation to the needs of Generation Z tourists in Thailand. Yet, private sectors, where concern about the hospitality businesses, can apply results for the needs of Generation Z tourists in Thailand as well.

Keywords: Generation Z Tourists, Lifestyle, Travel Behaviors, Tourism Destinations.

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญที่นำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ กระแสเงินตราไหลเวียนในประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ตลอดจนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้สรุปรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีแรกของปี พ.ศ. 2566 พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้สร้างรายได้ 1.084 ล้านล้านบาท และคาดว่าเมื่อถึงสิ้นปี 2566 จะสร้างรายได้ 2.167 ล้านล้านบาท (Economic Times, 2023) อย่างไรก็ตามการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมา โดยภาพรวมจะประสบความสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยภายใต้แคมเปญ “Amazing Thailand” สำหรับตลาดต่างประเทศ และใช้แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศภายใต้แคมเปญ “Amazing ไทยเท” ผ่านรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2018) อีกทั้งจากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศของ Ministry of Tourism and Sports (2018) พบว่า จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 164 ล้านคน/ครั้ง ก่อให้เกิดขยายตัวร้อยละ 2.98 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2560 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2562 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 166 ล้านคน/ครั้ง และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่า 1.08 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.97 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2561 แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในปี พ.ศ. 2563 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยเหลือเพียง 0.88 ล้านล้านบาท ลดลงจากปีก่อนถึงร้อยละ 55.4 ในส่วนของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ แม้ว่าในปี พ.ศ. 2562 จะสูงถึง 1.91 ล้านล้านบาท คิดเป็นการเติบโตร้อยละ 1.9 จากปี พ.ศ. 2561 แต่เมื่อเกิดมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยการปิดประเทศ ใน พ.ศ. 2563 ส่งผลให้รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีนั้นเหลือเพียง 0.33 ล้านล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 83.63 ทำให้รายได้รวมจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลงถึงร้อยละ 73 ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก (Ministry of Tourism and Sports, 2021) อย่างไรก็ตามหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ประเทศไทยมีเป้าหมายหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศโดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อลดการพึ่งพิงนักท่องเที่ยวต่างชาติ และเน้นทำตลาดศักยภาพหารายได้มากกว่าปริมาณ (Phichaiwaruttama et al., 2020) อีกทั้งจากการศึกษาของ Saenkam (2021) พบว่า หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 71 มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศร้อยละ 84 สะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

การเปลี่ยนแปลงของโลกก้าวสู่ยุคดิจิทัลทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องปรับตัว เนื่องจากปัจจัยภายนอกและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปล้วนแต่มีผลกระทบต่อทัศนคติการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมทั้งในระดับโลกและในระดับภูมิภาค จึงมีความจำเป็นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (Tourism Authority of Thailand, 2018) นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่ายและมีความหลากหลายของข้อมูลมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความหลากหลายและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวยุคใหม่มีแนวโน้มที่จะแสวงหาการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากเดิมที่เน้นการพักผ่อนหย่อนใจ มาเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จึงต้องปรับเปลี่ยน สร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ในการจูงใจนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Zouni & Kouremenos, 2008) โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่สร้างประสบการณ์ในวันพักผ่อน (Buffa, 2015) รวมถึงต้องการประสบการณ์ที่แตกต่าง เป็นที่น่าพึงพอใจ และมีความหลากหลายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (Azevedo, 2010) อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของช่วงอายุหรือเจเนอเรชันของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ยังส่งผลให้มีการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวแต่ละช่วงอายุอีกด้วย

สำหรับประเทศไทย นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด (Generation Z) เป็นกลุ่มตลาดที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสูงขึ้น โดยจากการสำรวจของ Tourism Authority of Thailand (2018) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดมีจำนวน 21,495,799 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ทั้งนี้ กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดเป็นกลุ่มประชากรรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยที่สุด โดยเป็นกลุ่มบุคคลที่เกิดหลังปี พ.ศ. 2537 หรือหลัง ค.ศ. 1994 เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารและอินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมต่อได้ทั่วโลก มีการสนทนาโต้ตอบที่สามารถกระทำได้ทันที โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารผ่านข้อความทางโทรศัพท์มือถือหรือคอมพิวเตอร์แทนการพูดคุย รวมถึงช่วงเวลาในวัยเรียนของกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดนั้นไม่จำเป็นต้องเรียนรู้ผ่านหนังสือหรือในห้องเรียน บุคคลกลุ่มนี้สามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ ที่ต้องการ (Cross-Bystrom, 2010) กลุ่มเจนเอเรชั่นแซดยังมีพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ มีการหาข้อมูลและเปรียบเทียบสินค้าและบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายใช้สอยต่อคนสูง โดยเฉพาะสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงยังเป็นกลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบการใช้จ่ายเพื่อความสุขและความพึงพอใจให้กับตนเองอีกด้วย (Sutthiwetin & Buasorn, 2019) ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นแซดจึงกลายเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ อีกทั้งภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา นักวิชาการมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว (Nawakitpaiboon et al., 2021; Nithat-ek, 2018; Nirapath, 2019) อีกทั้งยังมีการศึกษาพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด (Khamtrong, 2023; Khamtrong et al., 2021) และการศึกษาการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Kaewyu et al., 2021; Yantasasin, 2021) แต่กลับพบว่ยังไม่ปรากฏการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ดังนั้น การศึกษาวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวและรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการสร้างความประทับใจและมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวคุณค่าสูงให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด
3. เพื่อศึกษาการเลือกจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด
4. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

สมมติฐานของการวิจัย

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด
2. พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles)

ปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ได้รับความนิยมในการใช้เป็นหลักเกณฑ์หนึ่งในการแบ่งส่วนทางการตลาด เนื่องจากรูปแบบการดำเนินชีวิตแสดงให้เห็นถึงลักษณะของผู้บริโภค รวมถึงสามารถอธิบายลักษณะพฤติกรรมต่างๆ ที่ละเอียดและแม่นยำกว่าการใช้หลักเกณฑ์ด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนั้น การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งที่สามารถทราบถึงความต้องการ ความรู้สึก พฤติกรรมการบริโภค และการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ตลอดจนการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวางแผน และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต ทั้งนี้ นักวิชาการได้พัฒนาวิธีการที่แตกต่างกันเกี่ยวกับการวัดการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ซึ่งหนึ่งในวิธีที่ใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดคือ วิธีการวัดแบบ AIO (Activities, Interests, Opinions) โดยวิธีการนี้จะประเมินกิจกรรมของผู้คน ความสนใจ และความคิดเห็นเพื่อจัดกลุ่มตามวิถีชีวิตที่แตกต่างกัน โดยองค์ประกอบทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ 1. ด้านกิจกรรม (Activities: A) ประกอบด้วยการทำงาน งานอดิเรก กิจกรรมสังคม การใช้เวลาว่าง การพักผ่อน สมาชิกคลับ การเข้าร่วมกิจกรรม ชุมชน การซื้อสินค้าและกีฬา 2. ด้านความสนใจ (Interests: I) ประกอบด้วย ครอบครัว บ้าน งาน การเข้าร่วมกิจกรรมชุมชน การพักผ่อน ความนิยม อาหาร สื่อบันเทิง และความสำเร็จ และ 3. ด้านความคิดเห็น (Opinions: O) ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อตัวเอง ประเด็นด้านสังคม ประเด็นด้านการเมือง ประเด็นการเศรษฐกิจ ประเด็นด้านการศึกษา ประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ ประเด็นด้านอนาคต และประเด็นด้านวัฒนธรรม (Kim et al., 2000; Plummer, 1974; Vyncke, 2002; Antonides & Van Raaij, 1998)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behaviors)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำหรือการแสดงออกที่เชื่อมโยงกับการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อพร้อมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างละเอียด เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Sereerat, 1992) โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Kotler and Armstrong (2010) ได้อธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจความรู้สึก เหตุจูงใจและขั้นตอนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผ่านแบบจำลองพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ทั้งนี้ กระบวนการของทฤษฎีพฤติกรรมการซื้อ มีขั้นตอนเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ก่อให้เกิดความต้องการ โดยอาจเป็นสิ่งกระตุ้นจากภายใน และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ เมื่อสิ่งกระตุ้นนี้ผ่านไปยังความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) โดยที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ หลังจากนั้นมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase) (Kotler, 2016; Sereerat, 1992)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และได้จำแนกตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต โดยแบ่งออกเป็น 14 องค์ประกอบ ได้แก่ จำนวนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง บุคคลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยลักษณะการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง สถานที่พักผ่อนที่นิยม สถานที่รับประทานอาหารที่นิยม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทาง และแผนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะใกล้ (Ministry of Tourism and Sports, 2020; Nantanakorn & Jansuri 2021; Yanthasasin, 2021; Heranya, 2021; Choeychid, 2019)

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (Tourism Components)

องค์ประกอบการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดย Jakthong and Kaewnuch (2022) กล่าวถึงองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวจำนวน 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ Kupkitaphun and Bunjongmanee (2022) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การคมนาคมขนส่งและการเข้าถึง การท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พัก (Accommodation) กิจกรรม (Activities) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) สำหรับแนวคิดของ Jittangwattana (2012) ระบุว่า แหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญอย่างน้อย 3 องค์ประกอบหรือ 3A ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนี้ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าเมืององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยสามารถสรุปองค์ประกอบการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดใจที่ให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ 2. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) คือ กิจกรรมที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น 3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือ เส้นทางหรือการคมนาคมในการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย 4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกสะดวกสบาย ประทับใจ สุขใจ และอยากท่องเที่ยววนขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ 5. ที่พักแรม (Accommodation) คือ สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก โดยมีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม และการบริการอื่นๆ 6. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ (Available Package) คือ การจัดบริการของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการให้บริการเป็นชุดหรือแพ็คเกจที่ประกอบด้วยสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 7. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Services) คือ การบริการอื่นที่นอกเหนือจากการบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวควรได้รับเมื่อมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล โทรคมนาคม เป็นต้น (Billee et al., 2019; Rongthong & Thosuwonchinda, 2020; Dabphet, 2018; Arpornpisal, 2018) โดยผู้วิจัยกำหนดให้องค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 7 ด้านข้างต้น เป็นตัวแปรในการศึกษาการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซด

แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซด (Generation Z)

การแบ่งเจนเนอเรชันนั้นเป็นการแบ่งกลุ่มประชากรออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามช่วงของอายุที่แตกต่างกัน โดยใช้เกณฑ์การแบ่งเจนเนอเรชันจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี รวมถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงจากเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งแต่ละเจนเนอเรชันจะมีลักษณะทางความคิด ค่านิยม ทัศนคติ พฤติกรรม และมุมมองทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน (Bergh & Behrer, 2013) ทั้งนี้ การแบ่งเจนเนอเรชันของ Williams and Page (2011) เป็นการแบ่งเจนเนอเรชันที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ซึ่งแบ่งเจนเนอเรชันออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ (Baby boomer) 2) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) 3) เจเนอเรชันวาย (Generation Y) และ 4) เจเนอเรชันแซด (Generation Z) สำหรับกลุ่มเจนเนอเรชันแซด (Generation Z) เป็นกลุ่มประชากรที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537-2545 หรือ ค.ศ. 1995-2002 (WJ Schroer Company, 2016) เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี มักใช้เวลาไปกับการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อเข้าสังคม นิยมใช้อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ แล็บท็อป และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่ใช้อย่างมีการสื่อสารผ่านข้อความบนหน้าจอมือถือหรือคอมพิวเตอร์แทนการพูดคุย ค้นคว้ากับการติดต่อแบบไร้สาย ชอบความสะดวกสบาย ชื่นชอบความท้าทาย และสามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ (Wood, 2013) นอกจากนี้ กลุ่มเจนเนอเรชันแซด ยังมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ใส่ใจประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสามารถเข้าถึงข้อมูลจากสื่อออนไลน์ได้ง่าย ทำให้เจนเนอเรชันแซดรับรู้และตระหนักต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ทั้งในด้านการก่อการร้าย การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น จึงมีแนวโน้มพฤติกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น (Wellner, 2002; Grail Research, 2011) ทั้งนี้ กลุ่มเจนเนอเรชันแซด มีคุณลักษณะและพฤติกรรมที่แตกต่างจากกลุ่มเจนเนอเรชันอื่นๆ เนื่องจากสถานการณ์ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ซึ่งก่อให้เกิดความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม และการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันแซด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2545 หรือ ค.ศ. 1995 – 2002 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี เนื่องจากกลุ่มที่มีอายุ 18 ปีนั้น เป็นกลุ่มที่บรรลุนิติภาวะ และมีความสามารถตัดสินใจและมีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอยด้วยตนเอง ทั้งนี้ จากข้อมูลประชากรการทะเบียนโดยจำแนกตามอายุ (National Statistical Office of Thailand, 2020) พบว่า ประชากรกลุ่มดังกล่าวมีจำนวน 12,778,373 คน โดยผู้วิจัยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 399.98 คน โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ทั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาในภาพรวมเกิดการกระจายตัวของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากทุกภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยคัดเลือกจากจังหวัดในแต่ละภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในอันดับแรก (Ministry of Tourism and Sports, 2021) และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นภูมิภาคละ 100 คน รวม 400 คน ได้แก่ ภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดนครราชสีมา ภาคกลาง คือ กรุงเทพมหานคร และภาคใต้ คือ จังหวัดภูเก็ต ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 4 ภูมิภาค รวม 4 จังหวัด จังหวัดละ 100 คน ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. เครื่องมือและการทดสอบเครื่องมือ

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยมีระดับมาตรวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบจัดอันดับ (Ordinal Scale) ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง สถานที่ที่พักรวม สถานที่รับประทานอาหาร ค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง ค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทาง และแผนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะใกล้ โดยมีระดับมาตรวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) และแบบจัดอันดับ (Ordinal Scale) ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น โดยมีระดับมาตรวัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรม การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ โดยมีระดับมาตรวัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) และส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยการวิจัยครั้งนี้ใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นมาตรวัดของแบบสอบถาม ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนไว้ 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2.2 การทดสอบเครื่องมือวิจัย

1) การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบ และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item-Objective Congruence Index) ผลการทดสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.97

2) การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่นโดยการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลอง (Try-Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาวิจัยจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.93

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม เจเนอเรชันแซต ที่เกิดในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2545 หรือ ค.ศ. 1995 – 2002 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 18 ถึง 25 ปี โดยผู้วิจัยได้กำหนดคำถามคัดกรองด้านอายุซึ่งต้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ ในช่วงเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูลยังมีข้อจำกัดในการเดินทางเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งมีข้อดีได้แก่ ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและทำได้ทุกเวลาผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายและสะดวก อีกทั้งยังสามารถกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างได้ครอบคลุมทั่วประเทศ โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายคณาจารย์มหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งลิงก์แบบสอบถามให้กับเครือข่ายคณาจารย์มหาวิทยาลัยในภูมิภาคต่างๆ เพื่อส่งต่อไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านโปรแกรมสนทนาแบบกลุ่ม และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนดไว้

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)
- 3) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation)
- 4) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมท่องเที่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต ใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.25 มีอายุ 21 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 370 คน คิดเป็นร้อยละ 92.50 สถานภาพโสด จำนวน 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.75 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 ครั้ง ในระยะเวลา 1 ปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจาก Reviewer/Blogger/YouTube ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวคือช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-5 คน และใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 วัน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยเครื่องบิน สถานที่พักแรมที่นิยมเข้าพักคือรีสอร์ท และนิยมรับประทานอาหารที่ร้านอาหารริมทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งจำนวน 1,001-2,000 บาท โดยมีการใช้จ่ายด้านกิจกรรมท่องเที่ยวและความบันเทิงมากที่สุด และสถานที่ที่วางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวในระยะใกล้คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปภาคเหนือ

รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซต จากการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจเนอเรชันแซตในด้านกิจกรรม (Activities: A) ความสนใจ (Interest: I) และความคิดเห็น (Opinion: O) แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

รูปแบบการดำเนินชีวิต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านกิจกรรม (Activities: A)	3.65	0.733	มาก
ความสนใจ (Interest: I)	3.92	0.759	มาก
ความคิดเห็น (Opinion: O)	3.84	0.835	มาก
รวม	3.80	0.138	มาก

จากตารางที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซดอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านความสนใจ ($\bar{X} = 3.92$) ด้านความคิดเห็น ($\bar{X} = 3.84$) และด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านกิจกรรม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ชอบการถ่ายรูป เช็กอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความสนใจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเป็นกระแสนิยมอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความคิดเห็น ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด

การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด จากการวิเคราะห์ข้อมูลการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ที่พักแรม (Accommodation) การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ (Available Package) และการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary services) สามารถแสดงผลตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	3.97	0.789	มาก
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)	3.44	0.710	มาก
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	3.17	0.763	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	3.67	0.763	มาก
ด้านที่พักแรม (Accommodation)	3.75	0.754	มาก
ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ (Available Package)	3.64	0.789	มาก
ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Services)	3.62	0.788	มาก
รวม	3.61	0.250	มาก

จากตารางที่ 2 การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด พบว่า โดยภาพรวม การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเลือกจุดหมายปลายทางที่อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ($\bar{X} = 3.97$) ด้านที่พักแรม (Accommodation) ($\bar{X} = 3.75$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ($\bar{X} = 3.67$) ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ (Available Package) ($\bar{X} = 3.64$) ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Services) ($\bar{X} = 3.62$) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
 ณ จุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของกิจกรรม
 การท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ป้ายบอกทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
 /จุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับปานกลาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ภัตตาคารและร้านอาหาร
 ในแหล่งท่องเที่ยว/จุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่พักแรม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวก
 ภายในที่พักแรม อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลาย
 ของการให้บริการสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นชุด/แพ็คเกจ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ
 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การให้บริการและความเป็นมิตรของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว/จุดหมายปลายทาง อยู่ในระดับมากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการท่องเที่ยว และการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว
 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการเลือกจุดหมาย
 ปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด โดยใช้สถิติ Pearson Correlation และทดสอบพฤติกรรมการท่องเที่ยว
 ที่มีต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด โดยใช้สถิติ Chi-Square เพื่อหาความสัมพันธ์
 ของตัวแปร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต กับการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว
 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว
 กลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว
กลุ่มเจนเอเรชั่นแซด

การเลือกจุดหมาย ปลายทาง	ด้านกิจกรรม			ด้านความสนใจ			ด้านความคิดเห็น		
	Pearson Correlation	Sig	แปลผล	Pearson Correlation	Sig	แปลผล	Pearson Correlation	Sig	แปลผล
1.ด้านแหล่งท่องเที่ยว	0.120*	0.016	สัมพันธ์	-0.421*	0.016	สัมพันธ์	0.119*	0.017	สัมพันธ์
2.ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	1.000*	0.000	สัมพันธ์	0.119*	0.017	สัมพันธ์	0.124*	0.013	สัมพันธ์
3.ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว	0.117*	0.019	สัมพันธ์	0.128*	0.010	สัมพันธ์	0.117*	0.019	สัมพันธ์
4.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.112*	0.025	สัมพันธ์	0.109*	0.029	สัมพันธ์	0.125*	0.012	สัมพันธ์
5.ด้านที่พักแรม	-0.102*	0.041	สัมพันธ์	0.133*	0.008	สัมพันธ์	0.116*	0.021	สัมพันธ์
6.ด้านการจัดรูปแบบ การให้บริการเป็นชุด/ แพ็คเกจ	0.213*	0.000	สัมพันธ์	-0.137*	0.006	สัมพันธ์	0.336*	0.000	สัมพันธ์
7.ด้านการบริการ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ	-0.116*	0.020	สัมพันธ์	0.105*	0.035	สัมพันธ์	0.111*	0.027	สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รูปแบบการดำเนินชีวิตต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซด ดังตารางที่ 4

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ
สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี
ปีที่ 13 เล่ม 1 ประจำเดือน มกราคม - มิถุนายน 2567

พฤติกรรม การ	ด้านแหล่งท่องเที่ยว		ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว		ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว		ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		ด้านที่พักแรม		ด้านการจัดรูปแบบการ ให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ		ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ					
	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล			
ท่องเที่ยว																		
1.จำนวน การเดินทาง ท่องเที่ยวใน ระยะเวลา 1 ปี	74.55	0.682	ไม่ สัมพันธ์	6.568	0.766	ไม่ สัมพันธ์	34.976	0.020*	สัมพันธ์	31.900	0.044*	สัมพันธ์	32.945	0.034*	สัมพันธ์	32.070	0.043*	สัมพันธ์
2.วัตถุประสงค์ ในการ เดินทาง ท่องเที่ยว	2.331	0.887	ไม่ สัมพันธ์	2.395	0.880	ไม่ สัมพันธ์	8.341	0.578	ไม่ สัมพันธ์	3.401	0.756	ไม่ สัมพันธ์	3.001	0.996	ไม่ สัมพันธ์	8.717	0.727	ไม่ สัมพันธ์
3.การรับรู้ ข้อมูลการ เดินทาง ท่องเที่ยว	6.569	0.584	ไม่ สัมพันธ์	7.768	0.955	ไม่ สัมพันธ์	11.578	0.772	ไม่ สัมพันธ์	15.242	0.507	ไม่ สัมพันธ์	11.077	0.805	ไม่ สัมพันธ์	8.113	0.945	ไม่ สัมพันธ์
4.ช่วงเวลาที่ นิยมเดินทาง ท่องเที่ยว	2.608	0.856	ไม่ สัมพันธ์	22.414	0.033*	สัมพันธ์	21.170	0.048*	สัมพันธ์	22.736	0.030*	สัมพันธ์	10.209	0.598	ไม่ สัมพันธ์	11.622	0.476	ไม่ สัมพันธ์
5.จำนวน ผู้ร่วมเดินทาง	6.242	0.985	ไม่ สัมพันธ์	9.844	0.630	ไม่ สัมพันธ์	7.779	0.955	ไม่ สัมพันธ์	11.431	0.782	ไม่ สัมพันธ์	14.107	0.591	ไม่ สัมพันธ์	11.578	0.772	ไม่ สัมพันธ์
6.ระยะเวลา ในการ เดินทาง	1.012	0.980	ไม่ สัมพันธ์	3.087	0.543	ไม่ สัมพันธ์	7.816	0.452	ไม่ สัมพันธ์	6.944	0.543	ไม่ สัมพันธ์	9.761	0.282	ไม่ สัมพันธ์	8.298	0.405	ไม่ สัมพันธ์

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่นแซต (ต่อ)

พฤติกรรม	ด้านแหล่งท่องเที่ยว			ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			ด้านการเข้าถึงแหล่ง			ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			ด้านที่พักแรม			ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ			ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ		
	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล	χ^2	Sig	แปลผล
ท่องเที่ยว																					
7.บุคคลที่นิยม	7.359	0.498	ไม่สัมพันธ์	15.784	0.046*	สัมพันธ์	7.657	0.468	ไม่สัมพันธ์	7.234	0.512	ไม่สัมพันธ์	36.663	0.002*	สัมพันธ์	4.026	0.885	ไม่สัมพันธ์	2.029	0.980	ไม่สัมพันธ์
เดินทางท่องเที่ยวด้วย																					
8.ลักษณะการเดินทาง	16.652	0.034*	สัมพันธ์	2.554	0.635	ไม่สัมพันธ์	3.290	0.915	ไม่สัมพันธ์	4.004	0.405	ไม่สัมพันธ์	3.107	0.927	ไม่สัมพันธ์	2.857	0.943	ไม่สัมพันธ์	2.761	0.948	ไม่สัมพันธ์
9.การเดินทาง	44.540	0.000*	สัมพันธ์	4.561	0.803	ไม่สัมพันธ์	47.055	0.000*	สัมพันธ์	6.087	0.637	ไม่สัมพันธ์	29.714	0.020*	สัมพันธ์	51.071	0.000*	สัมพันธ์	37.619	0.002*	สัมพันธ์
10.สถานที่พักผ่อนที่นิยม	9.443	0.306	ไม่สัมพันธ์	8.911	0.350	ไม่สัมพันธ์	62.885	0.000*	สัมพันธ์	5.001	0.758	ไม่สัมพันธ์	11.876	0.752	ไม่สัมพันธ์	6.280	0.985	ไม่สัมพันธ์	15.468	0.491	ไม่สัมพันธ์
11.สถานที่รับประทานอาหารที่นิยม	6.581	0.160	ไม่สัมพันธ์	7.501	0.531	ไม่สัมพันธ์	15.784	0.046*	สัมพันธ์	2.498	0.869	ไม่สัมพันธ์	6.802	0.558	ไม่สัมพันธ์	1.496	0.993	ไม่สัมพันธ์	13.074	0.109	ไม่สัมพันธ์



ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนแซด (ต่อ)

พฤติกรรม การ	ด้านแหล่งท่องเที่ยว			ด้านกิจกรรมการ ท่องเที่ยว			ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว			ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			ด้านที่พักแรม			ด้านการจัดรูปแบบการ ให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ			ด้านการบริการที่ นักท่องเที่ยวควรได้รับ		
	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล	χ^2	Sig	แปล ผล
ท่องเที่ยว	16.253	0.039*	สัมพันธ์	5.812	0.668	ไม่ สัมพันธ์	15.912	0.459	ไม่ สัมพันธ์	9.700	0.287	ไม่ สัมพันธ์	8.998	0.914	ไม่ สัมพันธ์	15.942	0.457	ไม่ สัมพันธ์	15.065	0.520	ไม่ สัมพันธ์
12. ค่าใช้จ่าย ในการ เดินทาง แต่ละครั้ง																					
13. ค่าใช้จ่าย ที่ใช้จ่าย มากที่สุดใน การเดินทาง	7.586	0.669	ไม่ สัมพันธ์	11.029	0.355	ไม่ สัมพันธ์	7.900	0.993	ไม่ สัมพันธ์	11.428	0.325	ไม่ สัมพันธ์	11.805	0.923	ไม่ สัมพันธ์	39.532	0.006*	สัมพันธ์	34.155	0.025*	สัมพันธ์
14. แผนการ เดินทาง ท่องเที่ยว ในระยะใกล้	0.078	0.119	ไม่ สัมพันธ์	0.022	0.663	ไม่ สัมพันธ์	0.019	0.704	ไม่ สัมพันธ์	0.066	0.185	ไม่ สัมพันธ์	0.044	0.376	ไม่ สัมพันธ์	0.043	0.391	ไม่ สัมพันธ์	0.045	0.368	ไม่ สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต พบว่า พฤติกรรมด้านจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

พฤติกรรมด้านช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

พฤติกรรมด้านบุคคลที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วย มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พักแรม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางมีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่พักแรมที่นิยม มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่รับประทานอาหารที่นิยม มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางด้านแหล่งท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ

ในขณะที่พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว ด้านจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาในการเดินทาง และด้านแผนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะใกล้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็น และด้านกิจกรรม ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรม คือ ชอบการถ่ายรูป เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านความสนใจ คือ สนใจแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเป็นกระแสนิยม และด้านความคิดเห็น คือ การเดินทางท่องเที่ยวทำให้ท่านได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Grail Research (2011) ที่ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตไว้ว่าเป็นกลุ่มที่ชอบใช้อุปกรณ์หรือสื่อเครื่องมือที่ใช้งานง่าย มีการออกแบบที่ดี และมีการโต้ตอบ (Interactive) เช่น สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต ใช้การติดต่อสื่อสารผ่านข้อความบนหน้าจอมือถือ หรือคอมพิวเตอร์แทนการพูดคุย และจะคุ้นชินกับการติดต่อสื่อสารแบบไร้สาย ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมถ่ายภาพ เช็คอิน และแบ่งปันข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน นอกจากนี้ บุคกิ้งดอทคอม ธุรกิจบริการท่องเที่ยวออนไลน์ (Booking.com, 2019) ได้สำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตจำนวน 21,807 คน จาก 29 ประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิต และท่องเที่ยวมากกว่าการศึกษา การมีบ้าน หรือความมั่นคงหลังเกษียณ โดยมองว่าการมีโอกาสได้เดินทางไปสัมผัสโลกกว้าง เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในชีวิต ประกอบกับอิทธิพลจากสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตสนใจแหล่งท่องเที่ยวที่กำลังเป็นกระแสนิยม โดยพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 45 เลือกเดินทางท่องเที่ยวตามคำแนะนำของบุคคลบนโลกออนไลน์ และนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นแซตชาวไทยนิยมค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวผ่านแฮชแท็ก (Hashtag) และตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวตามคำค้นยอดนิยม อีกทั้งจะมีการอัปโหลดภาพถ่ายลงบนสื่อสังคมออนไลน์เสมอตลอดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นแซต พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวจำนวน 3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน/ท่องเที่ยว รับรู้ข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวจาก Reviewer/Blogger/YouTube ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว คือ ช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติ โดยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 3-5 คน และใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-2 วัน วางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยเครื่องบิน สถานที่พักแรมที่นิยมเข้าพัก คือ รีสอร์ท และนิยมรับประทานอาหารที่ร้านอาหารริมทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งจำนวน 1,001-2,000 บาท โดยมีการใช้จ่ายด้านกิจกรรมท่องเที่ยวและความบันเทิงมากที่สุด และสถานที่ที่วางแผนจะเดินทางไปท่องเที่ยวในระยะใกล้ คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปภาคเหนือ ทั้งนี้ สอดคล้องกับเอ็กซ์พีเดีย กรุ๊ป (Marketeer, 2017) บริษัทด้านบริการท่องเที่ยวออนไลน์ ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุโรปในแต่ละช่วงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตเดินทางท่องเที่ยว 3.3 ครั้งในระยะเวลา 1 ปี มักจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และใช้จ่ายไปกับที่พักแรมมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตชาวยุโรปจะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศที่หนาวเย็นในประเทศของตน และ เดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จึงให้ความสำคัญกับที่พักแรมมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตชาวไทยจะใช้จ่ายไปกับกิจกรรมท่องเที่ยวและความบันเทิง เนื่องจากมองว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และมีเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวแบบ “ครั้งหนึ่งในชีวิต” จึงให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวและความบันเทิงมากกว่าสิ่งอื่น อีกทั้งยังสอดคล้องกับการสำรวจของบูคกิ้งดอทคอม ธุรกิจบริการท่องเที่ยวออนไลน์ (Booking.com, 2019) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเจนเนอเรชั่นแซตชาวไทยร้อยละ 51 จะเชื่อถือคำแนะนำของอินฟลูเอนเซอร์และเชลบริตี้โซเชียลมีเดียและภาพถ่ายเกี่ยวกับการเดินทางบนโซเชียลมีเดีย และตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวตามโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังเป็นไปตามการศึกษาของ Puttaruksakun (2017) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นซี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัวมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

3. การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซต พบว่า โดยภาพรวมการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเลือกจุดหมายปลายทางที่อยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ด้านที่พักแรม (Accommodation) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ (Available Package) ด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Services) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ตามลำดับ ส่วนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การที่แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ถือเป็นสิ่งดึงดูดใจและช่วยสร้างประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จากผลการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (EIC) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) (Economic Intelligence Center, 2022) พบว่า นักท่องเที่ยวยุคใหม่จะเน้นการใช้จ่ายเพื่อสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซตที่สนใจทำกิจกรรมที่หลากหลายระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้น การบริการการท่องเที่ยวอย่างครบวงจรทั้งที่พัก และกิจกรรมภายใต้บริการที่ได้มาตรฐานและราคาที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ป้ายบอกทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว/จุดหมายปลายทาง โดย Jittangwattana (2012) ได้อธิบายว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัย ความมีมาตรฐาน ตลอดจนมีป้ายสัญลักษณ์หรือป้ายบอกทางที่ชัดเจน ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางถึงที่หมายได้อย่างสะดวก ทันเวลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ภัตตาคารและร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว/จุดหมายปลายทาง ดังนั้น ผู้ประกอบการภัตตาคารและร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวควรพัฒนาร้านอาหารให้มีมาตรฐาน ปลอดภัย และนำเสนอเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังเช่นการศึกษาของ Bunsrirat (2018) ที่ได้เสนอว่าควรพัฒนามาตรฐานร้านอาหารทั้งด้านการบริการที่ดี ความสะดวก และคำนึงถึงความปลอดภัย เพื่อให้นักท่องเที่ยวมั่นใจในอาหารท้องถิ่นว่ามีคุณภาพระดับสากล ด้านที่พักแรม

ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักแรม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Srihirun et al. (2020) ที่พบว่า ที่พักต้องมีความสะดวกสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความปลอดภัยและมีสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้นักท่องเที่ยว เชนเนอร์ชั้นแซด ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความหลากหลายของการให้บริการ สินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นชุด/แพ็คเกจ โดย Dabphet (2018) กล่าวว่าสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการให้บริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจหนึ่งๆ จะต้องประกอบไปด้วยการบริการที่หลากหลาย เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่า ในกรณีที่แยกใช้บริการทีละอย่าง ดังนั้น หากการให้บริการสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นชุด ประกอบด้วยสินค้าและบริการที่หลากหลาย มีราคาที่เหมาะสม จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเห็นความคุ้มค่า และเลือกใช้บริการมากขึ้น และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยว ควรได้รับ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การให้บริการและความเป็นมิตรของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว/จุดหมายปลายทาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Sopan (2021) ได้ศึกษาแรงจูงใจ ความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัย ด้านความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความประทับใจในการมาเยือนจังหวัดลำพูน ผลการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวัง ในการมาเยือนจังหวัดลำพูนในระดับมากที่สุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย คนในท้องถิ่นมีความเป็นมิตร และสถาบันเทียงยามราตรีและคามมีชีวิตชีวา

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์รูปแบบการดำเนินชีวิตต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเนอร์ชั้นแซด พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยว ควรได้รับ ดังนั้น จะเห็นว่าการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต เนื่องจากการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตจะทำให้เกิดความเข้าใจพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยว (James et al., 2017) โดยการศึกษาแบบการดำเนินชีวิตตามวิธีการวัดแบบ AIO (Activity, Interest, Opinion) เป็นการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่สะท้อนผ่านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจ นักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวชัดเจนยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถนำเสนอสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวได้

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว กลุ่มเจนเนอร์ชั้นแซด พบว่า พฤติกรรมด้านจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลา 1 ปี มีความสัมพันธ์กับการเลือก จุดหมายปลายทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการ เป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ พฤติกรรมด้านช่วงเวลาที่ยินยอมเดินทางท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ พฤติกรรมด้านบุคคลที่ยินยอมเดินทางท่องเที่ยวด้วย มีความสัมพันธ์กับการเลือก จุดหมายปลายทางในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พักแรม พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านลักษณะการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการเดินทางท่องเที่ยว ไปยังจุดหมายปลายทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ พฤติกรรม การท่องเที่ยวด้านสถานที่พักแรมที่ยินยอม มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านสถานที่รับประทานอาหารที่ยินยอม มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทางด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้ง มีความสัมพันธ์กับการเลือกจุดหมายปลายทาง ด้านแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับการเลือก จุดหมายปลายทางด้านการจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด/แพ็คเกจ และด้านการบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ สอดคล้องกับ Somjai and Na Lamphoon (2020) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโกล้ง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า พฤติกรรมด้านช่วงเวลาที่ยินยอมเดินทางมาท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย มีความสัมพันธ์กับความต้องการองค์ประกอบ 5As ของนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษาของ Katesuwan (2020) เรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาว ยุโรป พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านที่พัก มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านจำนวนเงิน ที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทาง

ของนักท่องเที่ยว จะช่วยให้เกิดการพัฒนาลินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ หรือแผนงานในการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซด เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยครั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และภาคเอกชน เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจจันทرياتรม ที่พักแรม ร้านอาหาร เป็นต้น สามารถนำไปพัฒนาลินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ สอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชั่นแซด เพื่อรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในกลุ่มเจนเนอเรชั่นอื่นๆ รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ ครบถ้วน แม่นยำ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.2 ควรมีการศึกษาความต้องการในมิติของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย และมีความแม่นยำมากที่สุดเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

เอกสารอ้างอิง

- Antonides, G., & Van Raaij, W. F. (1998). *Consumer behaviour: A European perspective*. John Wiley.
- Arpornpisal, C. (2018). Tourism elements influence the decision making in traveling to visit Phra Pathom Chedi, Nakhon Pathom, Thailand. *Asian Administration & Management Review*, 1(1), 171-179.
- Azevedo, A. (2010). Designing unique and memorable experiences: co-creation and the "surprise" factor. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 3(1), 42-57.
- Bergh, J. V. D., & Behrer, M. (2013). *How cool brands stay hot. Branding to generation Y*. Kogan Page.
- Billee, A., Duangsaeng, V., Trakarnsiriwanich, K., & Chaoprayoon, P. (2019). Muslim Tourists' Expectations toward Halal Tourism in Songkhla Province, Thailand. *Asian Administration & Management Review*, 2(2), 45-55.
- Booking.com. (2019). *Gen Z people can't wait to get out and explore the world*. Booking.com. <https://news.booking.com/th-th/gen-z-travelers-cant-wait-to-experience-the-world>. [In Thai]
- Buffa, F. (2015). Young tourists and sustainability. Profiles, attitudes, and implications for destination strategies. *Sustainability*, 7(10), 14042-14062.
- Bunsrirat, W. (2018). *Guideline of Gastronomic Standard Management for Tourism in Phuket Province*. [Master's thesis]. National Institute of Development Administration <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2561/b203111e.pdf>. [In Thai]
- Choeychid, P. (2019). *Domestic tourism behavior and consumer group media exposure in Bangkok and travel decision making were examined after the novel coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic*. [Master's thesis]. Thammasat University. [In Thai]
- Cross-Bystrom, A. (2010). *What you need to know about Generation Z*. Imedia. <http://www.imediaconnection.com/content/27425.asp>

- Dabphet, S. (2018). Tourism attributes and communication channels of tourism image for future tourists: The case of Phitsanulok. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 11(1), 79-98. [In Thai]
- Economic Intelligence Center. (2022). *EIC Consumer survey 2022*. SCB Economic Intelligence Center https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/8602/getdypugcp/EIC-In-Focus_Consumer-survey-report_Travel-Part-2_20221026.pdf.
- Economic Times. (2023). *Thai tourism income for 7 months exceeded 1 trillion, but the entire year missed the target*. Thansettakij. <https://www.thansettakij.com/business/economy/572493>. [In Thai]
- Grail Research. (2011). *Consumers of Tomorrow Insights and Observations about Generation Z*. Doc Player. <https://docplayer.net/31078434-Consumers-of-tomorrow.html>
- Heranya, T. (2021). Wellness tourism behavior of Thai tourists in Chiang Mai. *Sarasatr*, 3(2021), 664-667. [In Thai]
- Jakthong, C., & Kaewnuch, K. (2022). Factors affecting active aging tourist's decision to join agrotourism activity in Thailand. *Journal of International and Thai Tourism*, 18(1), 62-85. [In Thai]
- James, A., Ravichandran, S., Chuang, N. K., & Bolden III, E. (2017). Using lifestyle analysis to develop lodging packages for staycation travelers: An exploratory study. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 387-415.
- Jittangwattana, B. (2012). *Tourist behavior*. Fernkaluang Printing and Publishing Limited Partnership.
- Kaewyu, P., Pakdeepinit, P., & Madtyampurush, W. (2021). The factors affect destination selection of individual Chinese tourists in Lanna civilization area, Thailand. *Nakhon Lampang Buddhist College's Journal*, 10(2), 199-214. [In Thai]
- Katesuwan, S. (2020). *Components of Tourist Destinations Affecting Cultural Tourism Behaviors of European Tourists in Thailand* [Master's thesis]. Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/928/1/g5611130278.pdf>. [In Thai]
- Khamtrong, S. (2023). Tourism behaviors of generation z tourists in Bangkok metropolitan region. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*. 9(1), 93-107. [In Thai]
- Khamtrong, S., Jittithavorn, C., Ashton, A. S., & Madhyamapurush, W. (2021). Tourist's aspect to the potential of tourism attractions and tourism management of Bang Saen Beach. *Journal of Public Administration and Politics*, 10(1), 92-108. [In Thai]
- Kim, D., Rao, R., & Cho, B. (2000). Effects of consumer lifestyles on purchasing behavior on the internet: a conceptual framework and empirical validation. In *Processing of The Twenty-First International Conference on Information Systems, ICIS 2000* (pp. 688-695). Brisbane.
- Kotler, P. (2016). *Principles of marketing* (16th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Kupkitaphun, K., & Bunjongmanee, P. (2022). The guidelines of health tourism development of European tourist in Prachuap Khiri Khan province. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 14(1), 1-13. [In Thai]
- Marketeer. (2017). *European Travelers: Which Gen? What kind of travel?* Marketeer. <https://marketeeronline.co/archives/4340>. [In Thai]

- Ministry of Tourism and Sports. (2018). *National tourism development plan No.3 (2023 - 2027)*. Office of Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *COVID-19 and its impact on Thai tourism Thailand's tourism situation, 1st quarter 2020*, Report on the tourism economy. Ministry of Tourism and Sports. <https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/4-1TourismEconomicVol4.pdf>. [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). Domestic tourist statistics for 2021 (classified by region and province). Ministry of Tourism and Sports. <https://www.mots.go.th/news/category/741> [In Thai]
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). *Tourist statistics*. Ministry of Tourism and Sports. https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411 [In Thai]
- Nantanakorn, P., & Jansuri, A., (2021). Tourist behavior and tourist opinions towards arts tourism on creative tourism concept of Ratchaburi province. *Journal of Liberal Arts and Management Science*, 8(1), 102-112. [In Thai]
- National Statistical Office of Thailand. (2020). *Population from registration classified by age, sex, region and province, year 2019*. National Statistical Office of Thailand [In Thai]
- Nawakitpaitoon, L., Phongsakornrangsin, S., & Phongsakornrangsin, P. (2021). Factor analysis of millennial tourists' lifestyles in Thailand. *Journal of International and Thai Tourism*, 17(1), 18-43. [In Thai]
- Nirapath, S. (2019). *Lifestyle motivation to travel and reference group affecting ago tourism decision of Thai tourists who choose to travel at Doi Inthanon national park* [Master's thesis]. Maejo University. [In Thai]
- Nithat-ek, S. (2018). *Lifestyle and satisfaction of European high-value travelers in the Thailand riviera tourism development project in Prachuap Khiri Khan province*. [Master's thesis]. Thammasat University. [In Thai]
- Phichaiwaruttama, N., Boonruang, A., & Klamsaengsai, S. (2020). Domestic Tourism Typology after the Coronavirus Disease 2019 Epidemic. *The 13th Hat Yai National and International Conference in 2020* (pp. 3272-3286). Hat Yai University. [In Thai]
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation: The combination of two useful concepts provides a unique and important view of the market. *Journal of marketing*, 38(1), 33-37.
- Puttaruksakun, N. (2017). *Generation C Touristsf Traveling Behaviors, Social Media Usage Behaviors And Social Media Uses And Gratification For Tourism*. [Master's thesis]. Burapha University. http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/58920658.pdf. [In Thai]
- Rongthong, N., & Thosuwonchinda, V. (2020). Guidelines for the development of the potential tourism model, Baan Sa Kla village Samut Prakarn province. *Dusit Thani College Journal*, 14(1), 109-129. [In Thai]
- Saenkam, B. (2021). The behavior of Thai tourists after COVID-19 situation. *Journal of Liberal Arts and Hospitality Industry*, 4(1), 160-167. [In Thai]
- Sereerat, S. (1992). *Principles of marketing*. Duangkamol Samai. [In Thai]
- Somjai, U., & Na Lamphoon, P. (2020). Behaviors and needs of tourists toward cultural tourism in Bangchalong sub-district, Bangpli district, Samutprakan province. *Liberal Arts Review*, 15(2), 13-27. [In Thai]

- Sopan, I. (2021). *Thai Tourists's Motivation, Expectation, Satisfaction and Satisfaction's Factors Affecting their Impression towards Lamphun Province*. [Master's thesis]. Dhurakij Phundit University <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/lrada.Sop.pdf>. [In Thai]
- Srihirun, J., Wangkuanklang, K., Naithao, R., & Taladsub, S. (2020). Attracting generation Z tourists with tourism element to participate in Heet-Sib-Song tradition in Khon Kaen province. *Journal of SaengKhomKham Buddhist Studies*, 5(1), 32-50. [In Thai]
- Sutthiwetin, P., & Buasorn, P. (2019). Tourism marketing promotion strategies which influence generation z in Bangkok metropolitan region. *Journal of Business Review*, 11(1), 99-110. [In Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *A study of the behavior of Thai tourists with spending potential*. Marketing Research Division, Tourism Authority of Thailand. [In Thai]
- Vyncke, P. (2002). Lifestyle segmentation: from attitudes, interests and opinions, to values, aesthetic styles, life visions and media preferences. *European journal of communication*, 17(4), 445-463.
- Wellner, A. S. (2002). Generational divide. *American Demographics*, 22(10), 52-56.
- Williams, K. C., & Page, R. A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1), 37-53.
- WJ Schroer Company. (2016). *Generations X, Y, Z and the Others*. Socialmarketing. <http://socialmarketing.org/archives/generations-xy-z-and-the-others/>
- Wood, S. (2013). Generation Z as consumers: trends and innovation. *Institute for Emerging Issues: NC State University*, 119(9), 7767-7779.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introduction analysis*. Harper & Row.
- Yanthasasin, T. (2021). *Factors affecting decision making to travel in Thailand of private company employees in Bangkok after the first pandemic of COVID-19* [Master's thesis]. Mahidol University. [In Thai]
- Zouni, G., & Kouremenos, A. (2008). Do tourism providers know their visitors? An investigation of tourism experience at a destination. *Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 282-297.

รูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

Value Chain Management Model to Reduce Waste Enhancing Sustainable Development Under the Circular Economy Concept of Pineapple Farmers in Loei Province

รดาสา เนตรแสงสี

อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Radasa Netsangsee

Full time Lecturer, Faculty of Management Science

Loei Rajabhat University

E-mail: radasa.net@lru.ac.th ; Ph: 098-585-3903

วันที่ได้รับบทความ	: 11 กันยายน 2566
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	:
ครั้งที่ 1	: 21 พฤศจิกายน 2566
ครั้งที่ 2	: 14 ธันวาคม 2566
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 30 ธันวาคม 2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษากระบวนการดำเนินงานตามหลักโซ่คุณค่า ความสูญเสียเปล่า การพัฒนาที่ยั่งยืน การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (2) ศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปร และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียเปล่าสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด จังหวัดเลย จำนวน 380 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 14 อำเภอ ใช้การสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง พบว่า (1) ระดับการจัดการโซ่คุณค่า ความสูญเสียเปล่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาที่ยั่งยืน อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยสูง ($\bar{X} = 4.02$) (2) การจัดการโซ่คุณค่า การจัดการความสูญเสียเปล่า และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ร้อยละ 82.2 และ (3) ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-Square = 99.536, df = 80, Relative Chi-square = 1.244, p-value = 0.069, GFI = 0.977, AGFI = 0.926, RMSEA = .025, RMR = .007) ทั้งนี้ยังพบว่าเกษตรกรต้องการบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าเศรษฐกิจหมุนเวียนเชิงกลยุทธ์ ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การพัฒนาคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐานและผลผลิตตามที่ต้องการ พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการการเพาะปลูกและกิจกรรมหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มมูลค่าผลผลิต รวมถึงการประยุกต์หลักทฤษฎีใหม่ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในการดำเนินงานเพื่อการขอการรับรองคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและการจัดการสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: การจัดการโซ่คุณค่า, ความสูญเสียเปล่า, การพัฒนาที่ยั่งยืน, เศรษฐกิจหมุนเวียน, สินค้าเกษตร

Abstract

This research aims to : (1) study the level of operations according to the principles of value chains, waste, sustainable development, application of the circular economy concept; (2) study the direct influence Indirect influence among variables; and evaluate the consistency of the structural equation model of the value chain management model to reduce waste towards sustainable development under the circular economy concept of pineapple farmers in Loei Province. The sample consisted of 380 pineapple farmers, using a multistage sampling method. It is divided into 14 districts using a simple random sampling. The tool used was a questionnaire. The statistics used were the descriptive statistics and the structural equation analysis. The result of structural equation analysis found that (1) the level of value chain management, reduce waste, circular economy and sustainable development was a high level of mean scores ($\bar{X} = 4.02$); (2) the value chain management, waste management and the circular economy concepts had a positive direct influence on sustainable development at 82.2 percent; (3) the result of the structural equation analysis was consistent with the empirical data (Chi-square = 99.536, df = 80, relative Chi-square = 1.244, p-value = 0.069, GFI = 0.977, AGFI = 0.926, RMSEA = .025. , RMR = .007). Moreover, it found that farmers must plan to integrate the strategic circular economy value chain that aims to optimize resource management for maximum efficiency, developing quality standards and yields as desired, improving the efficiency of cultivation management and post-harvest activities to reduce costs and increase yield values. In addition, applying the new theory, the Sufficiency Economy Philosophy, and the circular economy principles to operation management practices for agricultural product quality standards and environmental management accreditation.

Keywords: Value Chain Management, Reduce Waste, Sustainable Development, Circular Economy, Agricultural

บทนำ

5-Year Operational Plan of the Department of Agricultural Promotion (2023 - 2027) กำหนดวิสัยทัศน์ คือ “เกษตรกรรมมีความเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีรายได้เพิ่มขึ้น” โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญในการส่งเสริมการผลิต และจัดการสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่การผลิตด้วยแนวคิดเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรสำคัญ พัฒนาวิสาหกิจชุมชนและ Smart Farmer ให้เป็นผู้ประกอบการผลิตและการจัดการสินค้าเกษตรด้วย BCG Model อีกทั้งต้องประยุกต์ใช้การจัดการโลจิสติกส์เกษตรที่สามารถประกอบธุรกิจรวบรวมผลผลิต เคลื่อนย้ายวัตถุดิบด้วยบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม การแปรรูปผลผลิต จัดเก็บ และกระจายสินค้าเกษตรได้อย่างรวดเร็ว เป็นไปตามมาตรฐาน รวมถึงส่งเสริมให้สร้างแบรนด์ เป็นของตนเองและขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Department of Agriculture, Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2021) นอกจากนี้ Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives (2022) รายงานว่า ต้นทุนการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เกษตรส่วนใหญ่อยู่ที่ต้นทุนการขนส่งและต้นทุนมูลค่าความเสียหาย ซึ่งเกิดจากการใช้แรงงานคนและเครื่องจักรกลการเกษตรในการเก็บเกี่ยว เกิดการร่วงหล่นจำนวนมาก การรอคิวหน้าโรงงานเป็นระยะเวลานาน ต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งเป็นวันเนื่องจากระยะทางไกล วิธีการขนส่งผลผลิต มีการซ้อนทับ ไม่มีภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์รองรับ ทำให้ผลผลิตเกิดการกระแทกชำและเน่าเสีย รวมทั้งไม่มีสถานที่ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอในการเก็บรักษาหรือจัดการคุณภาพผลผลิตเบื้องต้นก่อนส่งมอบไปยังโรงงานทำให้สินค้าถูกตีกลับ ซึ่งเกิดจากเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรขาดองค์ความรู้ ความเข้าใจ และทักษะด้านบริหารจัดการกิจกรรมโลจิสติกส์ ที่มีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิต การเก็บเกี่ยว การคัดแยกคุณภาพ การรวบรวมและการกระจายผลผลิตไปยังลูกค้า ปลายทาง รวมถึงขาดการรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่าย (Network) ที่มีความเชื่อมโยงทั้งด้านการผลิต การตลาดและระบบโลจิสติกส์ สินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริงโดยเฉพาะการควบคุมกระบวนการผลิตการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรให้มีความสม่ำเสมอ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

สับปรดเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดเลย เนื่องจากมีรสชาติที่หวานอร่อยและไม่ก้ดล้น นอกจากนี้ยังเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามแผนยุทธศาสตร์ Agriculture THAILOEI 4.0 มีการส่งเสริมการเกษตรแบบผสมผสานและทันสมัยโดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิภาพในการผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรให้มีคุณภาพและตรงตามมาตรฐานการส่งเสริมให้เกษตรกรกลายเป็น Young Smart Farmer/Smart Farmer โดยเน้นที่การเพิ่มความมั่นคงและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน พร้อมทั้งการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาบางประการที่ต้องตีความเพื่อพัฒนาและปรับปรุง ต้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตรมีแนวโน้มสูงขึ้น การใช้สารเคมีในการผลิตไม่เหมาะสม และขาดแหล่งผลิตที่มีมาตรฐานและปลอดภัย เกษตรกรบางรายไม่ให้ความสำคัญในการผลิตและบริโภคสินค้าที่มีมาตรฐานและปลอดภัย และไม่ให้ความสำคัญกับระบบนิเวศน์ ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย นอกจากนี้ยังขาดองค์ความรู้ทางเทคโนโลยีการผลิตและการวางแผนการผลิตที่เชื่อมโยงกับตลาด (Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2022).

จากการทบทวนวรรณกรรมของ Sungkaew and Kaewjaroenpisan (2018) ได้พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหา และอุปสรรคในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของไม้ผล เช่น สตรอเบอรี่ อะโวคาโด และมะคาเดเมีย ซึ่งได้มีการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อลดความสูญเสียและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผลไม้ (Sungkaew & Kaewjaroenpisan, 2018)

เพื่อสนับสนุนวิสัยทัศน์นี้ การพัฒนาและปรับปรุงระบบโลจิสติกส์เกษตรจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยใช้แนวคิดของ Strategic Plan for Agricultural Sector Logistics System Development (2023 - 2027) ที่มุ่งหวังลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งผลผลิต การลดความสูญเสียในกิจกรรมโลจิสติกส์ (Lean Logistics) และการพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าที่ได้รับจากผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อยกระดับเกษตรกรผู้ปลูกสับปรดให้กลายเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการโลจิสติกส์เกษตร (Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2022)

ด้วยทั้งหมดนี้ การนำแผนส่งเสริมทางการเกษตรมาปรับใช้ในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าและระบบโลจิสติกส์จะสามารถช่วยลดความสูญเสียในการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เกษตร และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าและการลดความสูญเสียในการปลูกสับปรดในจังหวัดเลย ยังไม่ได้รับความสนใจเพียงพอ ซึ่งทำให้งานวิจัยนี้มีความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการเกษตรท้องถิ่นนี้ให้ก้าวขึ้นไปสู่ระดับที่ยั่งยืน (Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2022).

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานตามหลักโซ่คุณค่า ความสูญเสีย การพัฒนาที่ยั่งยืนและการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดการโซ่คุณค่า

Porter (1985) กล่าวว่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษากิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมการดำเนินงาน Sripthong et al. (2022) ค้นพบว่า กิจกรรมหลักและการสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและแนวทางการบริหารห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ยังคงเน้นไปที่ทุกกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า de Moura and Saroli (2021) ค้นพบว่า การสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืนขององค์กรต้องสร้างความสามารถที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างรวดเร็วซึ่งต้องจัดตำแหน่งองค์กรและปรับกิจกรรมการทำงานด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของลูกค้า Watabaji et al. (2016) พบว่า การบูรณาการกิจกรรมโซ่คุณค่าด้วยการสร้างความร่วมมือ ความมุ่งมั่น การประสานงาน และการตัดสินใจร่วมกันมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินทั้งในด้านคุณภาพ การตอบสนอง ความยืดหยุ่น และยังก่อให้เกิดการลดต้นทุนการดำเนินงานและสร้างความยั่งยืนให้กับเกษตรกรและคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง Thaisamak and Maneerattanarungrot (2023) พบว่า การบูรณาการโซ่คุณค่าด้วยการวางแผน การประสานงาน การแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดซื้อวัตถุดิบ การสร้างความร่วมมือกับลูกค้าและข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ อีกทั้งยังช่วยในการวางแผนการปฏิบัติงานรองรับความเสี่ยงในช่วงสถานการณ์ไม่แน่นอนเพื่อให้ผลการดำเนินงานเกิดความยั่งยืน Saksri and Weerabunkit (2021) ได้นำเสนอกลยุทธ์พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับสินค้าทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ด้วยการเพิ่มโอกาสทางการตลาด พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้วยนวัตกรรมและคุณค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ สนับสนุนองค์กรทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพเสริมสร้างมาตรฐานและแนวทางพัฒนาคุณภาพสินค้า GI ภายใต้สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ Rattanamahapaisan and Suraksa (2021) ยังได้เสนอแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่คุณค่าด้วยการทำเกษตรแบบอัจฉริยะ เกษตรอินทรีย์ การรวมกลุ่มเพิ่มอำนาจการต่อรอง การแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เกษตรพันธสัญญา หาดตลาดใหม่ การคัดแยกขนาดผลผลิตสับปะรดเพื่อจำหน่ายตามเกณฑ์ของตลาด โดยให้ภาครัฐทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและบริการความรู้เกี่ยวกับการปลูกสับปะรดให้แก่เกษตรกร จัดอบรมความรู้เพื่อส่งเสริมการผลิตและการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลผลิตการเกษตร ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H1: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืน

H2: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการลดความสูญเสียเปล่า

H3: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

H4: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการลดความสูญเสียเปล่า

การลดความสูญเสียเปล่า

Thangarajoo and Smith (2015) ได้ให้ความหมายของคำว่า Lean หมายถึง แนวคิดที่จะนำมาใช้จัดความสูญเสียเปล่าในกระบวนการทำงาน และให้ความสำคัญกับงานที่มีคุณค่า (Value Added) ในการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญทำให้สามารถลดระยะเวลาของกระบวนการทำงาน ลดขั้นตอนโดยเพิ่มความสามารถในการทำกำไรและการปรับปรุงคุณภาพงาน และ ความสูญเสียเปล่า (Waste) หมายถึง ขั้นตอนที่ทำแล้วไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เช่น ผลิตมากเกินไป การรอคอย ขั้นตอนที่ทำแล้วไม่เกิดคุณค่า การขนย้าย การเก็บวัสดุคงคลัง การเคลื่อนไหว ของเสีย Pigage and Tucker (1954) กล่าวว่า หลักการ ECRS เป็นหลักการง่าย ๆ ซึ่งสามารถใช้ในการเริ่มต้นลดความสูญเสียเปล่าลงได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ โดยเป็นการวิเคราะห์เพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพปัจจุบันให้เข้าสู่สภาพที่ควรจะเป็นและสร้างงานที่เป็นมาตรฐานเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องประกอบด้วย การกำจัด (Eliminate) การรวมกัน (Combine) การจัดใหม่ (Rearrange) และการทำให้ง่าย (Simplify) Kuptawatin et al. (2018) พบว่า ผู้ผลิตที่สามารถทราบโครงสร้างต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ จะสามารถนำไปสู่การตัดสินใจในการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าได้ และได้อธิบายแนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์โดยการรวมกลุ่มสมาชิกเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าที่เหมือนกันเพื่อวางแผนการผลิตภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจัดตั้งศูนย์กลางกระจายผลผลิตไปยังลูกค้า

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

Bressanelli et al. (2019) ได้ให้ความหมายของคำว่า เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) หมายถึง การฟื้นฟู และปฏิรูประบบเศรษฐกิจโดยการออกแบบและดำเนินการตลอดทั้งเครือข่ายซัพพลายเชนด้วยการใช้แนวคิดการลดการใช้ การใช้ซ้ำ และการนำกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต การแจกจ่าย และการบริโภค ทั้งทางด้านเทคนิคและชีวภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน Geissdoerfer et al. (2017) กล่าวเสริมว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแบบจำลองทางเศรษฐกิจที่มีการวางแผนด้านการจัดหาทรัพยากร การจัดซื้อ การผลิต และการแปรรูปใหม่ที่ได้รับการออกแบบ และการจัดการทั้งในกระบวนการและผลผลิตเพื่อเพิ่มการทำงานของระบบนิเวศและความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์ Kwarteng et al. (2022) พบว่า การนำนโยบายแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนไปใช้ เช่น การลด การใช้ซ้ำ การรีไซเคิล การกู้คืน และการฟื้นฟูทรัพยากรที่ใช้ในกระบวนการผลิต การแจกจ่าย และการบริโภคมีส่วนช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพทางการเงินของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญ Fernando et al. (2022) ได้นำเสนอว่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนทำหน้าที่เป็นกรอบการทรัพยากร และประสิทธิภาพทางการเงินด้วยการวิจัยและพัฒนาและเป็นช่องทางในการหารายได้ สร้างผลกำไรจากการลงทุนทรัพยากร ในขณะที่รักษามาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมผ่านแนวปฏิบัติด้านโลจิสติกส์ย้อนกลับอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H5: การลดความสูญเสียเปล่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

การพัฒนาที่ยั่งยืน

Seuring and Müller (2008) กล่าวว่า การจัดการซัพพลายเชนที่ยั่งยืน ประกอบด้วย การจัดการวัตถุดิบ การจัดการข้อมูล และกระแสเงินทุน ตลอดจนความร่วมมือระหว่างบริษัทต่างๆ ตลอดซัพพลายเชน โดยคำนึงถึงเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้ง 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ซึ่งได้มาจากความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Carter and Rogers (2008) พบว่า การจัดการซัพพลายเชนที่ยั่งยืนเป็นกลยุทธ์การบูรณาการที่โปร่งใส และการบรรลุเป้าหมายทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ขององค์กร ในการประสานงานอย่างเป็นระบบของ กระบวนการทางธุรกิจระหว่างองค์กร ที่สำคัญเพื่อปรับปรุง ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในระยะยาว Rodríguez-Espíndola et al. (2022) ได้นำเสนอว่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และการส่งเสริมนวัตกรรมที่มุ่งเน้นความยั่งยืนมีผลกระทบเชิงบวกต่อการเงิน สิ่งแวดล้อม และประสิทธิภาพทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ Singh et al. (2019) ยังพบอีกว่า แนวปฏิบัติและนโยบายด้านความยั่งยืนช่วยเพิ่มผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจโดยรวม และช่วยส่งเสริม และการขับเคลื่อนด้านสิ่งแวดล้อม เกษตรกรต้องออกแบบโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนเชิงนโยบาย นวัตกรรม และพัฒนาแนวปฏิบัติเพื่อให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่ยั่งยืน Krishnan et al. (2021) พบว่า แนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน ซัพพลายเชนผ่านความร่วมมือระหว่างกันเป็นนวัตกรรมใหม่ซึ่งส่งผลให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อมและสังคม หลายประการต่อการพัฒนาประเทศ Barua et al. (2021) พบว่า การปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่าในแง่ของการเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตรตามการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศอย่างเหมาะสมด้วยการปรับปรุงเทคโนโลยี การเข้าถึงความต้องการของตลาด ที่แตกต่างกันด้วยการเชื่อมโยง การประสานและการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ให้มีความคล่องตัวถือเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับการจัดการการดำรงชีวิต เพิ่มผลผลิต รายได้ และการพัฒนาอย่างยั่งยืนของเกษตรกร Ganeshkumar et al. (2023) ยังพบอีกว่า การประยุกต์ปัญญาประดิษฐ์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการเกษตรสามารถเพิ่มรายได้ทางการเกษตร เพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันและลดต้นทุนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานดังนี้

H6: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการลดความสูญเสียเปล่าเชิงบวกต่อความยั่งยืน

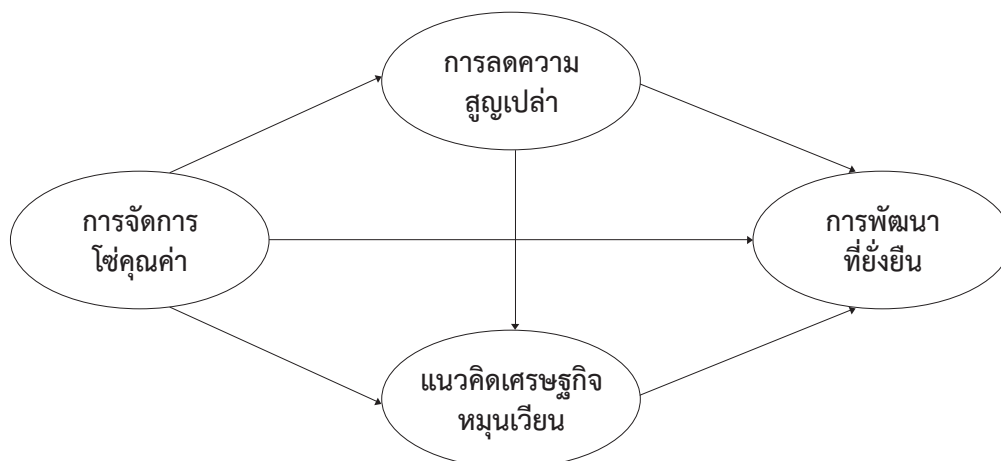
H7: การลดความสูญเสียเปล่ามีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเชิงบวกต่อความยั่งยืน

H8: การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการลดความสูญเสียเปล่าเชิงบวกต่อความยั่งยืน ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

H9: การจัดการโซ่คุณค่ามีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเชิงบวกต่อความยั่งยืน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 1,243 ราย (Office of Agriculture and Cooperatives, Loei Province, 2022) กำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง คือ 10-20 เท่าของค่าพารามิเตอร์และจำนวนตัวแปรสังเกต (Yurarach, 2016) โดยมีจำนวนค่าพารามิเตอร์และตัวแปรที่สังเกตได้ 19 ตัวแปร ดังนั้นจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 20 เท่า ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 380 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มอย่าง โดยวิธีการเทียบสัดส่วนเพื่อหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอ โดยการแยกรายชื่อของเกษตรกรตามแต่ละอำเภอ จากนั้นได้เรียงลำดับชื่อเกษตรกรตามตัวอักษร ก - ฮ ในแต่ละกลุ่ม และสุ่มชื่อเกษตรกรที่อยู่ในลำดับเลขที่ จนกระทั่งได้ตัวอย่างตามจำนวนที่ได้กำหนดไว้ และผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน เมื่อได้ข้อมูลจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอ

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	อำเภอเมืองเลย	60	18
2	อำเภอวังสะพุง	13	4
3	อำเภอนาดูน	2	1
4	อำเภอเชียงคาน	6	2
5	อำเภอท่าลี่	230	70
6	อำเภอภูหลวง	897	274
7	อำเภอภูเรือ	18	6
8	อำเภอผาขาว	10	3
9	อำเภอภูกระดึง	2	1
10	อำเภอด่านซ้าย	0	0

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอำเภอ (ต่อ)

ลำดับ	อำเภอ	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
11	อำเภอปากชม	2	1
12	อำเภอนาแห้ว	1	0
13	อำเภอเอราวัณ	0	0
14	อำเภอหนองหิน	2	1
รวม		1,243	380

ที่มา : Office of Agriculture and Cooperatives, Loei Province, 2022

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดนิยาม และโครงสร้างของตัวแปร โครงสร้างแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด แบบให้เลือกรับตอบ ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 1.00

ส่วนที่ 2 เป็นการถามเกี่ยวกับการจัดการโซ่คุณค่า ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) การจัดหาวัตถุดิบ 2) การผลิต 3) การกระจายสินค้า 4) การตลาดและการขาย และ 5) การบริการให้ลูกค้า ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.970, Cronbach- α = 0.968, C.R. = 0.900 และ AVE = 0.645

กิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม ได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐาน 2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 3) การพัฒนาเทคโนโลยี และ 4) การจัดหา ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.967, Cronbach- α = 0.978, C.R. = 0.958 และ AVE = 0.852

ส่วนที่ 3 เป็นการถามเกี่ยวกับการลดความสูญเสีย ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) การกำจัด 2) การรวมกัน 3) การจัดใหม่ และ 4) การทำให้ง่ายขึ้น ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.913, Cronbach- α = 0.955, C.R. = 0.931 และ AVE = 0.772

ส่วนที่ 4 เป็นการถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) การคิดเชิงระบบ 2) นวัตกรรม 3) การดูแลรับผิดชอบ 4) ความร่วมมือ 5) คุณค่าที่เหมาะสม และ 6) ความโปร่งใส ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.951, Cronbach- α = 0.979, C.R. = 0.966 และ AVE = 0.824

ส่วนที่ 5 เป็นการถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคม และ 3) ด้านสิ่งแวดล้อม ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่า IOC = 0.934, Cronbach- α = 0.973, C.R. = 0.965 และ AVE = 0.903

ผลการทดสอบวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยการทดลองนำแบบสอบถามไปใช้เกษตรกรกับที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงของงานวิจัย จำนวน 30 ชุด (Cronbach, 1984) พบว่าค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 ซึ่งมีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับดีมาก

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทราบลักษณะการแจกแจงของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละกับตัวแปรจัดประเภท (Categorical Variables) และวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ค่าต่ำสุด (Min) ค่าสูงสุด (Max) กับตัวแปรเมตริก (Metric Variables)
2. หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุ (Structural Equation Modeling: SEM) ของปัจจัยเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินงานตามหลักใช้คุณค่า ความสูญเสีย การพัฒนาที่ยั่งยืนและการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 2

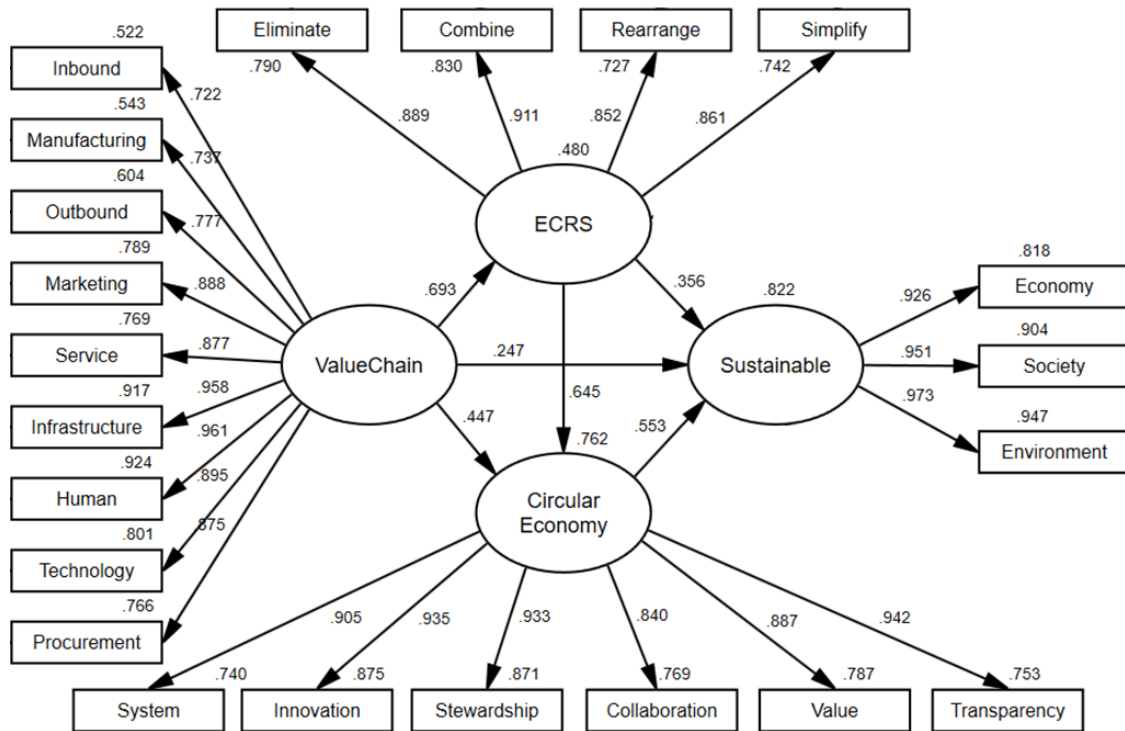
ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นการจัดการใช้คุณค่า การลดความสูญเสีย แนวเศรษฐกิจหมุนเวียน และความยั่งยืน ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย (n=380)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	Mean	ระดับความคิดเห็น	S.D.	Min	Max	Skewness	Kurtosis
กิจกรรมหลัก	4.04	มาก	.545	2.75	5.00	-.210	-.571
กิจกรรมสนับสนุน	4.03	มาก	.608	2.43	5.00	-.425	-.256
การลดความสูญเสีย	4.02	มาก	.489	2.60	5.00	-.383	.480
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน	3.99	มาก	.593	2.50	5.00	-.129	-.610
ความยั่งยืน	4.02	มาก	.635	2.38	5.00	-.486	-.305
โดยภาพรวม	4.02	มาก				-.327	-.252

จากตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นความคิดเห็นการจัดการใช้คุณค่า ความสูญเสีย แนวเศรษฐกิจหมุนเวียน และความยั่งยืน ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ กิจกรรมหลักใช้คุณค่า กิจกรรมสนับสนุนใช้คุณค่า การลดความสูญเสีย ความยั่งยืน และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยเกษตรกรมีการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ มีความไว้วางใจ การบริการที่ดี และมีความรู้จักคุ้นเคยเป็นอย่างดี ก่อนการปลูกสับปะรดต้องมีวางแผนการใช้พื้นที่ให้คุ้มค่า ต้นทุนการผลิตที่เกี่ยวข้อง โดยมีการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าและผลผลิตล่วงหน้า มีการออกแบบสถานที่เก็บรักษาปัจจัยการผลิตและผลผลิตให้เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นหลักเพื่อสร้างความประทับใจทั้งก่อนและหลังการซื้อขายและพัฒนาสู่ความสัมพันธ์ระยะยาวเพื่อยกระดับเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการปลูกสับปะรด การพ่นสารเคมี การรดน้ำ การเก็บเกี่ยวการรักษาคุณภาพ ควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด การรักษาสภาพแวดล้อมและการบำบัดของเสียก่อนปล่อยลงสู่ชุมชน ศึกษาและนำแนวทางการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เป็นหลักในการทำการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและปลอดภัยตามมาตรฐานที่กำหนด มีความปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค รวมทั้งการใช้ทรัพยากรหรือของทิ้งจากภาคการเกษตรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.5 ถึง 0.5 แสดงว่าข้อมูลค่อนข้างสมมาตร และมีค่าเป็นลบหมายถึงมีความเบ้ไปทางซ้าย แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีคะแนนใกล้เคียงกันและอยู่ในระดับมาก และมีค่าความโด่ง (Kurtosis) -.252 ซึ่งใกล้เคียงกับ 0 แสดงว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย พบว่า ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลดังนี้ ค่า Chi-Square = 99.536; df = 80; Relative Chi-square = 1.244; p-value = 0.069; GFI = 0.977; AGFI = 0.926; RMSEA = .025; RMR = .007 โดยดัชนีมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด (Hair et al., 2010)



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของตัวแบบสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย สามารถอธิบายได้ว่า

1) กิจกรรมหลักของโซ่คุณค่า (KVC) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.722 ถึง 0.888 แสดงว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ ทั้ง 5 ตัวแปรสามารถเป็นตัวแทนของกิจกรรมหลักของโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการขายและการตลาด มีค่าน้ำหนักของตัวแปร เท่ากับ 0.888 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) เท่ากับ 0.789 ด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสร้างตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองเพื่อที่เป็นที่รู้จักในระดับพื้นที่ ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ มีการสร้างความพึงพอใจและพัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าด้วยการรับประกันคุณภาพสับปะรด การวางแผนการปลูกและควบคุมคุณภาพตามมาตรฐาน มีบรรจุภัณฑ์ที่มีการระบุตราสินค้าและข้อมูลของสินค้าอย่างชัดเจนและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง อีกทั้งยังสามารถป้องกันความเสียหายจากการขนส่งและส่งมอบสินค้าตรงตามเวลา ตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด

2) กิจกรรมสนับสนุนโซ่คุณค่า (SCM) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.766 ถึง 0.924 แสดงว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ ทั้ง 4 ตัวแปร สามารถเป็นตัวแทนของกิจกรรมสนับสนุนโซ่คุณค่า และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมีค่าน้ำหนักของตัวแปร เท่ากับ 0.961 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.924 โดยการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดีและมีสวัสดิการที่เพียงพอ ส่งเสริมและอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเกี่ยวกับคุณลักษณะพิเศษของสับปะรด และสามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มีกระบวนการทำงานสะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล มีระบบรักษาความปลอดภัยและการบริหารความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน ด้วยการสวมชุดป้องกันอันตรายจากสารเคมี อุปกรณ์ปฐมพยาบาล และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการพ่นสารเคมี การรดน้ำ การเก็บเกี่ยว และการรักษาคุณภาพสับปะรดก่อนการส่งมอบให้กับลูกค้า

3) การลดความสูญเสีย (ECRS) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.852 ถึง 0.911 แสดงว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ ทั้ง 4 ตัวแปร สามารถเป็นตัวแทนของการลดความสูญเสีย (ECRS) และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านการรวมกัน ซึ่งมีค่าน้ำหนักของตัวแปร เท่ากับ 0.911 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.830 โดยในการวางแผนปลูกและเก็บเกี่ยวต้องสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือรวมคำสั่งซื้อของลูกค้าเข้าด้วยกัน เพื่อให้การบริหารจัดการในครั้งเดียว และเกิดการลดต้นทุนการทำงานและแรงงาน เกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างอำนาจการเจรจาต่อรองการจัดซื้อปัจจัยการผลิตที่ละมากๆ ซึ่งสามารถลดต้นทุนจากราคาสินค้าและควบคุมปัจจัยการผลิตสำหรับการปลูกสับปะรดให้มีในปริมาณที่เหมาะสม อีกทั้งยังต้องออกแบบสถานที่จัดเก็บปัจจัยการผลิตให้สามารถเข้าออกได้อย่างสะดวกเพื่อให้กระบวนการทำงานเกิดความคล่องตัวและรวดเร็ว มีวิธีการทำงานที่ง่ายด้วยการจัดลำดับความสำคัญในแต่ละขั้นตอนการทำงานก่อนและหลังเพื่อช่วยลดความสูญเสียของการใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า

4) แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (BCG) เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.840 ถึง 0.942 แสดงว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ ทั้ง 6 ตัวแปรสามารถเป็นตัวแทนของแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านความโปร่งใส มีค่าน้ำหนักของตัวแปร เท่ากับ 0.942 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.753 เกษตรกรควรศึกษาและประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจพร้อมกับดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยังมีความสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นต้นแบบในการปลูกสับปะรด อาทิเช่น การตรวจสอบย้อนกลับของสารเคมีตกค้างและเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับใช้สารเคมี การใช้พลังงานทดแทน การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการของเสียที่นอกเหนือไปจากการรีไซเคิล ด้วยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งยังต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อาทิเช่น ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทราบ และให้ความร่วมมือในด้านการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนภาคการเกษตรกับหน่วยงานภายนอกทั้งทางภาครัฐและภาคเอกชน

5) ความยั่งยืน เมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์มีค่าน้ำหนักตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.926 ถึง 0.973 แสดงว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ ทั้ง 3 ตัวแปร สามารถเป็นตัวแทนของความยั่งยืน และตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีค่าน้ำหนักของตัวแปร เท่ากับ 0.973 และมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.947 โดยเกษตรกรควรให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานการปลูกสับปะรดโดยมีการขอการรับรองหรือการขึ้นทะเบียนเกี่ยวข้องกับ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) มาเป็นแนวทางในการทำการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและปลอดภัยตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งยังมีความปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมี ไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดการจัดการสิ่งแวดล้อม สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และเป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมการผลิตสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตั้งแต่ ปัจจัยการผลิต การผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ และการขนส่งการผลิต

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการใช้คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย โดยเมื่อพิจารณาน้ำหนักของตัวแปร (Factor loading) และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรเชิงประจักษ์ พบว่า การจัดการใช้คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย มีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงมากที่สุดต่อการลดความสูญเสีย (ECRS) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .693 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.480 หมายความว่า การจัดการใช้คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดสามารถพยากรณ์การลดความสูญเสีย ได้ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ การลดความสูญเสียมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .645 แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความยั่งยืน ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .553 การจัดการใช้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงตรงทางบวกต่อแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .447 และการลดความสูญเสียมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อความยั่งยืนน้อยที่สุด ซึ่งมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ .356 โดยตัวแปรทั้ง 3 ได้แก่ 1) การจัดการใช้คุณค่า 2) การลดความสูญเสีย และ 3) แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย ได้ถึงร้อยละ 82.2 นอกจากนี้ การจัดการใช้คุณค่าและการลดความสูญเสียมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ต่อแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย ได้ถึงร้อยละ 76.2 ตามลำดับ และผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของรูปแบบการจัดการใช้คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

ตัวแปร	ECRS			Circular Economy			Sustainable		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
Value Chain	0.693	-	0.693	0.447	-	0.447	0.741	0.494	0.247
ECRS	-	-	-	0.645	-	0.645	0.713	0.357	0.356
Circular Economy	-	-	-	-	-	-	0.553	-	0.553
ค่าสถิติ	Chi-Square = 99.536; df = 80; Relative Chi-square = 1.244; p-value = 0.069; GFI = 0.977; AGFI = 0.926; RMSEA = .025; RMR = .007								
สมการโครงสร้าง R ²	VC		ECRS		CE		SUS		
	-		0.480		0.762		0.822		
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร									
ตัวแปรแฝง	VC		ERRS		CE		SUS		
VC	1.00								
ECRS	0.693		1.00						
CE	0.447		0.645		1.00				
SUS	0.247		0.356		0.553		1.00		

หมายเหตุ : * $p > .05$, ** $p > .01$, TE = ผลอิทธิพลรวม (Total Effect), IE = อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) DE = อิทธิพลทางตรง (Direct Effect), ตัวเลขในวงเล็บ = ค่า Standard Error

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย

ด้านกิจกรรมหลักการจัดการโซ่คุณค่า พบว่า เกษตรกรต้องมีการวางแผนการปลูกสับปะรดล่วงหน้าโดยมีการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้าและผลผลิต การใช้ประโยชน์จากพื้นที่การปลูกสับปะรดให้คุ้มค่ามากที่สุดเพื่อให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการ มีการคัดเลือกผู้ขายวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ การให้บริการที่ดี ออกแบบสถานที่เก็บรักษาปัจจัยการผลิตที่เป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน มีการกำหนดราคาสินค้าที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและสถานะของตลาดในปัจจุบัน มุ่งเน้นสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเพื่อสร้างความประทับใจทั้งก่อนและหลังการซื้อขาย พัฒนาความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าหลักด้วยส่งมอบสินค้าตรงตามจำนวน ตามเวลาที่นัดหมาย และตรงตามสถานที่ที่ลูกค้ากำหนด สอดคล้องกับ de Moura and Saroli (2021) พบว่า การสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่ยั่งยืนขององค์กรต้องสร้างความสามารถที่มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างรวดเร็วซึ่งต้องจัดตำแหน่งองค์และปรับกิจกรรมการทำงานด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามความต้องการของลูกค้า และยังสอดคล้องกับ Netsangsee (2022) ได้นำเสนอไว้ว่า ความสามารถและความร่วมมือด้านซัพพลายเชนส่งผลต่อการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของเกษตรกร ด้วยบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูกให้เหมาะสมกับคุณภาพของดิน คาดการณ์ความต้องการล่วงหน้า ซื้อปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ การคัดเกรดสับปะรดก่อนส่งมอบให้กับลูกค้าและส่งมอบตรงตามเวลาที่นัดหมาย มีแผนรองรับกรณีลูกค้าไม่รับตามเวลาที่กำหนด ค้นหาวิธีการประหยัดต้นทุนและมองหาวิธีการใหม่เพื่อปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

ด้านกิจกรรมสนับสนุนการจัดการโซ่คุณค่า พบว่า เกษตรกรต้องวางแผนและควบคุมการจัดซื้อวัตถุดิบจากลูกค้าที่ได้รับการรับรองมาตรฐานและเชื่อถือได้ เน้นสร้างความสัมพันธ์และรักษาความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผู้ขายปัจจัยการผลิตที่ได้รับการแนะนำ มีการออกแบบทำเลที่ตั้งสวนสับปะรดที่สามารถเข้าออกได้สะดวก ออกแบบโรงเรือนแยกวัสดุอย่างชัดเจน รวมทั้งมีกฎระเบียบที่พนักงานทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น การสวมชุดป้องกันอันตรายจากสารเคมี การจัดเก็บอุปกรณ์ต่างๆ นอกจากนี้ต้องส่งเสริมและมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่พนักงานเพื่อให้ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยสำหรับการปลูก การพ่นสารเคมี การรดน้ำ การเก็บเกี่ยวและการรักษาคุณภาพปลูกสับปะรด เช่น ห้องเย็น บรรจุภัณฑ์เพื่อป้องกันสับปะรดเสียหาย ซึ่งสอดคล้องกับ Plan for the Development of Agricultural Sector Logistics System (2023 - 2027). ที่สนับสนุนปัจจัยการผลิตที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการขยายผลรูปแบบเกษตรกรรมเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูง พร้อมทั้งให้มีการจัดเก็บข้อมูลปริมาณการผลิตและการใช้สารชีวภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง พัฒนาศักยภาพด้านโลจิสติกส์ให้มีความรู้ด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการเกษตรให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมโลจิสติกส์เกษตร ความจำเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงกระบวนการวางแผนและการบริหารจัดการโซ่คุณค่าด้านโลจิสติกส์สินค้าเกษตร เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานด้านโลจิสติกส์เกษตรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยร่วมมือกับภาคเอกชนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์มาสนับสนุนและต่อยอดทางความคิดให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์เกษตร และ Saksri and Weerabunkit (2021) ได้นำเสนอกลยุทธ์พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับสินค้าทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตถ์ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ด้วยการเพิ่มโอกาสทางการตลาด พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้วยนวัตกรรมและคุณค่าสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ สนับสนุนองค์กรทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ เสริมสร้างมาตรฐานและแนวทางพัฒนาคุณภาพสินค้า GI ภายใต้สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง

ด้านการลดความสูญเสีย พบว่า เกษตรกรควรจัดลำดับความสำคัญในแต่ละขั้นตอนการทำงานก่อนและหลังให้ชัดเจน ซึ่งจะช่วยลดระยะเวลาการทำงานที่ยืดเยื้อและลดโอกาสการเกิดความผิดพลาด ให้ความสำคัญกับการทำงานด้วยความรวดเร็ว และตรงเวลาที่กำหนด มีการจัดการกับสถานที่ทำงานให้สามารถเข้าออกได้อย่างสะดวก บริหารจัดการและการควบคุมปัจจัยการผลิตสำหรับการปลูกสับปะรดให้มีในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อลดต้นทุนการจัดเก็บ วางแผนปลูกและเก็บเกี่ยวครั้งละมากๆ เพื่อลดต้นทุนการทำงานและแรงงาน รวมทั้งให้ความสำคัญกับการเจรจาต่อรองการซื้อปัจจัยการผลิตที่ละมากๆ เพื่อลดต้นทุนจากราคาสินค้า สอดคล้องกับ Kuptawatin et al. (2018) พบว่า ผู้ผลิตที่สามารถทราบโครงสร้างต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ จะสามารถนำไปสู่การตัดสินใจในการลดกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่าได้ และได้เสนอแนวทางการลดต้นทุนโลจิสติกส์โดยการรวมกลุ่มสมาชิกเครือข่ายผู้ผลิตสินค้าที่เหมือนกันเพื่อวางแผนการผลิตภายใต้การสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจัดตั้งศูนย์กลางกระจายผลผลิตไปยังลูกค้า

ด้านการพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด พบว่า เกษตรกรต้องสร้างความเข้าใจในความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงระบบขององค์กรกับเศรษฐกิจหมุนเวียนตามนโยบายรัฐบาลที่กำลังส่งเสริม มีการพัฒนานวัตกรรมของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และบริการที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน พัฒนานวัตกรรม การปลูกสับปะรดโดยการลดขั้นตอนการทำงานลดของเสียที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทำงาน รวมถึงการจัดการของเสีย ที่นอกเหนือไปจากการรีไซเคิล ด้วยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม ลดการใช้ทรัพยากรและพลังงานที่ใช้ในกระบวนการ มีการใช้น้ำ วัตถุดิบ การใช้วัสดุรีไซเคิล หรือนำของเสียกลับไปใช้ซ้ำเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรตลอดโซ่คุณค่า (Value Chain) ไปจนถึงขั้นกระบวนการปลายทาง โดยให้ความร่วมมือ ในด้านการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนกับหน่วยงานภายนอกและยินดีเข้าร่วมประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวมทั้ง มีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน การแบ่งระดับการรับรู้ข้อมูล และความละเอียดของข้อมูลที่เปิดเผยได้ขององค์กร ให้แก่ ลูกค้า ผู้ส่งมอบ ผู้บริโภค และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570 การเพิ่มมูลค่าจากเศรษฐกิจ หมุนเวียน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน สนับสนุน การสร้างชุมชนต้นแบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ตอบรับกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ ไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ให้ถอดบทเรียนจากชุมชนต้นแบบ รวมทั้งยังเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างเครือข่ายชุมชน เพื่อขยายผลต่อไปอย่างยั่งยืน ด้วยการใช้ทรัพยากรทางการเกษตรอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยลดปัญหามลพิษ ลดขยะหรือของเสียในฟาร์มเป็นศูนย์

ผลการวิเคราะห์ความยั่งยืนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด พบว่า การเรียนรู้เกี่ยวกับหลักทฤษฎีใหม่และหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง และหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน ใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีภายในชุมชน ก่อนพึ่งพาจากภายนอกเพื่อลดต้นทุน เกษตรกรให้ความสำคัญกับสวัสดิการและความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมการทำงาน เกษตรกรมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกับชุมชนโดยรอบอย่างต่อเนื่อง ลดของเสียจากการปลูกสับปะรดอย่างต่อเนื่อง ได้รับรองมาตรฐาน หรือรางวัลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าและประหยัดสำหรับการปลูกสับปะรด สอดคล้องกับ Strategic Development Plan Targeting Economic and Social Advancement, 13th Edition (2023-2027) การพัฒนาทางการเกษตรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ควบคู่กับการใช้เงื่อนไขความรู้ โดยการใช้องค์ความรู้ทางวิชาการที่รอบด้าน และเงื่อนไขคุณธรรม การมีสภาพแวดล้อมที่ดี เพื่อกำกับกำหนดทิศทางและประเด็นการพัฒนาการให้มีปัจจัยสนับสนุนให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกายและจิตใจ การมีโอกาที่จะใช้ศักยภาพของตนในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี รวมถึงการมุ่งส่งต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี ไปยังคนรุ่นต่อไป

ส่วนที่ 3 สรุปผลการสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 10 คน ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตร เกี่ยวข้องกับการประสานงานของกิจกรรมและกระบวนการที่นำไปสู่การผลิต การแปรรูป การจัดจำหน่าย และการตลาด ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ ด้วยการทำงานร่วมกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจทั้งซัพพลายเออร์และลูกค้า เกษตรกรต้องสร้างห่วงโซ่ คุณค่า สร้างความเข้าใจในความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงระบบขององค์กรกับระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนตามนโยบายรัฐบาล ที่กำลังส่งเสริม มีการพัฒนานวัตกรรมของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และบริการที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เน้นพัฒนานวัตกรรมการปลูกสับปะรดให้มีคุณภาพ การลดขั้นตอนการทำงานลดของเสียที่เกิดขึ้น จากกระบวนการทำงาน ด้วยรูปแบบการทำงานเชิงบูรณา การจัดการห่วงโซ่คุณค่าของเศรษฐกิจหมุนเวียนจำเป็นต้องมีความมุ่งมั่น แบบองค์รวมและวางแผนในระยะยาวเพื่อสร้างความมั่นคงด้วยการพึ่งพาตัวเองอย่างยั่งยืน การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด เท่าที่จะทำได้ พร้อมทั้งสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าในวงกว้างและมีความพร้อมในการปรับตัวเข้ากับภูมิทัศน์ ทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอรูปแบบการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อลดความสูญเสียไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ภายใต้แนวคิด การบูรณาการห่วงโซ่คุณค่าเศรษฐกิจหมุนเวียน (Integrating the Circular Economy Value Chain) โดยเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ลดของเสีย ลดต้นทุนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการส่งเสริมการใช้ซ้ำ การปรับปรุงใหม่ การผลิตซ้ำ และการรีไซเคิลผลิตภัณฑ์และวัสดุ เป็นโมเดลธุรกิจการเกษตรแบบใหม่ด้วยการรักษาผลิตภัณฑ์และวัสดุให้ใช้งานได้นานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์กิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าเกษตรเพื่อระบุและกำหนดขั้นตอนการทำงาน ระบุปัญหาที่เกิดของเสีย ความไร้ประสิทธิภาพของการทำงาน ตลอดทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาวางแผนสร้างห่วงโซ่คุณค่าการเกษตรให้มีความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้การตลาดนำการผลิต พัฒนาตลาดสินค้าเกษตรในระบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อเป็นช่องทางจำหน่ายสับปะรด สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดและทรัพยากรเพื่อลดต้นทุนร่วมกัน ขับเคลื่อนการทำงานด้วยข้อมูลที่ถูกต้องและโปร่งใส และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับความสำคัญของระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ส่งผลต่อคุณภาพสับปะรด อีกทั้งยังต้องระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ค้นหาเทคโนโลยีและวิธีการใหม่ๆ ที่สามารถลดต้นทุนจนนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องส่งเสริมและสนับสนุนประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับการบริหารจัดการห่วงโซ่คุณค่าสินค้าเกษตรแบบครบวงจร การพัฒนาและออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อที่เป็นที่รู้จักด้วยการพัฒนาระบบปฏิบัติการตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ มีการเผยแพร่และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อสนับสนุนการดำเนินการด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนต้นแบบในระดับพื้นที่และยกระดับสับปะรดจังหวัดเลยสู่มาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียงและคุณลักษณะเฉพาะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดมีการคัดเลือกวัตถุดิบในท้องถิ่นที่ราคาถูกและมีคุณภาพ ซื่อปจจัยการผลิตจากคู่ค้าที่ติดต่อกันมานาน หรือจากการแนะนำ ควบคุมและดูแลสับปะรดตลอดระยะเวลาการปลูกเพื่อให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด พยายามควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าที่สุด พยายามกำจัดความสูญเสียจากการปฏิบัติงานที่ไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ด้วยการเคลื่อนที่/เคลื่อนย้ายที่ไม่จำเป็น ออกแบบกระบวนการทำงานใหม่เพื่อให้ทำงานสะดวก ง่าย ลดระยะเวลาและมีความยืดหยุ่น การออกแบบสภาพแวดล้อมในการทำงานให้มีความปลอดภัย การใช้ชิ้นวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน เพื่อประโยชน์ในการ บำรุงรักษา ยืดอายุ ใช้ซ้ำ รีไซเคิล และการจัดการหลังหมดอายุการใช้งานของเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการจัดเก็บสับปะรดให้มีคุณภาพ อีกทั้งต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือสำหรับการใช้ทรัพยากรร่วมกันโดยไม่ต้องลงทุนเองแต่ใช้บริการจากภายนอก ให้ความสนใจและแสดงความมุ่งมั่นในการนำแนวคิดด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนมาใช้ในการปลูกสับปะรดเพื่อสร้างการรับรู้และการเพิ่มมูลค่าสับปะรดได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ถึงแม้ว่าผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของตัวแปรทางด้านการจัดการโซ่คุณค่าความสูญเสีย การพัฒนาที่ยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดในเขตพื้นที่จังหวัดเลย ข้อมูลมีความสอดคล้องเชิงประจักษ์ แต่เป็นเพียงข้อมูลบางส่วนเท่านั้นที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาเชิงลึกให้มากกว่านี้ ดังนั้นควรมีการศึกษาเพิ่มเติมและทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและอาจจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรมากขึ้นกว่านี้ เช่น อาจประยุกต์ใช้การวิเคราะห์หุ้ระดับโดยใช้โปรแกรมอื่นๆ ที่มีความแตกต่างกันไป โดยควรมีการศึกษาและวิเคราะห์ต้นทุนกิจกรรมทางด้านโลจิสติกส์ การประเมินประสิทธิภาพโลจิสติกส์และซัพพลายเชน การประเมินและวิเคราะห์ความเสี่ยง ความสามารถในการบริหารจัดการผลการดำเนินงานภายใต้สภาวะวิกฤติและการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สินค้าเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นตามสิ่งบ่งชี้ภูมิศาสตร์ (GI) รวมทั้งการประยุกต์ใช้ระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการสร้างตลาดออนไลน์เชิงรุกเพื่อให้ปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- Barua, P., Rahman, S. H., & Barua, M. (2021). Sustainable management of agriculture products value chain in responses to climate change for South-Eastern coast of Bangladesh. *Modern Supply Chain Research and Applications*, 3(2), 98-126.
- Bressanelli, G., Perona, M., & Saccani, N. (2019). Challenges in supply chain redesign for the Circular Economy: A literature review and a multiple case study. *International Journal of Production Research*, 57(23), 7395-7422.
- Carter, C. R., & Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International journal of physical distribution and logistics management*, 38(5), 360-387.
- Cronbach, L. J. (1984). A research worker's treasure chest. *Multivariate behavioral research*, 19(2-3), 223-240.
- de Moura, G. B., & Saroli, L. G. (2021). Sustainable value chain management based on dynamic capabilities in small and medium-sized enterprises (SMEs). *The International Journal of Logistics Management*, 32(1), 168-189.
- Department of Agricultural Extension, Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2021). *5-Year Operational Plan of the Department of Agricultural Promotion (2023 - 2027)*. Plan DOAE. [http://www.plan.doe.go.th/project/Plan_Policy/userfiles/DOAE5YEARPLAN\(66-70\).pdf](http://www.plan.doe.go.th/project/Plan_Policy/userfiles/DOAE5YEARPLAN(66-70).pdf) [In Thai]
- Fernando, Y., Shaharudin, M. S., & Abideen, A. Z. (2022). Circular economy-based reverse logistics: dynamic interplay between sustainable resource commitment and financial performance. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(1), 91-112.
- Ganeshkumar, C., Jena, S. K., Sivakumar, A., & Nambirajan, T. (2023). Artificial intelligence in agricultural value chain: review and future directions. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 13(3), 379-398.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy– A new sustainability paradigm. *Journal of cleaner production*, 143, 757-768.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A global perspectives*. Pearson Education, International.
- Krishnan, R., Yen, P., Agarwal, R., Arshinder, K., & Bajada, C. (2021). Collaborative innovation and sustainability in the food supply chain-evidence from farmer producer organisations. *Resources, Conservation and Recycling*, 168, 105253.
- Kuptawatin, A., Pomsapetch, P., Chommalil, W., & Phothongsaengarun, P. (2018). Guidelines for Reducing Logistics Costs: A Case Study of Tapioca Farmers in Ban Kho Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen Province. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 9(2), 48-74. [In Thai]
- Kwarteng, A., Simpson, S. N. Y., & Agyenim-Boateng, C. (2022). The effects of circular economy initiative implementation on business performance: the moderating role of organizational culture. *Social Responsibility Journal*, 18(7), 1311-1341.
- Netsangsee, R., (2022). A Model for Developing Competence and Supply Chain Collaboration To Build Competitiveness of Pineapple Farmers in Loei Province. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 8(2), 112-125. [In Thai]
- Office of Agriculture and Cooperatives, Loei Province. (2022). *Basic Information on Agriculture and Cooperatives in Loei Province*, Fiscal Year 2021. [In Thai]

- Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2020). *Action plan for the development of agricultural logistics systems 2020 - 2022 (reviewed version)*. Office of Agricultural Economics. [In Thai]
- Office of Agricultural Economics, Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2022). Plan for the Development of Agricultural Sector Logistics System (2023-2027). Office of Agricultural Economics. [https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2565/logisticplan66-70FINAL\(1\).pdf](https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2565/logisticplan66-70FINAL(1).pdf) [In Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC). (2022). The 13th National Economic and Social Development Plan (2023-2027). http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF [In Thai]
- Pigage, L. C., & Tucker, J. L. (1954). Motion and time study (Institute of Labor and Industrial Relations. Bulletin No. 24). *University of Illinois Bulletin*, 51(73).
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.
- Rattanamahapaisan, N., & Suraraksa, J. (2021). Value Chain Analysis of Pineapple Farmers in Klaeng, Rayong Province. *Rajabhat Rambhai barni Research Journal*, 15(3), 116-127. [In Thai]
- Rodríguez-Espíndola, O., Cuevas-Romo, A., Chowdhury, S., Díaz-Acevedo, N., Albores, P., Despoudi, S., ... & Dey, P. (2022). The role of circular economy principles and sustainable-oriented innovation to enhance social, economic and environmental performance: Evidence from Mexican SMEs. *International Journal of Production Economics*, 248, 108495.
- Saksri, J., & Weerabunkit, S. (2021). Value Chain and Development Guidelines for Uttaradit Long Lab-Lae Durian Certified Geographical Indication. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 3(2), 41-60. [In Thai]
- Singh, C. S., Soni, G., & Badhotiya, G. K. (2019). Performance indicators for supply chain resilience: review and conceptual framework. *Journal of Industrial Engineering International*, 15(1), 105-117.
- Sriphong, C., Esor, A., & Kachonkitiya, N. (2022). Value Chain Management and Business Performance of One Tambon One Product Businesses in the Southernmost Province of Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 8706-8720.
- Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of cleaner production*, 16(15), 1699-1710.
- Sungkaew, P., & Kaewjaroenpisan, T. (2018). Management on chain value of fruit: the case of Khao Kho district Phetchabun province. *Ramkhamhaeng University Journal Humanities Edition*, 21(2), 24-35. [In Thai]
- Thaisamak, S., & Maneerattanarungrot, C. (2023). The Influence of Supply Chain Integration on the Sustainable Performance of Handwoven Silk Entrepreneurs. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 12(2), 31-47. [In Thai]
- Thangarajoo, Y., & Smith, A. (2015). Lean thinking: An overview. *Industrial Engineering & Management*, 4(2), 2169-0316.
- Yurarach, S. (2016). *Writing a research report in social sciences and humanities*. 1st printing. Vision Prepress. [In Thai]
- Watabaji, M. D., Molnar, A., Dora, M. K., & Gellynck, X. (2016). The influence of value chain integration on performance: an empirical study of the malt barley value chain in Ethiopia. *International Food and Agribusiness Management Review*, 19(4), 79-94.

การศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

Studying the Use of Blockchain Technology to Support the Music Industry in Thailand

ธนศิริ หมื่นราช

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ดนตรี)

สาขาธุรกิจดนตรี มหาวิทยาลัยมหิดล

Thanasiri Muenratch

Music Business Department, College of Music, Mahidol University, Thailand

E-mail: bass_bleach1@hotmail.com; Ph: 089-379-3868

วันที่ได้รับบทความ : 16 พฤศจิกายน 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ:

ครั้งที่ 1 : 16 ธันวาคม 2566

ครั้งที่ 2 : 11 มกราคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 27 มกราคม 2567

ดร.ตรีทิพ บุญแยม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาธุรกิจดนตรี มหาวิทยาลัยมหิดล

Dr. Treetip Boonyam

Assistant Professor., Music Business Department, College of Music, Mahidol University, Thailand

E-mail: treetip.b@gmail.com; Ph: 081-618-9206

ดร.อนรรฆ จรรย์ยานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาดนตรีวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล

Dr. Anak Charayananda

Assistant Professor., Musicology Department, College of Music, Mahidol University, Thailand

E-mail: anak.cha@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาและข้อจำกัดตลอดจนความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชน มีต่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย เพื่อศึกษาคุณประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทย และเพื่อสร้างทางเลือกในการประยุกต์เทคโนโลยีบล็อกเชนกับการส่งเสริมวงการเพลงไทย งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง ในสื่อสังคม และในสังคมไทยที่ยินดีให้ข้อมูล จำนวนทั้งสิ้น 5 คน ผลการศึกษาพบว่าความคลุมเครือของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับเทคโนโลยีบล็อกเชนยังเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่อผลักดันเทคโนโลยีบล็อกเชนให้เข้ามามีบทบาท ในอุตสาหกรรมเพลงของไทยมากขึ้น เทคโนโลยีบล็อกเชนจะช่วยแก้ไขปัญหาลิขสิทธิ์และสร้างช่องทางใหม่ในการสร้างรายได้ ให้กับวงการเพลงในประเทศไทย รวมถึงสร้างแหล่งรายได้ใหม่ให้กับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเพลง เช่น การซื้อขายเพลง ในรูปแบบ NFT ที่ให้สิทธิพิเศษแก่แฟน ๆ ตลอดจนการสร้างระบบนิเวศของศิลปินเอง เป็นต้น ผลการศึกษานี้นำไปสู่ข้อเสนอแนะ ให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับการออกกฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีบล็อกเชนให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมดนตรีสามารถใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ ของตนเองอันเป็นประโยชน์สำคัญของธุรกิจ

คำสำคัญ: เทคโนโลยีบล็อกเชน อุตสาหกรรมดนตรี ห่วงโซ่อุปทาน

Abstract

The objectives of study were to: study the problems, limitations, and future challenges of applying blockchain technology in the music industry in Thailand, study the benefits of blockchain technology for the music industry; and suggest the alternative approaches to apply them for promoting the music industry. The research utilized a documented study method and conducted in-depth interviews with five participants, who were willing to participate. They possess knowledge and expertise in blockchain technology and are well-known in social media and Thai society. The study revealed that the ambiguity of laws related to blockchain technology is a significant limitation that needs clarification to fully leverage blockchain's potential in the music industry. Blockchain technology will help address copyright issues and create new avenues for revenue generation in the Thai music industry. It also offers opportunities for new revenue streams, such as music trading through NFTs, special fan privileges, and the establishment of artist-specific ecosystems. This research has led to recommendations for the government to make clearer regulations related to blockchain technology. Meanwhile, players in the music industry may take advantage of this technology to develop their own ecosystems, which will greatly benefit their businesses.

Keywords: Blockchain Technology, Music Industry, Supply Chain

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมดนตรีได้เติบโตและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วส่งผลให้องค์กรนักดนตรี ค่ายเพลงต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ปัจจุบันเราใช้ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งด้านการสื่อสาร บันทึกรายการ การเงิน และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งในอุตสาหกรรมดนตรีก็มีการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ในการโฆษณาเพลง การซื้อขายเพลง และการแสดงสดในรูปแบบออนไลน์ ปัจจุบันในประเทศไทยมีแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งดนตรีที่คนไทยใช้งานอยู่เป็นหลักเพียงไม่กี่แพลตฟอร์ม คือ สปอติฟาย (Spotify) ยูทูบ มิวสิค (Youtube music) จูกซ์ (Joox) แอปเปิล มิวสิค (Apple music) และไทดอล (Tidal) (Brand Age Online, 2022) ทำให้อำนาจต่อรองของศิลปินต่อแพลตฟอร์มเหล่านี้เหลือเพียงน้อยนิด ซึ่งศิลปินส่วนใหญ่ก็จำเป็นต้องขายเพลงผ่านแพลตฟอร์มเหล่านั้น ตัวศิลปินเองก็จะได้ค่าตอบแทนเพลงอย่างไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย รวมถึงความไม่โปร่งใสขององค์กรหรือค่ายเพลงต่าง ๆ ที่จ่ายค่าตอบแทนให้แก่ศิลปินอย่างไม่เป็นธรรมอีกด้วย

ในปัจจุบันเทคโนโลยีบล็อกเชนเริ่มแพร่หลายไปในหลายประเทศและหลากหลายอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2563 เทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตหรือ IoT (Internet of things) มีการเปิดใช้งาน Blockchain เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ทั่วโลก (Wichaidit, 2020) ในปี พ.ศ. 2565 มีกระเป๋าเงินบล็อกเชนที่ลงทะเบียนใช้งานแล้วถึง 70 ล้านกระเป๋าทั่วโลก (Minaev & Ivanov, 2022) ซึ่งตลาดรวมทั่วโลกมีขนาดตลาดสูงถึง 8,052.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์อัตราการเติบโตรายปีแบบผสม (CAGR) ถึงร้อยละ 30.78 หรือคิดเป็นมูลค่าถึง 40,244.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐในช่วงปี ค.ศ. 2028 (Industry Research Co., 2023) ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการใช้ประโยชน์จาก Blockchain มากถึงร้อยละ 58 ซึ่งอาจมากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ในภูมิภาคนี้ เช่น ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และฟิลิปปินส์ ได้ลงทุนในโครงการการศึกษาด้านบล็อกเชนเพื่อส่งเสริมการพัฒนา ตัวอย่างเช่น สิงคโปร์ได้เปิดตัวโครงการมูลค่า 9 ล้านดอลลาร์ คือ โครงการ Singapore Blockchain Innovation Program เพื่ออำนวยความสะดวกและวิจัยแอปพลิเคชันบล็อกเชน ประเทศเวียดนามได้เปลี่ยนการจัดเก็บบันทึกการศึกษาของรัฐบาลไปเป็นเทคโนโลยีบล็อกเชน และมีแผนที่จะใช้โครงสร้างพื้นฐานแบบบล็อกเชนเพื่อเปลี่ยนเมืองโฮจิมินห์ให้เป็นเมืองอัจฉริยะ เป็นต้น (Caporale, 2021) นอกจากการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้ในกิจกรรมดังกล่าวข้างต้นแล้วยังพบว่าบทบาทของเทคโนโลยีบล็อกเชนเริ่มมีมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งในเรื่องการสร้างความเป็นธรรมกับศิลปิน การตัดตัวกลางออกซึ่งจะทำให้ศิลปินได้ขายเพลงโดยตรงกับแฟนคลับ ศิลปินเองก็จะได้เงินจากการขายเพลงอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยไม่โดนหักค่าธรรมเนียมหรือค่านายหน้าเลย และลิขสิทธิ์ในตัวเพลงเองก็จะเป็นของศิลปินโดยไม่ถูกค่ายกดขี่อีกต่อไป (Muenratch, 2022)

เทคโนโลยีบล็อกเชนมีประโยชน์หลากหลายสำหรับองค์กรและค่ายเพลง โดยเชื่อว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และช่วยลดต้นทุนและแรงงานได้อีกด้วย รวมไปถึงความปลอดภัยและความโปร่งใสในการบริหารจัดการ (Alharby & Moorssel, 2018) เช่น การใช้สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) มาทำข้อตกลงระหว่างศิลปินและค่ายเพลง การลงขายเพลงต่าง ๆ ในรูปแบบ NFT (Non-fungible token) ถือเป็น Cryptocurrency ประเภทหนึ่ง เป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก ไม่สามารถทำซ้ำหรือคัดลอกได้ เพราะแม้จะมีการคัดลอกไฟล์ไป แต่ต้นฉบับของจริงจะมีเพียงหนึ่งเดียวเท่านั้น (Inthason & Yusukkee, 2022) ซึ่งในบล็อกเชนจะตัดปัญหาการเสียค่าธรรมเนียมที่สูงต่อแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่าง ๆ เพิ่มรายได้ให้แก่ศิลปิน เพิ่มช่องทางรายได้ให้แก่ค่ายเพลง ช่วยให้ฝ่ายจัดการศิลปินทำงานง่ายขึ้นในการประสานงาน ติดต่อกัน และการทำสัญญากับลูกค้าหรือค่ายเพลง สามารถแก้ปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ของผู้ประพันธ์เพลงให้ชัดเจน เป็นต้น (Atlam, et al. 2018) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย เพื่อหาแนวทางใหม่ ๆ ที่จะสนับสนุนศิลปินไทยให้ได้รับผลตอบแทนและเพิ่มมูลค่าของผลงานให้มากขึ้น และลดการถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ องค์กร หรือค่ายเพลงต่าง ๆ ให้น้อยลงอีกด้วย ซึ่งในยุคดิจิทัล (Digital Age) ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีบล็อกเชน จะเข้ามาเปลี่ยน Business model แบบเก่า ๆ ไปสู่การทำธุรกรรมแบบ Peer-to-peer (P2P) ซึ่งเป็นธุรกรรมที่แลกเปลี่ยนหรือแบ่งปันข้อมูล หรือทรัพย์สินระหว่างฝ่ายต่าง ๆ โดยไม่เกี่ยวข้องกับคนกลาง (Chunnapiya, 2022)

ปัจจุบันงานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนในอุตสาหกรรมดนตรียังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก ปรากฏมีการศึกษาถึงการนำบล็อกเชนไปใช้ในด้านอื่น ๆ อาทิ การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปประยุกต์ใช้ในการจัดซื้อจัดจ้าง (Jinwiriy, 2019) การคุ้มครองผู้บริโภคด้านสัญญาที่ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Nilchinda, 2017) เป็นต้น ทั้งนี้ต่างประเทศมีการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนในอุตสาหกรรมดนตรีอยู่จำนวนไม่น้อย และมีแนวโน้มการศึกษาเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นถึงความน่าสนใจของเทคโนโลยีใหม่ที่อาจส่งผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่ออุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ถึงแม้ในปัจจุบันเราจะพบเห็นเทคโนโลยีบล็อกเชนมาควบคู่กับสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมการเงิน แม้ว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่เน้นไปที่การเก็งกำไร (Speculative) จนทำให้เกิดการผันผวนสูงของราคา สกุลเงินดิจิทัลแต่ละเหรียญ จนทำให้ผู้ที่เข้ามาในตลาดการเก็งกำไรเกิดความเสียหายและตัดสินใจออกจากตลาดไปเป็นจำนวนมาก แต่ท้ายที่สุดคุณค่าและพื้นฐานที่แท้จริงของเทคโนโลยีบล็อกเชนยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

อุตสาหกรรมดนตรีถือเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่สามารถนำบล็อกเชนมาประยุกต์ใช้ได้ ซึ่งอุตสาหกรรมดนตรีเป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่มีความซับซ้อนอย่างมาก เนื่องจากประกอบด้วยบุคลากรจากหลายฝ่ายทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังที่ทำหน้าที่ต่างกัน แต่ทุกฝ่ายดำเนินธุรกิจหารายได้จากเพลง ดนตรี การแสดงสด และอื่น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประพันธ์เพลง ฝ่ายบันทึกเสียง ฝ่ายจัดการศิลปิน ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย และฝ่ายการแสดงผล (TCDC Connect, 2020) ในต่างประเทศได้มีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีบ้าง เช่น Pledge Music เป็นแพลตฟอร์มด้านเพลงออนไลน์ที่จับบล็อกเชนแก้ปัญหาเรื่องความโปร่งใสในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในเรื่องของลิขสิทธิ์เพลง และการชำระเงิน โดยผูกกับฐานข้อมูลขนาดใหญ่ ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาและเล่นเพลงได้ตามต้องการผ่านสัญญาอัจฉริยะบนบล็อกเชน ซึ่งจะช่วยให้เจ้าของลิขสิทธิ์เพลงจะได้รับเงินโดยอัตโนมัติ เช่นเดียวกับแพลตฟอร์ม Mycelia ของ Imogen Heap นักดนตรีและนักแต่งเพลงที่ประสงค์จะสร้าง Music Ecosystem เสียใหม่ เพื่อให้มีการชำระเงินไปยังศิลปินได้โดยตรง รวมถึงควบคุมการส่งต่อของเพลงได้ด้วย (Techsauce Team, 2016) แต่สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีอย่างจริงจัง มีเพียงกลุ่มศิลปินนักดนตรีบางกลุ่มที่นำเพลงของตัวเองมาลงขายในรูปแบบของ NFT เช่น Youngohm ศิลปินฮิปฮอป และ Nino Creative Director เป็นต้น (Paradon, 2021)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงประสงค์จะศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาถึงปัญหาและข้อจำกัด ตลอดจนความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชนจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ตลอดจนประโยชน์ และแนวทางในการนำไปใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยได้ ทั้งนี้ผลที่คาดว่าจะได้รับจะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยได้มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับอุตสาหกรรมได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อจำกัด ตลอดจนความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยี Blockchain จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงคุณประโยชน์ เทคโนโลยีบล็อกเชน ต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างแนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain)

เทคโนโลยีบล็อกเชน คือเทคโนโลยีการประมวลผลและจัดเก็บข้อมูลแบบกระจายศูนย์ หรือ Distributed ledger technology (DLT) เป็นการประมวลผลและจัดเก็บข้อมูลโดยไม่ผ่านตัวกลางใดๆ โดยที่ข้อมูลที่ถูกบันทึกอยู่ในระบบบล็อกเชน จะช่วยเพิ่มความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล สามารถทำการแก้ไขและเปลี่ยนแปลงได้ยาก การจะเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนจะต้องผ่านความเห็นชอบและลงนามติดจากผู้คนที่อยู่ในระบบนิเวศของบล็อกเชนนั่นๆ (Coinman, 2021)

แนวคิดของเทคโนโลยีบล็อกเชน เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 โดยนักวิทยาศาสตร์ชื่อว่า Stuart Haber และ Scott Stornetta ได้เสนอให้ใช้วิธีบันทึกเวลา (Time-Stamps) เป็นการบันทึกเวลาที่ธุรกรรมนั้น ๆ เกิดขึ้นบนบล็อกเชน มีความละเอียดตั้งแต่ วัน เดือน ปี และเวลา โดยอาจบันทึกเวลาละเอียดถึงรายวินาทีลงบนเอกสารดิจิทัล เพื่อให้เอกสารดังกล่าวไม่สามารถถูกเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขได้ (Suknunttee, 2020) ด้วยตัวเทคโนโลยีบล็อกเชนนั่นเป็นกล่องข้อมูลที่เราสามารถใส่ข้อมูลอะไรก็ได้ลงไป และเชื่อมต่อกันไปกล่องต่อกล่อง ซึ่งแต่ละกล่องก็จะมีข้อมูลของกันและกัน เราสามารถดูข้อมูลเหล่านั้นได้ตลอดเวลา แต่ไม่สามารถแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงได้ ต่อมาในปี พ.ศ. 2550 Satoshi Nakamoto (นามแฝง) ได้ริเริ่มนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้จริงและเป็นพื้นฐานของสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrencies) เช่น บิทคอยน์ (Bitcoin) ซึ่งหลักการนี้ได้นำมาใช้จนถึงปัจจุบัน (History of bitcoin, 2017)

องค์ประกอบของเทคโนโลยีบล็อกเชน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ (Sattaya-aphitan, 2018) คือ

1. Block คือ ชุดบรรจุข้อมูลซึ่งมี 2 ส่วนคือส่วนของสิ่งของต่าง ๆ ที่ใส่เข้าไปเรียกว่า Item และส่วนแพะหัวกล่อง หรือ Header เพื่อใช้บอกให้คนอื่นทราบว่าบรรจุอะไรมา (แต่เปิดดู Item ภายในนั้นไม่ได้)
2. Chain คือ หลักการจดจำทุก ๆ ธุรกรรมของทุก ๆ คนในระบบและบันทึกข้อมูลพร้อมจัดทำเป็นสำเนาบัญชี Ledger ซึ่งเป็นสมุดบันทึกธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่เป็นรายละเอียดจำนวนของเงินที่เข้าและออก แจกจ่ายให้กับทุกคนในระบบ
3. Consensus คือ กลไกที่ควบคุมความถูกต้องของข้อมูลในทุก Node ผ่าน Algorithm ต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องเที่ยงตรง และเป็นข้อมูลชุดเดียวกัน ผ่านการกำหนดข้อตกลงและความเห็นชอบร่วมกันระหว่างสมาชิกในเครือข่าย Blockchain ซึ่งสมาชิกต้องยอมรับกฎระเบียบร่วมกัน
4. Validation คือ Node อื่น ๆ ในระบบทำการยืนยันและตรวจสอบข้อมูลของ Block นั้นว่าถูกต้องตามเงื่อนไข Validation โดยกระบวนการทำ Consensus ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทำ Validation
5. Wallet (optional) คือ กระเป๋าเงิน ทำให้เราทราบมูลค่าของเงินที่เรามีอยู่

ประเภทของเทคโนโลยีบล็อกเชน

ระบบบล็อกเชนแบ่งได้ 4 ประเภทหลักตามลักษณะการใช้งาน ดังนี้ (Paul et al., 2021a)

1. บล็อกเชนสาธารณะ (Public Blockchain): เป็นบล็อกเชนประเภทที่ทุกคนสามารถเข้าใช้งานได้ทั่วไป เช่น Bitcoin หรือ Ethereum ข้อดีของบล็อกเชนประเภทนี้คือไม่จำเป็นต้องลงทุนค่าอุปกรณ์ต่าง ๆ สามารถใช้งานระบบได้เลย เสียเพียงค่าโอนข้อมูลหรือจัดเก็บข้อมูล ในขณะที่ข้อเสียคือ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกเปิดเผยเป็นสาธารณะ ทุกคนเข้าถึงได้ เราจำเป็นต้องหาวิธีการที่ เข้มงวดต่าง ๆ เพื่อให้แค่คนที่เราต้องการให้รู้ข้อมูลเหล่านั้นเข้าถึงได้เท่านั้น ซึ่งจะยุ่งยากและวุ่นวาย
2. บล็อกเชนส่วนตัว (Private Blockchain): เป็นบล็อกเชนที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้ภายในองค์กรของตัวเองเท่านั้น ผู้คนทั่วไปไม่มีสิทธิ์เข้าใช้ได้ ข้อดีของบล็อกเชนประเภทที่สองคือเราสามารถออกแบบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ได้เอง ไม่จำเป็นต้องอิงตามสากล และสามารถจำกัดผู้ที่สามารถเข้าใช้ได้ แต่มีข้อเสียคือ ลงทุนอุปกรณ์ต่าง ๆ ค่อนข้างสูง

3. บล็อกเชนแบบไฮบริด (Hybrid Blockchain): เป็นการรวมกันระหว่าง Public blockchain และ Private blockchain ซึ่งต้องการการควบคุมที่ดีขึ้นเพื่อเป้าหมายที่สูงกว่าเดิม บล็อกเชนประเภทนี้จะต้องจัดการกับระบบทั้งแบบที่รวมอำนาจ (Centralized) และกระจายอำนาจ (Decentralized) และเป็นระบบปิด แต่ก็ยังเป็นระบบที่ความซื่อสัตย์ โปร่งใส และปลอดภัย ในระบบนี้ผู้ใช้สามารถที่จะเลือกที่จะเข้าถึงเป็นบางส่วน โดยส่วนที่เหลือยังคงถูกบันทึกหรือเก็บไว้อย่างปลอดภัย จึงถือเป็นระบบบล็อกเชนที่มีความยืดหยุ่นได้ดี

4. บล็อกเชนแบบสมาคม (Consortium Blockchain): ถือเป็นระบบบล็อกเชนที่กึ่งกระจายอำนาจ (Semi-decentralized) ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อจัดการเครือข่ายบล็อกเชนได้ รวมถึงสามารถทำกิจกรรมได้แม้แต่จะเป็นการดำเนินงานในองค์กรเดียว ระบบบล็อกเชนนี้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือชุด (mining) ข้อมูล รวมถึงการนำไปใช้ในระบบของธนาคาร หน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น

อุตสาหกรรมดนตรี (Music Industry)

อุตสาหกรรมดนตรี เป็นธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่มีความซับซ้อนอย่างมาก ประกอบด้วยบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลังที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ กัน แต่ทุกฝ่ายดำเนินธุรกิจหารายได้จากเพลง ดนตรี การแสดงสด เป็นต้น ซึ่งความหมายของอุตสาหกรรมดนตรีคือ “การซื้อและขายสิ่งบันเทิงเสียง”

จากแนวคิดของ Patrik Wikström ที่กล่าวไว้ในหนังสือ The music industry; Music in the cloud third edition (Wikström, 2020) ได้แบ่งลักษณะการทำงานในอุตสาหกรรมดนตรีเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ คือ การบันทึกเสียง การเผยแพร่ และการแสดงสด ซึ่งลักษณะการทำงานของแต่ละส่วนนั้นมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปลายทางที่นำผลงานออกขาย ทั้งนี้ Patrik Wikström ได้ให้นิยามอุตสาหกรรมดนตรีว่าเป็นวงการเพลงโดยรวมอยู่กับการสร้างและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่มีพื้นฐานมาจากดนตรี และนักแต่งเพลงสร้างเพลง เนื้อเพลง และการเรียบเรียง การแสดงสดบนเวที บันทึก และแจกจ่ายให้กับผู้บริโภคหรือได้รับอนุญาตให้ใช้งานประเภทอื่น

ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมดนตรี

ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมดนตรีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วและเติบโตขึ้นอย่างมากในช่วง 25 ปีที่ผ่านมา จากรูปแบบเดิมที่ขายแผ่นเสียง แผ่น cd สู่รูปแบบออนไลน์ที่ขายการ Streaming เพลงเป็นหลัก Sitonio & Nucciarelli (2018) อธิบายถึงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมดนตรีว่าหากพิจารณาจากต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ก็จะเริ่มต้นจากต้นน้ำ นั่นคือตัวศิลปิน ซึ่งใช้การสนับสนุนจากกลางน้ำคือโปรดิวเซอร์ (Producer) และวิศวกรเสียง (Sound engineer) ในการสร้างและพัฒนาตัวผลงานเพลง ซึ่งส่วนของกลางน้ำนี้ยังคงควบคุมการเพิ่มมูลค่าให้กับห่วงโซ่ และท้ายที่สุดผลงานจะเข้าถึงผู้บริโภค ซึ่งเป็นปลายน้ำ โดยเป็นสินค้าที่จับต้องได้ หรืออยู่ในรูปแบบส่งเสริมการขาย เช่น การแสดงสด โฆษณาภาพยนตร์ หรือวิทยุ

ในยุคก่อนที่อินเทอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมดนตรี เพลงต่างๆ ได้เพิ่มมูลค่ามหาศาลให้กับห่วงโซ่นี้ พวกเขาจะจัดหาเงินทุนและอุปกรณ์ให้ศิลปิน ให้การสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อผลิตบันทึก บรรจุ และนำเสนอเพลงของพวกเขา และให้เข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเหตุนี้ค่ายเพลงจึงยังรักษามูลค่าประมาณร้อยละ 30 ในห่วงโซ่ที่เกิดจากการขายขั้นสุดท้าย ซึ่งถือเป็นจำนวนที่มากที่สุดที่ผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องได้รับ (Hosoi et al., 2016) นอกจากนี้ค่ายเพลงยังรับผิดชอบในการรวบรวมและส่งรายได้ค่าลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่คลุมเครือ ขาดความโปร่งใสและชัดเจนมาอย่างยาวนาน

ต่อมาอินเทอร์เน็ตและสื่อดิจิทัลต่าง ๆ เริ่มมามีบทบาทกับห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมดนตรีจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและมูลค่าที่สร้างโดยผู้เล่นแต่ละคนจึงเปลี่ยนตามไปด้วย ในยุคดิจิทัลที่การขายเพลงไม่ได้หมายถึงการขายสินค้าที่จับต้องได้ เช่น ซีดี เทป หรือแผ่นเสียงอีกต่อไป แต่จะเป็นการขายเพลงในรูปแบบการดาวน์โหลด การสตรีมมิ่ง และการฟังจากวิทยุออนไลน์ เป็นต้น ในห่วงโซ่อุปทานยุคใหม่นี้ผู้เล่นรายย่อยซึ่งหมายถึงศิลปินเล็ก ๆ ที่ไม่มีค่ายเพลงคอยสนับสนุน แต่สามารถทำงานให้จบได้ด้วยตัวเอง ตั้งแต่การผลิตเพลงไปจนถึงขายเพลงออกสู่ตลาดก็สามารถกระทำได้โดยไม่ต้องหวังพึ่งค่ายเพลง ทั้งนี้ห่วงโซ่อุปทานนี้เองที่ระบบบล็อกเชนจะเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้ ไม่ว่าทางใดก็ตาม

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในอุตสาหกรรมดนตรี

ปัจจุบันอุตสาหกรรมดนตรีมีการเปลี่ยนแปลงมากมายทั้งในทิศทางที่ดีขึ้นและด้านที่แย่ลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อให้แก่มหาวิทยาลัยฝ่ายที่อยู่ในอุตสาหกรรม อันเป็นผลมาจากเทคโนโลยีต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปของผู้ฟัง ไวรัสโควิด 19 เป็นสถานการณ์ที่ทำให้ผู้คนต้องปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อให้อยู่รอดในปัจจุบันเช่น ผู้คนที่ไม่มีรายได้ หรือรายได้้น้อยไม่สามารถซื้อเพลงจากศิลปินได้แต่ต้องการฟังเพลงก็เลือกที่จะโหลดเพลงแบบละเมิดลิขสิทธิ์ ค่ายเพลงต้องการอยู่รอดจำเป็นต้องหักเงินจากศิลปินมากขึ้น แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลงก็หักเงินจากการขายเพลงของศิลปินอย่างไม่เป็นธรรม ค่ายเพลงทำสัญญากับศิลปินอย่างไม่โปร่งใส

การลงขายเพลงต่างๆ ในรูปแบบ NFT ในบล็อกเชนตัดปัญหาเสียค่าธรรมเนียมที่สูงต่อแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างๆ เพิ่มรายได้ให้แก่ศิลปิน เพิ่มช่องทางรายได้ให้แก่ค่ายเพลง ช่วยให้ฝ่ายจัดการศิลปินทำงานง่ายขึ้นในการประสานงานติดต่อกับงาน และการทำสัญญากับลูกค้าหรือค่าย แก้ปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ของผู้ประพันธ์เพลงให้ชัดเจน เป็นต้น ซึ่งเทคโนโลยีบล็อกเชนยังสามารถพัฒนาไปได้มากกว่านี้ในอนาคต และจะเพิ่มช่องทางเพิ่มรายได้อีกมากมายให้แก่อุตสาหกรรมดนตรี ซึ่งในต่างประเทศได้มีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี (Techsource Team, 2019) อาทิ การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปแก้ปัญหาเรื่องความเป็นเจ้าของ การชำระเงิน และความโปร่งใสในธุรกิจเพลงโดยตรง หรือแม้แต่การนำไปใช้เพื่ออนุญาตให้ผู้ฟังสามารถดาวน์โหลดเพลงและชุดเพลง (Playlist) ของศิลปินไปฟังแบบออฟไลน์ได้ โดยที่จะสามารถตรวจสอบการอนุญาตใช้งานและผู้ใช้งานได้เสมอ ว่าผู้ใช้งานเข้าถึงเพลงใด และจากอัลบั้มใด เป็นต้น

จากงานวิจัยของ Sitonio and Nucciarelli (2018) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมดนตรี โดยมีเป้าหมายการศึกษาเพื่อศึกษาถึงผลกระทบต่างๆ ในอุตสาหกรรมดนตรี เมื่อนำเทคโนโลยีบล็อกเชนเข้ามาใช้ ซึ่งเป็นผลกระทบทั้งในด้านดีและด้านลบ โดยมุ่งเน้นไปที่การช่วยให้ตัวศิลปินได้รับความเป็นธรรมอย่างสูงสุด และมีการพูดถึงแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพลงต่าง ๆ ที่หักค่าธรรมเนียมสูงจนตัวศิลปินแทบไม่ได้รับผลตอบแทนใดเลย เทคโนโลยีบล็อกเชนจะมาช่วยแก้ปัญหาด้วยการตัดตัวกลางของธุรกิจเหล่านี้ออกไป โดยผลการวิจัยพบว่าจะสามารถนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีได้ใน 4 ประการ คือ 1) เก็บบันทึกข้อมูลและรายละเอียดเพลง เช่น ผู้แต่งเนื้อร้อง ผู้แต่งทำนอง เจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้ทำดนตรี บล็อกเชนจึงเป็นตัวช่วยที่จะทำให้ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไม่หายไปตามกาลเวลา สามารถตรวจสอบได้ชัดเจนโปร่งใส ไม่ถูกแก้ไข ในภายหลัง 2) สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ต่างๆ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลและนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ เปิดโอกาสให้นักธุรกิจหาแนวทางสร้างนวัตกรรมต่างที่จะทำงานผ่านบล็อกเชนได้เพื่อมาสนับสนุนในอุตสาหกรรมดนตรีได้ และ 4) การจัดการรายได้ เนื่องจากการจัดการรายได้ในอุตสาหกรรมดนตรีค่อนข้างที่จะมีความยืดหยุ่นและผันผวนสูง เนื่องจากค่าตัวหรือเพลงต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความนิยมของตัวศิลปิน ในบล็อกเชนเราสามารถตั้งราคาพิเศษได้ เช่น ถ้าเพลงถูกสตรีมในช่วงเวลานี้อาจจะแพงกว่าอีกช่วงเวลาหนึ่งหรือเมื่อคุณซื้อเพลงของศิลปินคนไหนเกิน 10 เพลง เพลงต่อ ๆ ไปอาจจะถูกลงร้อยละ 10 เป็นต้น ซึ่งบล็อกเชนจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้ศิลปินใหม่มีโอกาสได้เติบโตมากขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามข้อเสียของบล็อกเชนนี้นั้นก็ยังคงมีอยู่เช่นกัน เนื่องจากบล็อกเชนยังคงเป็นเรื่องใหม่สำหรับหลายฝ่าย ทำให้การเข้าถึงหรือการพัฒนา ยังคงไม่อยู่ในจุดที่จะสามารถใช้งานได้อย่างเสถียร และด้วยเม็ดเงินการลงทุนเพื่อพัฒนานำบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีนี้น้อยมากทำให้จุดนี้ยังเป็นข้อเสียของบล็อกเชน

ในปัจจุบันยังไม่มีกระแสบูเนซด์ว่าการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีมีขึ้นเมื่อใด แต่เป็นที่แน่ชัดว่าการตระหนักถึงการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีบล็อกเชน เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากการเกิดขึ้นของ Digital disruptions เพื่อมาสนับสนุนด้านความปลอดภัย ความโปร่งใส รวมทั้งความน่าเชื่อถือในการทำธุรกรรม เพื่อยกระดับการทำธุรกรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Paul et al., 2021b)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูล สำหรับการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ประเภท

1. แหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary research) โดยการศึกษาข้อมูลจากบทความวิจัย และบทความเชิงวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี โดยกำหนดคุณลักษณะ ดังนี้

1. เป็นบทความที่อยู่ในฐานข้อมูลของ EBSCO
2. ค้นหาได้ด้วยคำสำคัญได้แก่ Blockchain และ Music
3. ได้รับการเผยแพร่หรือตีพิมพ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561-2565 (ค.ศ. 2018-2022) เพื่อชุดข้อมูลที่ไม่ล้าหลัง

4. ถูกตีพิมพ์ด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาไทยเท่านั้น

5. เป็นบทความที่มีหลักเกณฑ์ตามแนวทางของ Scott (2006) ดังนี้

- 1) ความจริง (Authenticity) หมายถึง ต้องเป็นเอกสารที่แท้จริง (Origin) เมื่อตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนหรือหน่วยงานที่เขียนเอกสารต้องมีตัวตนจริง และมีความน่าเชื่อถือ
- 2) ความถูกต้องน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง เอกสารนั้นจะต้องไม่มีข้อมูลที่ผิดพลาดบิดเบือนหรือคาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง
- 3) การเป็นตัวแทน (Representativeness) หมายถึง เอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์นั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้
- 4) มีความหมาย (Meaning) หมายถึง เอกสารต้องมีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย โดยการพิจารณาข้อมูลในเบื้องต้นว่าเอกสารที่นำมาพิจารณาจะต้องมีข้อมูลที่เป็นนัยสำคัญ หรือมีความหมายให้กับการวิจัยได้

ทั้งนี้ปรากฏบทความที่ตรงกับคุณลักษณะข้างต้นจำนวนทั้งสิ้น 16 บทความ (ดังแสดงข้อมูลในผลการศึกษา)

2. แหล่งข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) โดยมีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบหลายวิธี (Multi-method sampling technique) โดยจะเริ่มจากการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 1 คน หลังจากนั้นจะให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแนะนำผู้ให้ข้อมูลสำคัญรายต่อไป (Snowball sampling) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนซึ่งเป็นที่ยอมรับในสื่อสังคมออนไลน์และในสังคมไทย ซึ่งมีความเต็มใจให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย จำนวน 5 คน ทั้งนี้จำนวน 5 คนนั้นเป็นจำนวนขั้นต่ำที่เป็นที่ยอมรับได้สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวคิดของ Creswell (1998) เนื่องจากในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ทำการศึกษากับผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเทคโนโลยีบล็อกเชนในประเทศไทยซึ่งมีอยู่จำนวนจำกัด

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 5 คน มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญดังนี้

นาย A เป็นอาจารย์สอนเศรษฐศาสตร์ในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง และทำช่องที่ให้ความรู้และข่าวสารด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นอย่างดี มีผู้ติดตามใน Facebook มากกว่า 2 หมื่นคน

นาย B เป็นนักลงทุนด้านสินทรัพย์ต่าง ๆ และทำช่องให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีบล็อกเชน สอนการวิเคราะห์การลงทุนในสินทรัพย์ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นอย่างดี มีผู้ติดตามใน Facebook มากกว่า 9 หมื่นคน

นาย C เป็นนักลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล และทำช่องที่ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นอย่างดี มีผู้ติดตามใน Facebook มากกว่า 3 หมื่นคน รวมทั้งยังเคยเป็นอดีตนายกสมาคมสินทรัพย์ดิจิทัลแห่งประเทศไทย

นาย D เป็น Influencer ในสังคมออนไลน์ และทำช่องที่ให้ความบันเทิงอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรีและเทคโนโลยีเป็นอย่างดี มีผู้ติดตามใน Facebook มากกว่า 5 แสนคน

นาย E เป็นหัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหารธุรกิจ บริษัทแห่งหนึ่งที่นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมดนตรีและเทคโนโลยีเป็นอย่างดี รวมทั้งเป็นบริษัทแรก ๆ ที่ได้มีการพัฒนาและนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยเครื่องมือ 2 ฉบับ ดังนี้

1. แบบบันทึกข้อมูล โดยกำหนดหัวข้อในการบันทึกข้อมูลหลัก ได้แก่ ลักษณะการนำไปใช้ ข้อดี และข้อเสียในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว พร้อมกับมีการบันทึกเสียงบทสนทนาและจดบันทึก สำหรับข้อคำถามพัฒนาขึ้นโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์การวิจัยร่วมกับผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเอกสาร ทั้งนี้ประกอบด้วยประเด็นสำคัญ ดังนี้

- ท่านได้รู้จักเทคโนโลยีบล็อกเชนครั้งแรกตั้งแต่ปี พ.ศ.ใด และจากแหล่งข้อมูลไหน
- เทคโนโลยีบล็อกเชนในความเข้าใจของท่านเป็นเช่นไร (ด้านแนวคิด และลักษณะการทำงาน ด้านประโยชน์ และข้อจำกัด และด้านการนำไปใช้งาน)
- ท่านคิดว่าเทคโนโลยีบล็อกเชนมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร
- ปัจจุบันในประเทศไทย เทคโนโลยีบล็อกเชน มีความแพร่หลายและได้ถูกนำไปใช้งาน มากน้อยเพียงใด
- ท่านคิดว่าบทบาทของเทคโนโลยีบล็อกเชนในอนาคตที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยอย่างไร
- เทคโนโลยีบล็อกเชนจะสามารถเข้ามา Disrupt ระบบเก่าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมทั้งอุตสาหกรรมดนตรีได้หรือไม่ อย่างไร
- ท่านคิดว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยมีมากน้อยเพียงใด อะไรบ้าง และเทคโนโลยีบล็อกเชนจะเข้ามาแก้ไขปัญหาเหล่านั้นได้หรือไม่อย่างไร

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. รวบรวมบทความวิชาการและบทความวิจัยที่ตรงกับวัตถุประสงค์การศึกษา และเป็นไปตามข้อกำหนดตามคุณลักษณะที่ตั้งไว้ แล้วทำการบันทึกข้อมูลลงในแบบบันทึกที่ระบุไว้ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาใช้เป็นส่วนหนึ่งในข้อมูลเพื่อประกอบการสัมภาษณ์
2. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในข้อที่หนึ่ง นำไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีบล็อกเชนจำนวน 5 คน โดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวผ่านช่องทางออนไลน์ ระยะเวลาเฉลี่ยในการสัมภาษณ์ประมาณ 50 นาที โดยระหว่างสัมภาษณ์จัดเก็บบันทึกด้วยการบันทึกเสียง แล้วนำมาถอดความในภายหลัง เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจาก 2 แหล่งข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกข้อมูลจาก บทความเชิงวิชาการหรือบทความวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีบล็อกเชน ในอุตสาหกรรมดนตรี ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย
2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำบทสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีจำแนกชนิดข้อมูล (Typology analysis) ด้วยชุดคำหลัก (Domain) และ สารระบบ (Taxonomy) เพื่อให้สามารถอธิบายการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ที่อาจจะเป็นไปได้จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 5 ท่าน
3. นำข้อมูลจากข้อ 1 และ 2 มาพิจารณาร่วมกันเพื่อสร้างเป็นแนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย
4. นำเสนอข้อมูลในรูปแบบเรียงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการศึกษาจำแนกตามเนื้อหา ดังนี้

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นสำคัญอันเกิดจากการทบทวนบทความวิจัยและบทความวิชาการที่ปรากฏอยู่ในฐานข้อมูล EBSCO จำนวน 16 บทความ โดยพบว่าลักษณะการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้ที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุด คือการนำไปใช้เพื่อปกป้องลิขสิทธิ์ร้อยละ 87.5 หรืออธิบายได้ว่าจากบทความจำนวน 16 บทความ มีการกล่าวถึงประเด็นนี้ถึง 14 บทความ รองลงมาคือเพื่อการบันทึกข้อมูลเพลงลงในบล็อกเชนร้อยละ 81.25 (13 บทความ) เพื่อการทำธุรกรรมด้านการเงินร้อยละ 68.75 (11 บทความ) การนำ Smart contract มาใช้ในการกำหนดข้อตกลงร้อยละ 56.25 (9 บทความ) การใช้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลร้อยละ 37.5 (6 บทความ) และการเก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชนและการนำไปใช้เพื่อขอ Crowdfunding ร้อยละ 25 (4 บทความ) เท่ากันสำหรับมุมมองด้านข้อดีจากการนำบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีนั้น พบว่าร้อยละ 68.75 (11 บทความจาก 16 บทความ) มองว่ามีความปลอดภัยสูง รองลงมาคือมีการกระจายอำนาจร้อยละ 62.5 (10 บทความ) มีความโปร่งใสร้อยละ 56.25 (9 บทความ) การทำธุรกรรมมีความรวดเร็วร้อยละ 37.5 (6 บทความ) และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่ำร้อยละ 31.25 (5 บทความ) ตามลำดับ และสำหรับประเด็นข้อเสียของการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ ร้อยละ 18.75 (3 บทความ) ระบุว่าเทคโนโลยีนี้ทำให้การประมวลผลข้อมูลล่าช้าเมื่อมีจำนวนข้อมูลมาก และเป็นเทคโนโลยีที่ซับซ้อน และการเปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนทำได้ยาก ร้อยละ 12.5 (2 บทความ) เท่ากัน สำหรับรายละเอียดปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลข้อมูลบทความวิชาการและบทความวิจัย ในประเด็นที่มาของบทความ ลักษณะการนำเทคโนโลยีไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี ข้อดี และข้อเสีย

ที่มา			ลักษณะการนำไปใช้							ข้อดี					ข้อเสีย		
ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้เขียน	ปีที่พิมพ์	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้
1. A New Structurefor the Music Industry	Gheorghe, P. N. M., & Soltanisehat, L.	2018	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้
2. The Blockchain Technology on the Music Industry	Arcos, L. C.	2018	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้
3. Envisioning a compulsory-licensing system for digital samples through emergent technologies	Sabbagh, C. R.	2019	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้
4. Financing new creative enterprise through blockchain technology: Opportunities and policy implications	O'Dair, M., & Owen, R.	2019	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้
5. Y-DWMS: A Digital Watermark Management System Based on Smart Contracts	Zhao, B. et al.	2019	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้	การนำเทคโนโลยีมาใช้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลข้อมูลบทความวิชาการและบทความวิจัย ในประเด็นที่มาของบทความ ลักษณะการนำเทคโนโลยีไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี ข้อดี และข้อเสีย (ต่อ)

ที่มา			ลักษณะการนำไปใช้							ข้อดี					ข้อเสีย		
ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้เขียน	ปีที่พิมพ์	การปกป้องลิขสิทธิ์	การแบ่งปันข้อมูล (เพลง) ลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใส่พ็อดชอยลงพ็อดชอย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การทำธุรกรรมมีความรวดเร็ว	ความปลอดภัยสูง	ช่วยลดค่าใช้จ่ายได้	ลดระยะเวลาการชำระเงิน	เป็นเทคโนโลยีใหม่	การเชื่อมโยงกับระบบภายนอก	การเชื่อมโยงกับระบบภายนอก	
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			
			/	/	/			/	/		/	/	/	/			

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลข้อมูลบทความวิชาการและบทความวิจัย ในประเด็นที่มาของบทความ ลักษณะการนำเทคโนโลยีไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี ข้อดี และข้อเสีย (ต่อ)

ที่มา			ลักษณะการนำไปใช้							ข้อดี					ข้อเสีย		
ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้เขียน	ปีที่พิมพ์	การปกป้องลิขสิทธิ์	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล
			การปกป้องลิขสิทธิ์	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล
10. The algorithmic composition for music copyright protection under deep learning and blockchain	Wang, N. et al.	2021	/	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล
11. What do blockchain technologies imply for digital creative industries?	Patrickson, B.	2021	/	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล
12. A Comprehensive Evaluation Method for the Effectiveness of Public Health-Oriented Music Performance Art Based on Blockchain Technology	Shang, Y.	2022	/	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล
13 .A Digital Media Subscription Management System Combined with Blockchain and Proxy Re-Encryption Mechanisms	Huang, D. C. et al.	2022	/	/	/	การบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชน	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในการทำธุรกรรมด้านการเงิน	มีความโปร่งใส	การสำรวจความคิดเห็น	ความปลอดภัยของข้อมูล	ลดต้นทุนการดำเนินงาน	เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาเป็น	ประมวลผลข้อมูลจำนวนมาก	ความปลอดภัยของข้อมูล

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลข้อมูลบทความวิชาการและบทความวิจัย ในประเด็นที่มาของบทความ ลักษณะการนำเทคโนโลยีไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี ข้อดี และข้อเสีย (ต่อ)

ที่มา			ลักษณะการนำไปใช้						ข้อดี			ข้อเสีย		
ชื่อเรื่อง	ชื่อผู้เขียน	ปีที่พิมพ์	การสนับสนุนของมูลนิธิ	การใช้ Smart Contract ในการกำหนดข้อตกลง	การนำไปใช้เพื่อเชื่อมโยงข้อมูล	การนำไปใช้เพื่อขอ Crowd Funding	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน	การนำไปใช้ในระบบการชำระเงิน
14. Combination of Blockchain and AI for Music Intellectual Property Protection	Li, N.	2022	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
15. Increasing Cyber Defense in the Music Education Sector Using Blockchain Zero-Knowledge Proof Identification	Zhang, Y.	2022	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
16. Music Recognition Using Blockchain Technology and Deep Learning	Chen, X. et al.	2022	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
รวม			14	13	4	9	6	4	11	9	56.25	37.5	25	68.75
ร้อยละจากจำนวนบทความทั้งหมด			87.5	81.25	25	56.25	37.5	25	68.75	56.25	37.5	31.25	62.5	12.5

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลทั้ง 5 คน ผู้วิจัยนำเสนอผลโดยสรุปร่วมกับผลที่ได้จากการวิจัยเอกสาร (Documentary research) ปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 2 และสรุปผลการศึกษาตามประเด็นสำคัญ ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัญหา ข้อจำกัด และความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชนที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย จากผลการศึกษาที่ผู้วิจัยสามารถจำแนกถึงปัญหา ข้อจำกัด และความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชนที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยได้ 6 ประเด็นสำคัญคือ 1) การประมวลผลช้าเมื่อข้อมูลเยอะ 2) ความซับซ้อนของเทคโนโลยี 3) การแบ่งปันข้อมูลที่ควรได้รับการปกป้องของศิลปิน หรือค่ายเพลง 4) ผู้ที่ไม่ประสงค์ได้นำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในทางที่ไม่ดี 5) กฎหมายยังไม่ชัดเจน จึงทำให้นักลงทุน หรือศิลปิน ไม่กล้าตัดสินใจนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ และ 6) เปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนได้ยาก จากปัญหา ข้อจำกัด และความท้าทายเหล่านี้ ได้สะท้อนให้เห็นว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญซึ่งควรจะไปพิจารณาเพื่อหาทางปรับปรุงแก้ไข ทั้งนี้พบว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญบางรายยังคงกังวลถึงอุปสรรคความซับซ้อนของตัวเทคโนโลยีบล็อกเชนที่จะทำให้ผู้ใช้รายใหม่ไม่พร้อมที่จะนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี

2. คุณประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

คุณประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่สำคัญจากผลการวิจัยที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ผู้วิจัยสรุปประเด็นที่สำคัญได้ 5 ประเด็น ดังนี้ 1) การใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทำธุรกรรมด้านการเงินแทนสกุลหลักทั่วไป 2) การที่แฟนคลับสามารถติดต่อทำการซื้อ ขาย กับศิลปินได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลาง 3) การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อป้องกันการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ 4) การใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลงเรื่องลิขสิทธิ์ หรือสัญญาว่าจ้าง เป็นต้น และ 5) การใช้เก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวในบล็อกเชนเพื่อใช้ยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง

จากคุณประโยชน์ที่ 5 ข้างต้น เป็นคุณประโยชน์ที่สำคัญที่จะช่วยให้อุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยก้าวข้ามปัญหาที่ศิลปินถูกเอารัดเอาเปรียบจากตัวกลาง การละเมิดลิขสิทธิ์ ทั้งยังช่วยเพิ่มความโปร่งใสให้แก่อุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยอีกด้วย จึงถือได้ว่าคุณประโยชน์ทั้ง 5 ข้อที่ผู้วิจัยกล่าวถึงเป็นคุณประโยชน์ที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมดนตรีในอนาคตของประเทศไทย

3. ปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบว่าปัจจัย 4 ปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย คือ 1) การมีกฎระเบียบและกฎหมายควบคุมโดยเฉพาะ 2) การพัฒนาให้ระบบใช้งานได้ง่ายขึ้น 3) ความพร้อมของผู้ใช้ และ 4) สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งปัจจัยด้านการมีกฎระเบียบและกฎหมายควบคุมโดยเฉพาะถือเป็นปัจจัยที่จะช่วยผลักดันบทบาทของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยอย่างมาก เพราะในปัจจุบันกฎระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีบล็อกเชนในประเทศไทยยังคงขาดความชัดเจน และขาดการส่งเสริมอยู่

4. แนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

จากผลการวิจัยผู้วิจัยพบแนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย จำนวน 8 แนวทาง โดยพิจารณาจากบทบาทในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมดนตรีทั้ง 4 ฝ่าย คือ 1) ผู้สร้างสรรค์ผลงาน (Create product) 2) การเก็บรวบรวมรายได้จากการใช้งานเพลงของผู้ใช้ (Collect revenue) 3) ผู้ที่นำส่งผลงานสู่ลูกค้า (Deliver to end consumer) และ 4) ผู้ที่เก็บรวบรวมการใช้งานเพลง (Collect usage information) ซึ่งแนวทางทั้ง 8 แนวทางนี้จะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาภายในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยให้ดีขึ้นได้ ซึ่งผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) บันทึกรายละเอียดเพลง และซื้อขายเพลงในรูปแบบ NFT 2) การระดมทุน (Crowd funding) 3) นำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชน 4) ใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลงหรือบทลงโทษโดยอัตโนมัติตามเงื่อนไขข้อตกลง 5) มีการเก็บข้อมูลประจำตัวของศิลปิน นักแสดง เป็นต้น เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ให้ 6) ศิลปินสามารถสร้าง Ecosystem ของตัวเอง 7) ใช้ Smart contract ในการแจกจ่ายเงินโดยอัตโนมัติจากการสมัครรับข้อมูลแบบ Subscription และ 8) มีการเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชน (Cross Chain)

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลข้อมูลการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ข้อมูลจากการสังเคราะห์เอกสาร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลสำคัญ และบทสรุปผลการศึกษา

หัวข้อ	ข้อมูลจากการสังเคราะห์เอกสาร	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลสำคัญ	บทสรุป
1. ปัญหา ข้อจำกัด และความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชนที่จะส่งผลต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย	- การประมวลผลช้าเมื่อข้อมูลเยอะ - เป็นเทคโนโลยีที่ซับซ้อน - เปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนได้ยาก	- การประมวลผลช้าเมื่อข้อมูลเยอะ - เป็นเทคโนโลยีที่ซับซ้อน - การแบ่งปันข้อมูลที่ต้องการได้รับการปกป้อง - มีกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย - กฎหมายยังไม่ชัดเจน	- การประมวลผลช้าเมื่อข้อมูลเยอะ - ความซับซ้อนของเทคโนโลยี - การแบ่งปันข้อมูลที่ต้องการได้รับการปกป้องของศิลปิน หรือค่ายเพลง - มีกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย - กฎระเบียบข้อบังคับยังขาดความชัดเจน จึงทำให้นักลงทุน หรือศิลปิน ไม่กล้าตัดสินใจนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ - เปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนได้ยาก
2. คุณประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย	- การปกป้องลิขสิทธิ์ - การนำไปใช้เพื่อบันทึกข้อมูล(เพลง)ลงในบล็อกเชน - การนำไปใช้ในธุรกรรมด้านการเงิน - การใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลง - การเชื่อมโยงข้อมูล - การใช้เก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวในบล็อกเชน	- แก้ไขข้อมูลได้ยาก - คนกลางเก็บค่าดำเนินการต่ำ - มีระบบอัตโนมัติในการตรวจสอบความผิดปกติของธุรกรรม - การใช้สกุลเงินดิจิทัลแทนที่เงินสดหลักทั่วไป - การติดต่อซื้อขายเพลงจากศิลปินได้โดยตรง - ระบบ Subscription - การโอนเงินข้ามประเทศ	- ใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทำธุรกรรมด้านการเงินแทนสกุลหลักทั่วไป - แฟนคลับสามารถติดต่อทำการซื้อ ขาย กับศิลปินได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลาง - ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อป้องกันการถูกละเมิดลิขสิทธิ์ - การใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลงเรื่องลิขสิทธิ์ หรือสัญญาว่าจ้างเป็นต้น - การใช้เก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวในบล็อกเชนเพื่อใช้ยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลข้อมูลการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย ข้อมูลจากการสังเคราะห์เอกสาร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลสำคัญ และบทสรุปผลการศึกษา (ต่อ)

หัวข้อ	ข้อมูลจากการสังเคราะห์เอกสาร	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลสำคัญ	บทสรุป
3. ปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชน ให้มีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย	-	- การมีกฎระเบียบและกฎหมายควบคุม โดยเฉพาะ - การพัฒนาให้ระบบใช้งานได้ง่ายขึ้น - ความพร้อมของผู้ใช้ - สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	- การมีกฎระเบียบและกฎหมายควบคุม โดยเฉพาะ - การพัฒนาให้ระบบใช้งานได้ง่ายขึ้น - ความพร้อมของผู้ใช้ - สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
4. แนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย	- นำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อใช้ตรวจจับการละเมิดลิขสิทธิ์ - บันทึกรายละเอียดเพลง และซื้อขายเพลงในรูปแบบ NFT - ใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลงหรือบทลงโทษโดยอัตโนมัติตามเงื่อนไขข้อตกลง - ใช้ Smart contract ในการแจกจ่ายเงินโดยอัตโนมัติจากการสมัครรับข้อมูลแบบ Subscription - มีการเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชน (Cross Chain) - ศิลปินสามารถระดมทุนจากแฟนคลับเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน และแฟนคลับจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามที่ศิลปินมอบให้อีกด้วย - มีการเก็บข้อมูลประวัติของศิลปิน นักแสดง เป็นต้น เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์	- แฟนคลับสามารถซื้อ ขาย เพลงหรือสินค้าต่างๆกับศิลปินได้โดยตรงไม่ต้องผ่านตัวกลาง - สามารถซื้อขายตัวการแสดงสดได้ในรูปแบบ NFT เพื่อป้องกันการสูญหาย และการซื้อขายตัวที่ไม่ถูกต้อง - บันทึกรายละเอียดเพลง และซื้อขายเพลงในรูปแบบ NFT - ศิลปินสามารถระดมทุนจากแฟนคลับเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน และแฟนคลับจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามที่ศิลปินมอบให้อีกด้วย	- บันทึกรายละเอียดเพลง และซื้อขายเพลงในรูปแบบ NFT - การระดมทุน (Crowd funding) - นำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชน - ใช้ Smart contract ในการกำหนดข้อตกลงหรือบทลงโทษโดยอัตโนมัติตามเงื่อนไขข้อตกลง - มีการเก็บข้อมูลประวัติของศิลปิน นักแสดง เป็นต้น เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ - ศิลปินสามารถสร้าง Ecosystem - ใช้ Smart contract ในการแจกจ่ายเงินโดยอัตโนมัติจากการสมัครรับข้อมูลแบบ Subscription - มีการเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชน (Cross Chain)



อภิปรายผล

สำหรับการอภิปรายผล นำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหา และข้อจำกัด ตลอดจนความท้าทายในอนาคตที่เทคโนโลยีบล็อกเชนจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

ก. การประมวลผลซ้ำเมื่อข้อมูลเยอะ

เทคโนโลยีบล็อกเชนถือเป็นฐานข้อมูล (Database) ที่ซ้ำ เนื่องจากเป็นฐานข้อมูลที่เน้นการกระจายอำนาจ (Decentralized) ต้องรอการฉันทามติ (Consensus) (เป็นข้อตกลงร่วมกันที่มีลักษณะเป็นการยอมรับแบบเอกฉันท์) จากผู้ที่ควบคุม Node (คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์ใด ๆ ที่เชื่อมต่อในเครือข่ายบล็อกเชน) คือ Validator (ผู้ตรวจสอบธุรกรรมบนบล็อกเชน) ฉะนั้นเมื่อมีการทำธุรกรรมในเวลาเดียวกันเป็นจำนวนมากทำให้การประมวลผลซ้ำ ซึ่งตรงกับแนวคิดเรื่องความท้าทายของเทคโนโลยีบล็อกเชนของ Deloitte (2016) และ Alharby and Moorsel (2018) อย่างไรก็ตามปัจจุบันมีบล็อกเชนใหม่ ที่แก้ไขข้อบกพร่องนี้ให้ดีขึ้นแล้วเมื่อเทียบกับบล็อกเชนยุคแรก อาทิ Bitcoin หรือ Ethereum แต่การประมวลผลซ้ำ ก็ยังถือเป็นข้อเสียอยู่ดี

ข. ความซับซ้อนของเทคโนโลยีบล็อกเชน

ความซับซ้อนของเทคโนโลยีบล็อกเชนถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญหากต้องการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี การศึกษาทำความเข้าใจถึงตัวเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่ใช้ต้องคำนึงถึง เทคโนโลยีบล็อกเชน ในปัจจุบันยังคงเป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนใช้งานได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับบทความเชิงวิชาการของ Efanov and Roschin (2018) ที่มองว่าเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่และมีความซับซ้อน เทคโนโลยีบล็อกเชนมีการนำมาใช้ยังคงไม่แพร่หลายมากนัก ยังคงต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เรียนรู้ถึงปัญหา ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้ง่ายมากขึ้นในอนาคต

ค. การแบ่งปันข้อมูลที่ควรได้รับการปกป้องของศิลปิน หรือค่ายเพลง

การทำงานของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ส่งผลให้การที่ต้องเปิดเผยข้อมูลให้บริษัทอื่น เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ Arcos (2018) กล่าวว่า การเปิดเผยข้อมูลถือเป็นคุณสมบัติของบล็อกเชนที่ผู้ใช้ต้องปรับตัวเพื่อใช้งาน กับคุณสมบัตินี้ การเลือกใช้บล็อกเชนประเภทอื่นนอกจาก Public Blockchain ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น Private Blockchain ที่สามารถใช้แค่ภายในองค์กรได้อย่างดี ไม่ต้องเปิดเผยข้อมูลสู่ภายนอกองค์กร ก็ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยเรื่องการปกป้อง ข้อมูลที่ไม่ต้องการเผยแพร่อีกด้วย

ง. มีกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย

เนื่องจากกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ยังไม่มีความชัดเจน จึงมีผู้ที่ไม่ประสงค์ดีที่อาศัยช่องโหว่นี้เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ ในทางที่ผิด เช่น การค้ำมนุษย์ขายยาเสพติด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัญหาของเทคโนโลยีบล็อกเชนในบทความวิจัย ของ Crosby et al. (2016) และ Kumar and Mallick (2018) แต่อย่างไรก็ตามหากตัวกฎหมายมีความชัดเจน และมีการสนับสนุนเทคโนโลยีบล็อกเชนที่เพียงพอ ก็จะสามารถตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมายเพื่อปราบปรามผู้ที่ไม่ประสงค์ดี เหล่านี้ได้

จ. กฎระเบียบ ข้อบังคับยังขาดความชัดเจน

ถึงแม้ว่าตัวเทคโนโลยีจะถูกสร้างขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 แล้วก็ตาม แต่เนื่องด้วยมีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชน มาใช้อยู่บ่อย เทคโนโลยีบล็อกเชนยังคงถือเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ รวมทั้งในปี พ.ศ. 2550 มีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาประยุกต์ใช้ ร่วมกับภาคการเงิน (History of bitcoin, 2017) ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพของแต่ละประเทศ จึงทำให้หลาย ๆ ประเทศ ยังคงขาดความชัดเจนในเรื่องกฎหมายเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน ดังปรากฏในบทความของ Crosby et al. (2016) และยังปรากฏประเด็นปัญหานี้ในบทความของ Kumar and Mallick (2018) เมื่อไรก็ตามหากกฎหมายมีความชัดเจนมากขึ้น จะถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้มีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยมากขึ้นได้

ฉ. เปลี่ยนแปลงข้อมูลที่อยู่ในบล็อกเชนได้ยาก

การแก้ไข หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ยาก ถือเป็นจุดเด่นสำคัญของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่ช่วยให้เกิดความโปร่งใส ความปลอดภัย แต่กระนั้นการเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ยาก ก็จัดเป็นข้อเสียได้เช่นกันดังปรากฏในบทความวิจัยของ Jinwiriya (2019) ทั้งนี้เพราะอาจเป็นไปได้ว่าข้อมูลที่นำขึ้นอาจมีความผิดพลาดโดยไม่ตั้งใจ ซึ่งมีความจำเป็นต้องแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง อันเป็นเรื่องปกติของการดำเนินงานในชีวิตจริง

2. คุณประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนต่ออุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

ก. การใช้สกุลเงินดิจิทัลในการทำธุรกรรมด้านการเงินแทนสกุลหลักทั่วไป

การใช้สกุลเงินดิจิทัลเข้ามาทดแทนเงินสกุลหลักในการทำธุรกรรม จะสามารถตรวจสอบและช่วยเพิ่มความโปร่งใสให้แก่อุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย และลดการเอาเปรียบจากตัวกลาง เช่น ค่ายเพลง เป็นต้น ทั้งยังช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการจ่ายเงินจากการสตรีมเพลง หรือขายเพลงให้แก่ศิลปินได้อย่างทันที ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของ Torbensen and Ciriello (2019) ที่กล่าวว่าเทคโนโลยีบล็อกเชนจะสามารถช่วยให้ศิลปินได้รับเงินอย่างยุติธรรม และการกระจายอำนาจที่ตัดตัวกลางออกจะส่งผลดีต่อศิลปิน

ข. การที่แฟนคลับสามารถติดต่อทำการซื้อ ขาย กับศิลปินได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลาง

แฟนคลับสามารถซื้อ ขาย สินค้าหรือเพลงกับศิลปินได้โดยตรง ไม่จำเป็นต้องเสียค่าดำเนินการให้แก่ตัวกลาง สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) จะเข้ามาทำหน้าที่เป็นตัวกลางแทน ซึ่งมีค่าดำเนินการที่ต่ำและไม่จำเป็นต้องมีความเชื่อใจแก่ตัวกลาง หากมีการละเมิดข้อตกลงที่กำหนดไว้จากทั้งสองฝ่าย สัญญาอัจฉริยะจะดำเนินการลงโทษ หรือการทำธุรกรรมนั้น ๆ จะถือเป็นโมฆะทันที ซึ่งการทำธุรกรรมระหว่างศิลปินกับแฟนคลับแบบไม่มีตัวกลางเรียกว่า Peer to Peer (P2P) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบทความวิจัยของ Chunnapiya (2022) ที่ศึกษาเรื่อง NFT ART ศิลปะประยุกต์แห่งเทคโนโลยีอุตสาหกรรมแห่งโลกปศุสัตว์

ค. การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อป้องกันการถูกละเมิดลิขสิทธิ์

เทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถตรวจหาผลงานที่ละเมิดลิขสิทธิ์และระบุผู้ที่ถือลิขสิทธิ์ไว้อย่างถูกต้องได้หากมีการบันทึกข้อมูลลงในบล็อกเชน รวมทั้งยังสามารถแจกจ่ายค่าลิขสิทธิ์ให้แก่ผู้ที่ถือลิขสิทธิ์ที่ถูกต้องได้ทันทีอีกด้วย (De León & Gupta, 2017; Qureshi & Megías Jiménez, 2020)

ง. การใช้สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract) ในการกำหนดข้อตกลงเรื่องลิขสิทธิ์ หรือสัญญาว่าจ้าง เป็นต้น

การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีลักษณะการทำงานแบบกระจายอำนาจ มีการตัดตัวกลาง ในบริบทนี้ตัวกลางจะถูกเปลี่ยนมาเป็นสัญญาอัจฉริยะที่มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ ความปลอดภัยสูง จึงทำให้การใช้สัญญาอัจฉริยะในการทำข้อตกลงต่าง ๆ มีความน่าเชื่อถือสูง ทั้งยังมีค่าดำเนินการในการทำงานที่ต่ำอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของ Sitonio & Nucciarelli (2018)

จ. การใช้เก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวในบล็อกเชนเพื่อใช้ยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง

การเก็บบันทึกข้อมูลประจำตัวลงในบล็อกเชนจะช่วยให้การยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ป้องกันการถูกปลอมแปลง หรือการโจมตีแฝงต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้เจ้าของลิขสิทธิ์สามารถทำงานได้ง่ายขึ้นมีหลักฐานที่ยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อย่างมั่นคงซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของ Reed (2020)

3. แนวทางในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

3.1 ปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทย

ก. การมีกฎระเบียบและกฎหมายควบคุมโดยเฉพาะ

การออกกฎระเบียบและกฎหมายควบคุมโดยเฉพาะให้มีความชัดเจนและช่วยส่งเสริมเทคโนโลยีบล็อกเชนให้มีความแพร่หลายมากขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมเทคโนโลยีบล็อกเชนในบทความวิจัยของ De León and Gupta (2017) และ Efanov and Roschin (2018) การรณรงค์ให้ผู้ที่สนใจในตัวเทคโนโลยีบล็อกเชนมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนจะเป็นแรงผลักดันอย่างมากที่จะทำให้เทคโนโลยีบล็อกเชนเติบโตมากขึ้น

ในประเทศพัฒนาแล้ว และมีความก้าวหน้าด้านการเงินการธนาคารของโลก อาทิ ประเทศสิงคโปร์ได้ออกกฎระเบียบที่จะชัดเจนในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้เพื่อตรวจสอบบันทึกการติดตามของผู้ขายบน Gebiz (Singapore Government's one-stop e-procurement portal) ติดตามการเคลื่อนไหวของเจ้าหน้าที่รัฐ และปรับปรุงหรือแทนที่กระบวนการตรวจสอบ (Notabene, 2020) หรือในประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ที่มีการยอมรับการจ่ายภาษีด้วยสกุลเงินดิจิทัล และมีกฎระเบียบที่ผลักดันให้บริษัทที่ทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีบล็อกเชนถูกต้องตามกฎหมาย (Merchant, 2022) เป็นต้น สะท้อนให้เห็นว่าการเตรียมรับกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีบล็อกเชน จะเป็นตัวผลักดันให้การเผยแพร่เทคโนโลยีนี้เป็นไปในวงกว้างมากขึ้น

ข. การพัฒนาให้ระบบใช้งานได้ง่ายขึ้น

ความซับซ้อนของเทคโนโลยีบล็อกเชนถือเป็นอุปสรรคที่สำคัญหากต้องการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรี การพัฒนาระบบให้มีการใช้งานง่ายมากขึ้น จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้ริขายใหม่กล้าตัดสินใจเข้ามาทำการศึกษาและทดลองใช้งานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Efanov and Roschin (2018)

ค. ความพร้อมของผู้ใช้

ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนที่มีความซับซ้อนและมีการนำไปใช้งานค่อนข้างน้อย ส่งผลให้การตัดสินใจที่จะศึกษา ทำความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนมีความยากมากขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim (2019) ที่ศึกษาเรื่องการยอมรับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีบล็อกเชนในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง โดยพบว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนส่งผลต่อทัศนคติในการใช้งานเทคโนโลยีบล็อกเชนซึ่งผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมดนตรีต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกัน แบ่งปันความรู้ จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชนมีบทบาทมากขึ้นในอุตสาหกรรมดนตรี

ง. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน

วิกฤติการเงินในปัจจุบัน ช่วงปี พ.ศ. 2562 เกิดวิกฤติโรคระบาด Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในหลากหลายประเทศ จึงจำเป็นต้องให้แต่ละประเทศหาทางออกต่าง ๆ เพื่อช่วยพยุงเศรษฐกิจของประเทศตนให้อยู่รอด โดยการพิมพ์เงินเพิ่มและอัดฉีดเข้ามาในระบบ ซึ่งส่งผลให้ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2565 – ปัจจุบัน หลาย ๆ ประเทศจึงเกิดปัญหาวิกฤติเงินเฟ้อ (Inflation) จากมาตรการการแก้ไขที่ตนใช้เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำจากโรคระบาด Covid-19 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมอย่างผกผัน (Disruptive innovation) ของ Christensen et al. (2015) คือ เมื่อมีนวัตกรรมใหม่ที่มีคุณภาพมากกว่านวัตกรรมเดิม จะช่วยผลักดันให้นวัตกรรมใหม่เข้ามาทดแทนนวัตกรรมเก่า ในบริบทนี้คือเงินสกุลหลักของแต่ละประเทศ (Fiat) กำลังจะถูกเงินสกุลดิจิทัล (Cryptocurrency) ที่มีประสิทธิภาพมากกว่า สามารถแก้ไขเงินเฟ้อได้ เข้ามาทดแทนเงินสกุลหลักเดิมเป็นต้น

Bitcoin และเหรียญ Cryptocurrency หลาย ๆ เหรียญได้ถูกสร้างขึ้นโดยมีแนวคิดหลักคือ เป็นเงินที่สร้างเพิ่มไม่ได้ มีจำนวนที่จำกัด เป็นต้น เพื่อแก้ไขปัญหาการเงินในปัจจุบันอยู่แล้วจึงทำให้ปัจจัยด้านการเงินจะช่วยผลักดันเทคโนโลยีบล็อกเชนให้มีความแพร่หลายและเติบโตได้มากขึ้นอีกด้วย การใช้เงินสกุลดิจิทัลแทนเงินสกุลหลักทั่วไปในการทำธุรกรรมซื้อ ขายเพลง หรือสินค้าต่างๆ ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถต่อต้านการเฟ้อของเงินได้ ถือเป็นปัจจัยอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชน มีความแพร่หลายมากขึ้นอีกด้วย

3.2 การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้

ก. บันทึกรายละเอียดเพลง และซื้อขายเพลงในรูปแบบ NFT

การเปลี่ยนไฟล์เพลงปกติให้อยู่ในรูปแบบของ NFT ช่วยให้การทำธุรกรรมซื้อขาย ไม่จำเป็นต้องมีตัวกลาง สามารถตรวจสอบประวัติย้อนหลังได้ มีความปลอดภัย ซึ่งธุรกรรมที่ถูกบันทึกไว้บนบล็อกเชนแล้วจะเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขได้ยาก ทั้งยังช่วยให้ศิลปินได้รับส่วนแบ่งค่าลิขสิทธิ์อย่างยุติธรรมอีกด้วย (Chunnapiya, 2022)

ข. การระดมทุน (Crowd funding)

ศิลปินสามารถขอระดมทุนจากแฟนคลับหรือนักลงทุนที่สนใจเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน แฟนคลับกับนักลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ตามที่ศิลปินมอบให้ ศิลปินจึงไม่จำเป็นต้องรอเงินทุนจากค่ายเพลง รวมทั้งผู้ที่ลงทุนกับศิลปินมีสิทธิลงความเห็นเกี่ยวกับแนวทางเพลง แนวทางอัลบั้ม หรือแนวทางในการจัดการแสดงสดได้ด้วยตามแต่ข้อตกลง สอดคล้องกับบทความวิจัยของ Reed (2020) ที่กล่าวถึงศิลปินที่ต้องการขอระดมทุนเพื่อจัดทำอัลบั้ม การแสดงสด เป็นต้น

ค. การนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชน

การนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อใช้ตรวจจับการละเมิดลิขสิทธิ์ หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์บนบล็อกเชนระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) จะสามารถตรวจจับทำให้ผู้ที่ถือลิขสิทธิ์ในตัวเพลง ทำนอง หรือดนตรีอย่างถูกต้อง ได้รับรู้ว่ามีใครละเมิดจากธุรกรรมไหน และผู้ถือลิขสิทธิ์จะได้ทำการจัดการให้ถูกต้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ง. การประยุกต์ใช้สัญญาอัจฉริยะ (Smart contract)

สัญญาอัจฉริยะเป็นกฎเกณฑ์สำคัญที่จะเข้ามาแก้ปัญหา เปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ สัญญาอัจฉริยะจะเข้ามามีบทบาทในการทำข้อตกลงสัญญาต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องโปร่งใส ทั้งข้อตกลงด้านลิขสิทธิ์ สัญญาจ้างงาน รวมถึงการแจกจ่ายเงินให้แก่ศิลปินโดยอัตโนมัติเมื่อมีการสตรีมเพลง เป็นต้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับบทความวิจัยของ Sitonio & Nucciarelli (2018) และ Arcos (2018) ที่กล่าวไว้ว่า สัญญาอัจฉริยะจะมาเป็นตัวกลางที่มีความโปร่งและมีประสิทธิภาพสูง แทนตัวกลางอย่างค่ายเพลง หรือ Streaming platform เป็นต้น มีการเก็บข้อมูลประจำตัวของศิลปิน นักแสดง เป็นต้น เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ให้อยู่ในรูปแบบ NFT จะช่วยป้องกันการสูญหาย ทั้งยังช่วยเรื่องการปลอมแปลงเอกสาร

จ. การเก็บข้อมูลประจำตัวของศิลปิน นักแสดง เป็นต้น เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

การเก็บข้อมูลประจำตัวของศิลปินหรือนักแสดงให้บันทึกอยู่บนบล็อกเชนจะช่วยให้การตรวจสอบความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Efanov and Roschin (2018) เนื่องจากข้อมูลที่ถูกบันทึกไว้ในบล็อกเชนจะเปลี่ยนแปลงแก้ไขได้ยาก มีความโปร่งใสสูง และตรวจสอบได้ (Alharby & Moorsel, 2018)

ฉ. ศิลปินสามารถสร้าง Ecosystem ของตัวเอง

ศิลปินสามารถสร้าง Ecosystem ของตัวเองได้มีประสิทธิภาพมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของ Kim (2019) ที่กล่าวไว้ว่า เทคโนโลยีบล็อกเชนสามารถสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ ให้แก่ศิลปินได้ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ศิลปิน และแฟนคลับมีส่วนร่วมในตัวศิลปินมากขึ้นอีกด้วย

ข. ใช้สัญญาอัจฉริยะ (Smart Contract) ในการแจกจ่ายเงินโดยอัตโนมัติจากการสมัครรับข้อมูลแบบ Subscription การนำสัญญาอัจฉริยะมาใช้ในการแจกจ่ายเงินให้แก่ศิลปินโดยอัตโนมัติจะช่วยลดความซับซ้อนและเพิ่มความโปร่งใสในกระบวนการจ่ายเงินได้ โดยผู้ใช้งานสามารถตรวจสอบได้ว่าการทำงานของ Smart contract เป็นไปตามที่ได้ตกลงไว้อย่างถูกต้องหรือไม่ซึ่งสอดคล้องกับบทความวิจัยของ Zhao and O'Mahony (2018)

ช. การเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชน (Cross chain)

การเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชน (Cross chain) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างศิลปะการแสดงดนตรีกับผู้ป่วยที่ใช้ดนตรีในการบำบัด ในปัจจุบันเครือข่ายบล็อกเชนมีอยู่จำนวนมาก การเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชนจึงช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้เป็นอย่างมาก ไม่จำเป็นต้องสร้างบล็อกใหม่ในแต่ละบล็อกเชน เช่น นาย A นำข้อมูลประวัติส่วนตัวขึ้นบล็อกเชนของ Ethereum เพื่อทำธุรกรรม แต่ปัจจุบันมีบล็อกเชน Cardano ที่การทำธุรกรรมมีความรวดเร็วกว่าบล็อกเชนของ Ethereum นาย A สามารถเชื่อมโยงข้อมูลข้ามบล็อกเชนได้เลย โดยที่ไม่ต้องทำข้อมูลใหม่บนบล็อกเชน Ethereum เป็นต้น

ผู้วิจัยค้นพบแนวทางที่น่าสนใจที่จะช่วยให้ศิลปินสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นและมีแฟนคลับที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย คือ การสร้างสกุลเงินดิจิทัลของตนเองขึ้นมา เพื่อใช้ในการซื้อบัตรเข้าชมการแสดงสด ซื้อสินค้าที่ระลึกของศิลปิน หรือซื้อ NFT ของศิลปิน ในราคาพิเศษ ศิลปินยังสามารถมอบสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ให้แก่แฟนคลับได้ตามข้อกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ อาทิ ผู้ที่ถือ NFT ของศิลปิน สามารถรับผลตอบแทนจากงานแสดงสดของศิลปิน 5% หรือ ศิลปินสามารถแบ่งปันรายได้จากการขายอัลบั้มเพลงให้แก่ผู้ที่ถือ NFT ของตัวศิลปิน เป็นต้น ซึ่งแฟนคลับจะได้รับเหรียญสกุลดิจิทัลของศิลปินได้จากการซื้อขาย ในกระดานซื้อขายเหรียญดิจิทัล หรือ เมื่อฟังเพลงของศิลปิน ครบ 20 ครั้งจะได้รับเหรียญ 1 เหรียญ ตามแต่ศิลปินกำหนดเงื่อนไข เป็นต้น

จากการอภิปรายผลการวิจัยในหลาย ๆ ประเด็นจะมีการสอดคล้องกับงานวิจัยที่ตีพิมพ์ก่อนปี 2018 จะแสดงให้เห็นว่ามีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปประยุกต์ใช้ค่อนข้างน้อยจึงทำให้การเติบโตของเทคโนโลยีบล็อกเชนไปในทิศทางที่ค่อนข้างช้า จึงทำให้ผลการวิจัยในปัจจุบันยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. จากปัญหาในการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีนั้น มีข้อเสนอแนะที่สำคัญต่อภาครัฐในการออกกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชนให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น การเติบโตของเทคโนโลยีบล็อกเชนที่กำลังก้าวหน้า แต่ประเทศไทยยังไม่มีกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งผลต่อความลังเลใจของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่ไม่กล้าจะลงทุนกับเทคโนโลยีนี้ เนื่องจากยังไม่แน่ใจว่าจะมีข้อกำหนดอันใดเกิดขึ้นหรือไม่ในอนาคต และอาจทำให้ผู้ประกอบการจะต้องรื้อระบบหรือต้องลงทุนเพิ่มเติมอีกซึ่งทำให้การประเมินความคุ้มค่าไม่สอดคล้องกับการดำเนินงานจริง
2. ประเด็นปัญหาสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดนตรีที่อาจเกิดขึ้นได้ คือการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นความลับขององค์กรไปสู่สาธารณะได้ อันเป็นผลมาจากประเด็นความโปร่งใสของระบบบล็อกเชน ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงประเภทของบล็อกเชนที่เหมาะสมกับข้อมูลที่ต้องการประสงค์จะใช้บล็อกเชนในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน เช่น การนำไพรเวทบล็อกเชนมาใช้กับข้อมูลที่มีความอ่อนไหว เป็นต้น
3. คุณสมบัติของเทคโนโลยีบล็อกเชน ได้เอื้อประโยชน์ต่อผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมดนตรี ซึ่งในจุดเริ่มต้นอาจมุ่งเน้นไปที่สองประเด็นหลัก ได้แก่ การบริหารลิขสิทธิ์ และการสร้างระบบนิเวศธุรกิจของศิลปิน สำหรับประเด็นด้านการบริหารลิขสิทธิ์นั้น แนะนำให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในการทำสัญญาประเภท Smart contract ซึ่งจะช่วยให้ลดข้อถกเถียงเรื่องการเปลี่ยนแปลงสัญญาว่าจ้าง ตลอดจนสัญญาที่เกี่ยวข้องกับลิขสิทธิ์ได้ทั้งหมด รวมถึงสามารถใช้เทคโนโลยีนี้ในการแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ได้อย่างถูกต้อง เปลี่ยนแปลงได้ยาก การติดตามการใช้ประโยชน์จากลิขสิทธิ์ก็จะมีความแม่นยำยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันสำหรับศิลปินเองนั้นอาจวางแผนสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจดนตรีของตนขึ้นมาอ่านระบบบล็อกเชน ด้วยการซื้อขายงานผ่านรูปแบบ NFT ได้ด้วย
4. ในอนาคตนั้นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน จะได้เห็นโอกาสของการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ โดยการใช้สกุลเงิน Cryptocurrencies ในการแลกเปลี่ยนกันภายในระบบนิเวศทางธุรกิจของตน รวมถึงการใช้ AI เข้ามาช่วยแก้ปัญหาความซับซ้อนของเทคโนโลยีนี้ ที่เป็นผลทำให้การนำระบบบล็อกเชนในประเทศไทยยังคงน้อยอยู่ แม้ภาครัฐและเอกชนจะทราบถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีนี้ก็ตาม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป

1. เมื่อเทคโนโลยีบล็อกเชนมีการนำไปประยุกต์ใช้หลากหลายมากขึ้น งานวิจัยครั้งต่อไปอาจจะทำในรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเน้นศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนไปใช้จริง ซึ่งจะสามารถวัดผลจากปัญหา ข้อจำกัด ความท้าทาย คุณสมบัติ และการนำไปใช้ได้มากขึ้น ในฐานะของผู้ใช้งาน
2. สำหรับการทําวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับเทคโนโลยีบล็อกเชน ควรมุ่งเน้นศึกษาถึงเรื่องกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีบล็อกเชน เพื่อเพิ่มมิติข้อมูลด้านปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้เทคโนโลยีบล็อกเชนเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีที่ถูกตีพิมพ์ในฐานข้อมูลระดับนานาชาติ ในช่วงที่ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยมีอยู่อย่างจำกัด
2. การนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ในอุตสาหกรรมดนตรีมีค่อนข้างน้อยและยังไม่ถูกนำมาใช้อย่างจริงจัง เนื่องจากเทคโนโลยีบล็อกเชนเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ จึงมีผู้รู้ที่เข้าใจทั้งเทคโนโลยีบล็อกเชนและอุตสาหกรรมดนตรีในประเทศไทยจำกัด

เอกสารอ้างอิง

- Alharby, M., & Moorsel, V. A. (2018). The impact of profit uncertainty on miner decisions in blockchain systems. *Electronic Notes in Theoretical Computer Science*, 340, 151-167.
- Arcos, L. C. (2018). The blockchain technology on the music industry. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 15(3), 439-443.
- Atlam, H. F., Alenezi, A., Alassafi, M. O., & Wills, G. (2018). Blockchain with internet of things: Benefits, challenges, and future directions. *International Journal of Intelligent Systems and Applications*, 10(6), 40-48.
- Brand Age Online. (2022, April 21). *Asawin Rojmethawee shows his perspective on "Music Streaming in Thailand can still go further than you think."* Brand Age Online. <https://www.brandage.com/article/30552> [In Thai]
- Caporale, V. (2021, April 10). *Blockchain in Southeast Asia*. The Borgen Project. <https://borgenproject.org/blockchain-in-southeast-asia/>
- Chen, X., Qu, X., Qian, Y., & Zhang, Y. (2022). Music recognition using blockchain technology and deep learning. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-13. Doi: 10.1155/2022/7025338.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2015). What is disruptive innovation? *Harvard Business Review*, 93(12), 44-53.
- Chunnapiya, N. (2022). NFT ART An applied art of technology, the industry of the new normal. *Design Echo Journal*, 3(2), 2-10. [In Thai]
- Coinman. (2021, September 15). *What is Blockchain? The biggest intermediary revolution in history*. Finnomena. <https://www.finnomena.com/coinman/blockchain/> [In Thai]
- Creswell, J. W. (1998). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions*. Sage publications.
- Crosby, M., Pattanayak, P., Verma, S., & Kalyanaraman, V. (2016). Blockchain technology: Beyond bitcoin. *Applied Innovation*, 2(6-10), 6-19.
- De León, I. L., & Gupta, R. (2017). *The impact of digital innovation and blockchain on the music industry*. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/en/impact-digital-innovation-and-blockchain-music-industry>
- Deloitte. (2016). *Blockchain Technology: 9 Benefits & 7 Challenges Disrupting Multiple Industries*. Deloitte Insights.
- Efanov, D., & Roschin, P. (2018). The all-pervasiveness of the blockchain technology. *Procedia computer science*, 123, 116-121.
- Gheorghe, P. N. M., & Soltanisehat, L. (2018). A new structure for the music industry. *FAIMA Business & Management Journal*, 6(3), 51-61.
- Gürfidan, R., & Ersoy, M. (2021). Blockchain-based music wallet for copyright protection in audio files. *Journal of Computer Science & Technology*, 21(1), 11-19.
- Halgamuge, M. N., & Guruge, D. (2022). Fair rewarding mechanism in music industry using smart contracts on public-permissionless blockchain. *Multimedia Tools and Applications*, 81(2), 1523-1544.
- History of bitcoin. (2017). *History of Bitcoin the World's First Decentralized Currency*. History of Bitcoin. <http://historyofbitcoin.org/>

- Hosoi, T., Kim, J., Stainken, D., & Caro, F. (2016, October 12). *Disintermediation in the recorded music supply chain*. The UCLA Anderson Blog. <http://blogs.anderson.ucla.edu/global-supplychain/2015/08/disintermediation-in-the-recorded-music-supply-chain.html>
- Huang, D. C., Liu, L. C., Deng, Y. Y., & Chen, C. L. (2022). A digital media subscription management system combined with blockchain and proxy re-encryption mechanisms. *Symmetry*, 14(10), 2167.
- Idokogi, D. (2021). Decentralizing creativity: A tenable case for blockchain adoption in the entertainment industry. *Rutgers Computer & Technology Law Journal*, 47, 274.
- Industry Research Co. (2023). *Crypto Wallet Market: Trends and Growth Drivers Analysis | 2030*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/crypto-wallet-market-trends-growth-drivers-analysis>
- Inthason, S., & Yusukkee, S. (2022). Non-Fungible Token (NFT) digital asset make money. *Journal of Management Science Review*, 24(1), 173-212. [In Thai]
- Jinwiriya, D. (2019). *Adoption blockchain in procurement process*. [Unpublished master's thesis]. Mahidol University. [In Thai]
- Kim, K. C. H. (2019). The impact of blockchain technology on the music industry. *International journal of advanced smart convergence*, 8(1), 196-203.
- Kumar, N. M., & Mallick, P. K. (2018). Blockchain technology for security issues and challenges in IoT. *Procedia computer science*, 132, 1815-1823.
- Li, N. (2022). Combination of blockchain and AI for music intellectual property protection. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-8.
- Merchant, M. (2022). *An overview of the cryptocurrency regulations in Switzerland*. Cointelegraph. <https://cointelegraph.com/learn/an-overview-of-the-cryptocurrency-regulations-in-switzerland>
- Minaev, A., & Ivanov, I. (2022, January 3). *91+ Blockchain Statistics: Understand Blockchain in 2021*. Techjury. <https://techjury.net/blog/blockchain-statistics/>
- Muenratch, T. (2022). Blockchain technology that will transform the music industry. *Music Journal*, 27(6), 52-57. [In Thai]
- Nilchinda, K. (2017). *Consumer protection over contract relating to blockchain*. [Unpublished master's thesis]. Assumption University. [In Thai]
- Notabene. (2020, January 28). *Crypto Travel Rule in Singapore by the Monetary Authority of Singapore (MAS)*. Notabene. <https://notabene.id/world/singapore>
- O'Dair, M., & Owen, R. (2019). Financing new creative enterprise through blockchain technology: Opportunities and policy implications. *Strategic Change*, 28(1), 9-17.
- Owen, R., & O'Dair, M. (2020). How blockchain technology can monetize new music ventures: an examination of new business models. *The Journal of Risk Finance*, 21(4), 333-353.
- Paradon, E. (2021, May 5) *Youngohm, a famous Thai rapper, releases a new piece that sparks the NFT trend*. Beartai. <https://www.beartai.com/news/it-thai-news/618119> [In Thai]
- Patrickson, B. (2021). What do blockchain technologies imply for digital creative industries? *Creativity and Innovation Management*, 30(3), 585-595.
- Paul, C., Teddy, A., Jessica, G., Michel, M., & Aaron, S. (2021a) *Blockchain + the Music Industry Succeeding Where the GRD Failed*. *Blockchain + the Music Industry*. <https://theblockchaintest.com/uploads/resources/na%20-%20Blockchain%20+%20the%20Music%20Industry%20-%20na.pdf>

- Paul, P., Aithal, P. S., Saavedra, R., & Ghosh, S. (2021b). Blockchain technology and its types—A short review. *International Journal of Applied Science and Engineering (IJASE)*, 9(2), 189-200.
- Qureshi, A., & Megías Jiménez, D. (2020). Blockchain-based multimedia content protection: Review and open challenges. *Applied Sciences*, 11(1), 1.
- Reed, J. (2020). *The Supply Chain of Digital Music: Empowering Independent Artists Through Availability and Accessibility* [Senior Theses]. University of South Carolina https://scholarcommons.sc.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1384&context=senior_theses
- Sabbagh, C. R. (2019). Envisioning a compulsory-licensing system for digital samples through emergent technologies. *Duke Law Journal*, 69, 231.
- Sattaya-aphitan, T. (2018, August 28). *Review your knowledge about Blockchain*. Medium. <https://drtan.medium.com/blockchain-3691dded54a3> [In Thai]
- Scott, J. (2006). Social research and documentary sources. *Documentary research*, 1, 23-79.
- Shang, Y. (2022). A comprehensive evaluation method for the effectiveness of public health-oriented music performance art based on blockchain technology. *Journal of Environmental & Public Health*, 2022, 1-10.
- Sitonio, C., & Nucciarelli, A. (2018). The Impact of Blockchain on the Music Industry, 29th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS): "Towards a Digital Future: Turning Technology into Markets?". International Telecommunications Society (ITS), Calgary.
- Suknunttee, W. (2020, December 7). *Blockchain History and Evolution*. Medium. <https://medium.com/bitkub/blockchain-history-4715c886bf78> [In Thai]
- TCDC Connect. (2020, June 18). *Music Industry 101 What is the music industry like?* Creativethailand. https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=32473#musicIndustry [In Thai]
- Techsauce Team. (2016, December 16). *Blockchain kickstarts the music industry with case studies*. Techsauce. <https://techsauce.co/tech-and-biz/how-blockchain-can-disrupt-the-music-industry-2> [In Thai]
- Torbensen, A., & Ciriello, R. (2019). Tuning into blockchain: Challenges and opportunities of blockchain-based music platforms. *Twenty-Seventh European Conference on Information Systems (ECIS2019)*, Stockholm-Uppsala, Sweden.
- Wang, N., Xu, H., Xu, F., & Cheng, L. (2021). The algorithmic composition for music copyright protection under deep learning and blockchain. *Applied Soft Computing*, 112, 107763.
- Wichaidit, C. (2020). Blockchain & E-commerce current trends and progress. *Trade Policy and Strategy Office Journal*, 10(105), 3. [In Thai]
- Wikström, P. (2020). *The music industry: Music in the cloud*. John Wiley & Sons.
- Zhang, Y. (2022). Increasing cyber defense in the music education sector using blockchain zero-Knowledge proof identification. *Computational Intelligence and Neuroscience*, 2022, 1-7.
- Zhao, B., Fang, L., Zhang, H., Ge, C., Meng, W., Liu, L., & Su, C. (2019). Y-DWMS: A digital watermark management system based on smart contracts. *Sensors*, 19(14), 3091.
- Zhao, S., & O'Mahony, D. (2018). Bmcprotector: A blockchain and smart contract-based application for music copyright protection. In *Proceedings of the 2018 International Conference on Blockchain Technology and Application* (pp. 1-5). <https://doi.org/10.1145/3301403.3301404>

อิทธิพลของแรงจูงใจต่อความพึงพอใจในงาน ของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในประเทศไทย

The influence of motivation on job satisfaction of educational personnel Private universities in Thailand

ดร. พิเชษฐ์ มุสิกะโปดก

ผู้ช่วยอธิการบดี

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย

Dr. Pichet Musikapodok

Assistant to the president

Mahamakut Buddhist University

E-mail: pichmus2456@gmail.com ; Ph: 086-963-5555

วันที่ได้รับบทความ : 12 ธันวาคม 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ:

ครั้งที่ 1 : 31 ธันวาคม 2566

ครั้งที่ 2 : 10 มกราคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 มกราคม 2567

ดร.นณันท์ สุริยมณี

รองศาสตราจารย์

นักวิชาการอิสระ

Dr. Naranan Surinamese

Associate Professor

Independent Scholar

E-mail: naranan.sur@gmail.com ; Ph: 095-958-4024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยแรงจูงใจ และความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา และ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย กำหนดกลุ่มตัวอย่างบุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย จำนวน 378 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตาตามสัดส่วนของประชากร ได้กลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 220 คน และบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 158 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 220 คน และบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 158 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่ หรืออาจารย์ประจำ ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านปัจจัยค่าจ้างโดยเรียงลำดับดังนี้ ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน และเงินเดือน สิ่งตอบแทน และความคิดเห็นด้านปัจจัยจูงใจเรียงลำดับได้ดังนี้ ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ และความสำเร็จในงาน และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในด้านปัจจัยค่าจ้าง และด้านปัจจัยจูงใจ มีอิทธิพลทางบวกและสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ได้ร้อยละ 69.8 โดยปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 55.7 และในด้านปัจจัยค่าจ้าง มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน โดยสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 29.7 ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์สำหรับของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ในประเทศไทยที่จะนำผลไปใช้ในการเสริมสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานในอนาคต

คำสำคัญ: แรงจูงใจ ความพึงพอใจในงาน บุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน

Abstract

The objectives of this study were to: 1. study the levels of motivational factors and satisfaction factors of educational personnel private universities in Thailand, and 2. study the influence of motivation on job satisfaction of educational personnel private universities in Thailand. This research was the quantitative research and used a questionnaire set as the principal data collection instrument. The sample size of 378 individuals affiliated with private universities in Thailand was determined through quota sampling based on population proportionality. The resultant sample consisted of 220 support personnel and 158 academic personnel. Data analysis by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The findings of the investigation revealed that 220 support personnel and 158 academic personnel, predominantly comprising males aged between 31 and 40, earning incomes within the range of 15,000 to 20,000 baht. The majority held positions as officers or full-time lecturers. Participants' perspectives on sustaining factors influencing motivation were ranked as follows: personal life, working conditions, job security, salary, and compensation. Meanwhile, opinions on motivating factors were structured in the following order: advancement, recognition, respect, and success in work. The finding indicated that both sustaining and motivating factors exhibited a positive influence, collectively explaining 69.8% of the variance in job satisfaction among educational personnel in private universities. Specifically, motivating factors positively impacted job satisfaction, elucidating 55.7% of the variance, while supporting factors demonstrated a positive influence, explaining 29.7% of the change in job satisfaction among educational personnel at private universities. The result of this research can be the benefit for applying through motivation and satisfaction of educational personnel private universities in Thailand in the future.

Keywords: Motivation, Job Satisfaction, Educational personnel, Private University

บทนำ

มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทยถูกท้าทายจากสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในปัจจุบัน จากจำนวนสถาบันและหลักสูตรที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีเพิ่มขึ้น ซึ่งสวนทางกับแนวโน้มจำนวนเด็กที่เข้าสู่ระดับอุดมศึกษาที่ลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่อง และค่านิยมทางการศึกษาที่เปลี่ยนไปโดยให้ความสำคัญกับใบปริญญาน้อยลง (Bunyanuwat, 2018) จึงเป็นเรื่องที่จะต้องตระหนักและเตรียมความพร้อมในการปรับตัวหรือพัฒนาเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยในภาพรวม สำหรับมหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้รับการยอมรับน้อยกว่ามหาวิทยาลัยรัฐ ต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการดำเนินการ แนวคิดการบริหารงาน และยุทธศาสตร์ในการวางแผนพัฒนาเพื่อดึงดูดผู้เรียนเข้ามายังสถาบัน (Bunrat, 2015; Dailynews, 2022) การคงอยู่ของมหาวิทยาลัยเอกชนจึงต้องปรับตัวโดยคำนึงถึงปัจจัยที่ช่วยรักษาหรือเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันที่สำคัญ คือ การมีบุคลากรที่สามารถดำเนินงานตามกลยุทธ์ การพัฒนาบุคลากรที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมาย และการกระตุ้นให้แสดงศักยภาพอย่างเหมาะสม (Mingsopa & Chansom, 2021) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยเอกชนยังต้องเผชิญความท้าทายในด้านปัญหาความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ด้านการจัดสรรผลประโยชน์ ความเหมาะสมของรายได้และการสร้างกำลังใจในการทำงาน และประเด็นสำคัญคือการขาดแคลนอาจารย์ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน รวมถึงการลาออกของบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งเป็นประเด็นความท้าทายที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานมหาวิทยาลัย (Thongsawat et al., 2019) เพื่อหาแนวทางการในแก้ปัญหาเหล่านี้จึงต้องหาเครื่องมือในการบริหารงานและการจูงใจ เพื่อแก้ไขปัญหาอย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ เพราะบุคลากรทางการศึกษามีส่วนสำคัญในการนำนโยบายต่างๆของมหาวิทยาลัยไปสู่การปฏิบัติให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี บรรลุตรงตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัยและทันระยะเวลาที่กำหนด (Unlamai & Chienwatanasuk, 2019) ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องให้การสนับสนุนสิ่งทีบุคลากรมีความต้องการในการปฏิบัติงาน และคอยกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานให้ทำผลงานให้ออกมาอย่างดีที่สุด เพื่อให้ได้คุณภาพงานเป็นที่ยอมรับ การที่บุคลากรจะปฏิบัติงานได้นั้นย่อมแตกต่างกันไปแม้ว่าจะมีความสามารถใกล้เคียงกันและอยู่ภายในสภาพแวดล้อมเดียวกัน ดังนั้นจึงต้องกระตุ้นการปฏิบัติงานและสร้างสภาพแวดล้อมทางกายรวมไปถึงบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานอย่างเหมาะสม (Praphudtham, 2020)

ปัจจุบันการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ความสำคัญกับแนวคิดในด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ทักษะ ความรู้ความสามารถ รวมถึงแรงจูงใจและทัศนคติในการปฏิบัติงาน เมื่อองค์กรให้ความสำคัญและลงทุนในทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสมจะสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ (Edvinsson & Malone, 1997) โดยเฉพาะการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เพราะเมื่อบุคลากรมีแรงจูงใจจะทำให้มีความตั้งใจในการทำงาน มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการทำงาน มีความอดทนต่อสภาวะกดดันจากสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี และลดปัญหาขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในการปฏิบัติงาน (Ariyasal, 2018) การสร้างแรงจูงใจนั้นมุ่งหวังให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ด้วยการทำตามความคาดหวังหรือทำให้เกิดความพึงพอใจ ถ้าหากกล่าวถึงการจูงใจในการทำงานที่ประสบผลสำเร็จต้องสร้างให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจในงานที่ทำ (Jumnongprakone, 2018) ซึ่งจะนำมาซึ่งการปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ หากองค์กรมีการสนับสนุนเพียงพอสตามความต้องการของบุคลากร จะเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวให้บุคลากรมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และจะสามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สร้างความมั่นคงในชีวิตให้กับบุคลากร และช่วยเพิ่มกำลังใจในปฏิบัติงาน (Lamoonsilp & Yeesunted, 2019)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของสถาบันการศึกษาในประเทศไทย มหาวิทยาลัยเอกชนย่อมเผชิญกับความท้าทายที่มากกว่ามหาวิทยาลัยของรัฐในหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลากรที่มีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนนโยบายต่างๆของมหาวิทยาลัยเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการแข่งขัน ซึ่งการที่บุคลากรจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถนั้นต้องอาศัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และเมื่อได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังแล้วบุคลากรจึงเกิดความพึงพอใจในการทำงานที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นเหตุผลหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถนำไปสู่การเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันได้ (Rucharoenpornpanich & Luengalongkot, 2020) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมและพัฒนากการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน และความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

การจูงใจ คือการกระตุ้นสภาวะภายในให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Mowen & Minor, 1998) โดยอาศัยแรงกระตุ้น หรือแรงผลักดัน ผ่านตัวกระตุ้นที่เป็นปัจจัยหรือสิ่งต่างๆที่เข้ามากระตุ้นชักนำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่คาดหวัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดันนั้นเรียกว่า แรงจูงใจ ซึ่งมีความสำคัญต่อการบริหารงานให้สำเร็จผ่านการทำงานของผู้อื่น (Jumnonongprakone, 2018) หลักสำคัญของการจูงใจให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำให้เกิดความพึงพอใจหรือตอบสนองความต้องการที่บุคคลคาดหวัง การทำให้เกิดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้โดยใช้สิ่งล่อใจหรือสิ่งจูงใจ (Incentive) เพื่อเป็นเป้าหมายให้บุคคลในองค์กรแสวงหา สิ่งจูงใจหรือเป้าหมายอาจเป็นไปในทางบวก เช่น การยกย่องชมเชย การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การขึ้นเงินเดือน หรืออาจเป็นเป้าหมายในทางลบ เช่น การว่ากล่าวตักเตือน การลงโทษอื่นๆ (Autthamana, 2007) เมื่อนำการจูงใจมาใช้ในการปฏิบัติงานหรือการบริหารงาน โดยสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เกิดการขับเคลื่อน ผลักดันจากทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้พนักงานแสดงพฤติกรรมในการทำงานตามเป้าหมาย นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กร (Dubrin & Ireland, 1993; Newstrom & Davis, 2007)

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจนั้นได้รับการสนับสนุนจากทฤษฎีแรงจูงใจ โดยเฉพาะทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (Maslow's Theory of Growth Motivation) ที่แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ลำดับ โดยเรียงจากต่ำสุดไปสูงสุด ตั้งแต่ 1) ความต้องการพื้นฐานด้านร่างกาย (Physiological Needs) คือความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ปัจจัย 4 2) ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต (Security or Safety) เป็นความปลอดภัยทางด้านร่างกายจากอันตรายต่างๆ ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ หน้าที่การงาน 3) ความต้องการการยอมรับหรือผูกพัน (Affiliation or Acceptance Needs) ความต้องการการยอมรับจากผู้อื่นรอบข้าง มิตรภาพ การยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน 4) ความต้องการได้รับการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่อง ความพอใจในอำนาจ ความภาคภูมิใจ และความเชื่อมั่นในตนเอง และ 5) ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการในระดับสูงสุดที่ต้องการประสบความสำเร็จในชีวิตตามเป้าหมายของตนเองที่พึงกระทำได้ (Maslow, 1970; Choochom, 2012)

นอกจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow แล้วยังมีทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ซึ่งได้สรุปว่าความพอใจในงานหรือความไม่พอใจในงานไม่ได้เกิดจากสาเหตุปัจจัยในกลุ่มเดียวกัน แต่มาจากเหตุปัจจัยที่แตกต่างกัน 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) โดยปัจจัยจูงใจนั้นเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างทัศนคติเชิงบวกในการปฏิบัติงาน และมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจ ประกอบด้วย ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า ในส่วนของปัจจัยค้ำจุน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจและช่วยให้บุคคลยังคงปฏิบัติงานได้ แต่ไม่สามารถจูงใจได้แต่อย่างใด ประกอบด้วย นโยบายขององค์กร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงาน เงินเดือน ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในงาน โดยสรุปแล้วจากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ทั้ง 2 ปัจจัยล้วนเป็นสิ่งที่บุคคลต้องการ แต่การได้รับการตอบสนองด้านปัจจัยค้ำจุนเพียงด้านเดียวช่วยลดความไม่พึงพอใจลงได้ แต่ไม่อาจทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดได้ ดังนั้นองค์กรควรตอบสนองในปัจจัยจูงใจเพื่อให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการทำงาน เกิดความพึงพอใจและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (Herzberg, 1959; Mahaphasuthanon, 2004; Thitiworakarnkul, 2016)

หากเปรียบเทียบทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow กับ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg จะพบว่าทั้งสองทฤษฎีมีความคล้ายคลึงกัน โดยสามารถจัดกลุ่มทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ในลำดับที่ 1-3 ได้แก่ 1) ความต้องการพื้นฐานด้านร่างกาย 2) ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต 3) ความต้องการการยอมรับหรือผูกพัน ทั้งสามลำดับสามารถจัดอยู่ในกลุ่ม ปัจจัยต่ำๆ ตามทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg และ ความต้องการได้รับการยกย่อง และความต้องการความสำเร็จในชีวิต สามารถจัดอยู่ในกลุ่ม ปัจจัยสูงใจ (Viriyaphan, 2003)

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาแรงจูงใจในฐานะปัจจัยที่กระตุ้นบุคคลให้แสดงพฤติกรรมที่คาดหวังด้วยการตอบสนองความต้องการที่คาดหวังเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ โดยเลือกใช้ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg มาเป็นปัจจัยหลักในการศึกษาแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วยปัจจัยต่ำๆ ได้แก่ ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว ความมั่นคงในงาน สภาพการทำงาน เงินเดือน และสิ่งตอบแทน ปัจจัยสูงใจ ได้แก่ ความสำเร็จในงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ความก้าวหน้า

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน

ความพึงพอใจในงานเกี่ยวข้องกับความรู้สึก สภาวะอารมณ์ ทศนคติในทางบวกหรือความพอใจของบุคคลที่มีต่องานและผลตอบแทนที่ได้รับ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต (Locke, 1976; Leap & Crino, 1993) โดยความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลนั้นเกิดขึ้นเมื่อได้รับสิ่งต่างๆตามความคาดหวัง หรือเกินกว่าสิ่งที่คาดหวัง ความพึงพอใจในงานจึงเป็นความรู้สึกเชิงบวกต่องานที่ทำหรือการทำความด้วยใจ โดยสาเหตุของความพึงพอใจเกิดจากรางวัลหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำงานนั้นๆ (Thongplae, 2011) รวมถึงองค์ประกอบต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อมในการทำงาน โอกาสเลื่อนตำแหน่ง หัวหน้างาน และเพื่อนร่วมงาน ที่สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านอารมณ์ แล้วจึงตัดสินใจว่าพึงพอใจในงานนั้นหรือไม่ (Luthans, 2005; Sunarsi, 2019) เมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว จะนำไปสู่ความรู้สึกกระตือรือร้น มีขวัญและกำลังใจ เสียสละทุ่มเทให้กับการทำงาน ซึ่งจะมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในองค์การส่งผลต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ (Phutachot, 2013) ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าความพึงพอใจในงานคือความรู้สึกในเชิงบวกของบุคคลที่มีต่องาน และสิ่งที่ได้รับจากการทำงาน ทั้งผลตอบแทน สภาพแวดล้อมการทำงาน เพื่อนร่วมงาน โอกาสในการก้าวหน้า ซึ่งความพึงพอใจในงานนั้นมีผลต่อพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

ความพึงพอใจในการทำงานของบุคคลนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นโดยองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง การเกิดขึ้นต้องอาศัยหลากหลายองค์ประกอบร่วมกันเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในงานที่ทำได้ ซึ่งประกอบด้วย (Gillmore & Hoffman, 1997)

1. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) เกี่ยวข้องกับที่บุคคลได้รับความมั่นคงในการทำงาน ได้รับความเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชา
2. โอกาสก้าวหน้าในงาน (Opportunity for Advancement) คือ การที่บุคคลได้รับโอกาสเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งที่สูงขึ้น นำไปสู่โอกาสในการได้รับสิ่งตอบแทนจากความสามารถในการทำงานที่ได้รับมอบหมาย
3. สถานที่ทำงานและการจัดการ (Company and Management) คือ ความพึงพอใจในสถานที่ทำงาน หรือชื่อเสียงขององค์กร การดำเนินงานและการบริหารจัดการขององค์กร
4. ค่าจ้าง (Wage) คือ ค่าตอบแทน เงินเดือน เป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีพซึ่งบุคคลมุ่งหวังที่จะได้รับจากการทำงาน ความพึงพอใจในค่าจ้างจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกสมเหตุสมผลในสิ่งตอบแทนที่ได้รับเมื่อเทียบกับงานที่ได้รับมอบหมาย
5. ลักษณะงานที่ทำ (Intrinsic Spec of the Job) คือความพึงพอใจที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้ทำงานที่ตรงกับความต้องการและความถนัดของตนเอง
6. การบังคับบัญชา (Commanding) คือการเกิดความพึงพอใจในงาน เมื่อมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา โดยผู้บังคับบัญชานั้นอาจใช้ เทคนิค วิธีการและความสามารถในการบังคับบัญชา
7. ลักษณะทางสังคม (Social Aspect of the Job) ส่งผลให้บุคคลเกิดความพึงพอใจในงานเมื่อผู้ปฏิบัติงานสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่น ทั้งเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ได้อย่างมีความสุข
8. การคมนาคมและการสื่อสาร (Communication) เกี่ยวข้องกับสภาพลักษณะของการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานที่ดี ช่วยให้ทุกคนในทีมงานเข้าใจกระบวนการทำงาน การสั่งการ การประสานงาน ซึ่งที่มีส่วนช่วยให้การปฏิบัติงานสำเร็จ ช่วยให้เกิดความพึงพอใจต่อการทำงานได้

9. สภาพการทำงาน (Working Condition) เกี่ยวข้องกับสภาวะแวดล้อมในการทำงาน เช่น แสง เสียง ให้อากาศ และชั่วโมงการทำงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยให้เกิดความพึงพอใจในงานมากน้อยต่างกันได้

10. ประโยชน์เกื้อกูลหรือสิ่งตอบแทนต่างๆ (Benefit) ที่นอกเหนือจากค่าตอบแทนหลักที่ได้รับ เช่น เงินบำเหน็จตอบแทนเมื่อออกจากงาน ค่ารักษาพยาบาล สวัสดิการ และที่อยู่อาศัย ปัจจัยเหล่านี้มีส่วนให้เกิดความพึงพอใจในงานได้

โดยสรุปแล้วความพึงพอใจในงานนั้นสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ในองค์กร ผ่านองค์ประกอบและวิธีการที่เหมาะสมอยู่ เช่น จ่ายค่าจ้างทุกคนอย่างเป็นธรรม ปรับปรุงคุณภาพการบังคับบัญชา กระจายอำนาจการควบคุมในองค์กร มอบหมายงานให้สอดคล้องกับความสนใจของพนักงาน และมอบหน้าที่การทำงานที่มั่นคงและมีโอกาสในการเจริญก้าวหน้า โดยต้องอยู่บนพื้นฐานความเท่าเทียมกันและไม่เกิดความลำเอียง ซึ่งจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้กับทุกคนภายในองค์กร ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดปัจจัยย่อยในการวัดความพึงพอใจได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย สภาพการทำงาน ประโยชน์เกื้อกูล โอกาสก้าวหน้า ลักษณะทางสังคม การบังคับบัญชา และลักษณะงานที่ทำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของ Chaiphanphong (2020) ได้ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดพะเยา โดยใช้แนวคิดแรงจูงใจของ Herzberg เป็นตัวแปรต้น ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจ และด้านปัจจัยค้ำจุน มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยในด้านปัจจัยจูงใจในด้านลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้า และด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยค้ำจุนในด้านนโยบายและการบริหาร ด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาผู้ใต้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ด้านสภาพการทำงาน และ ด้านสถานะทางอาชีพ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดพะเยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจ และการศึกษาของ Thapunkeaw (2022) เรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สกลนคร สรุปผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู ประกอบด้วย 5 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ นโยบายและการบริหาร ความรับผิดชอบ เงินเดือนและค่าตอบแทน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสัมพันธภาพกับบุคลากรในองค์กร และการศึกษาแรงจูงใจของข้าราชการและพนักงานจ้างในการบริหารงานของ ผู้บริหารท้องถิ่นองค์การบริหารส่วนตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัด สมุทรปราการ (Prachuamoh et al., 2021) สรุปว่า ข้าราชการ และพนักงานจ้างพึงพอใจที่องค์กรมีการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรใน หน่วยงาน และผู้บริหารให้ความสำคัญแก่การจัดทำนโยบายและมาตรการการสร้างขวัญ กำลังใจในการทำงานให้แก่บุคลากร รวมทั้งสนับสนุนให้บุคลากร ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับทฤษฎี 2 ปัจจัยของเฮิร์ซเบิร์ก Herzberg

ในด้านการศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจกับความพึงพอใจในการทำงานนั้นมีการศึกษาของ Chotikul and Boonruang (2017) ได้ศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงานของพนักงานเทศบาลเมืองสะเดา พบว่าปัจจัยจูงใจด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ลักษณะงานในความรับผิดชอบ นโยบายและ การสื่อสาร สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความก้าวหน้าในอาชีพและความมั่นคง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงาน เรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ และการศึกษาของ Haryono and Sulisty (2020) แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงาน โดยได้อภิปรายเพิ่มเติมว่าหากบริษัทตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน ให้ความสำคัญกับความสามารถและทักษะ และโอกาสในการก้าวหน้าและพัฒนา พนักงานจะรู้สึกพึงพอใจในการทำงาน เมื่อพนักงานรู้สึกพึงพอใจจะทำงานได้อย่างเหมาะสมที่สุดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของตนเอง ความต้องการที่พนักงานคาดหวังคือมิติของแรงจูงใจในการทำงานเพื่อปรับปรุงความพึงพอใจในงาน นอกจากนั้นยังมีผลการศึกษาของ Basalamah and As'ad (2021) ที่ระบุว่าแรงจูงใจมีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจในงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนในเมืองมาเก๊า โดยเฉพาะ แรงจูงใจทางการเงินสามารถกระตุ้นให้บุคลากรทำงานได้ และสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนในเมืองมาเก๊า และการศึกษาของ Sawetbuppa and Sato (2023) ได้ศึกษาความพึงพอใจ

ในการปฏิบัติงานและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารออมสินในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน แสดงให้เห็นว่าด้านความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานด้านนโยบายและการบริหาร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Frederick Herzberg โดยศึกษาวิธีการจูงใจในการทำงานและสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานพบว่า บุคลากรจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่ใช้จูงใจ (Motivational Factors) และปัจจัยที่ต้องรักษาไว้ (Hygiene Factors) ปัจจัยที่ใช้จูงใจซึ่งเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การจูงใจในการทำงานและทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction) โดยใช้การจูงใจหรือกระตุ้นบุคลากรให้ใช้ความพยายามและความสามารถทุ่มเทให้กับการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น

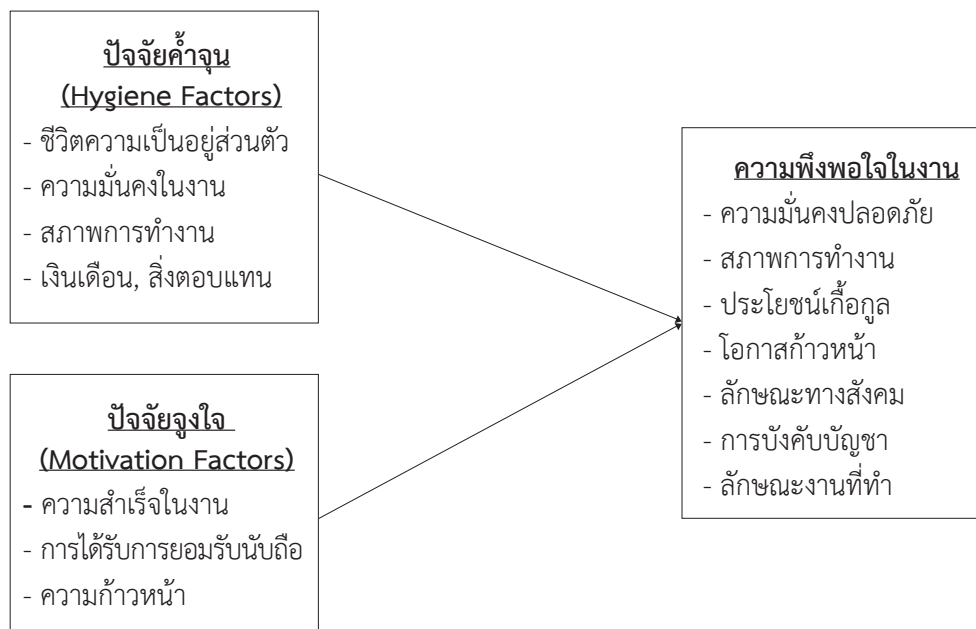
สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงอิทธิพลของแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยก่อนหน้านี้พบว่า แรงจูงใจนั้นมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงาน โดยสาเหตุที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่ใช้จูงใจ (Motivational Factors) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) ตามทฤษฎี 2 ปัจจัยของ Frederick Herzberg (Chotikul & Boonruang, 2017; HARYONO & Sulisty, 2020; Basalamah & As'ad, 2021; Sawetbuppa & Sato, 2023) ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานในการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยแรงจูงใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2: ปัจจัยค้ำจุนมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัยอิทธิพลของแรงจูงใจ ต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บตัวอย่างจากบุคลากรทางการศึกษาในสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่กำหนดในการวิจัย คือ บุคลากรในสังกัดมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย ประกอบด้วยสายวิชาการ จำนวน 11,031 คน และสายสนับสนุน จำนวน 7,896 คน รวม 18,927 คน (MHESI Open Data, 2023) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970) กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนของประชากร (Proportional Stratified Random) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 220 คน (ร้อยละ 58.20) และบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 158 คน (ร้อยละ 41.80)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) รวมจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน จำนวน 7 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 เป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ด้วยวิธี Likert Scale 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด (Likert, 2017) ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Concordance: IOC) โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าสูงกว่า 0.60 ทุกข้อ (Sireci & Faulkner-Bond, 2014) และทำการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 ราย ข้อคำถามในส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจ ได้ค่าเท่ากับ 0.985 และในข้อคำถามส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงาน มีค่าเท่ากับ 0.944 ซึ่งทั้ง 2 ส่วนมีค่ามากกว่า 0.70 อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Pallant, 2016)

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามได้ครบถ้วนตามจำนวนที่กำหนด และได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยของปัจจัยแรงจูงใจ และระดับความพึงพอใจในงาน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (Srisaard, 2017)

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยงานที่มีต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นบุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 220 คน และบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 158 คน เป็นไปตามสัดส่วนที่กำหนดในการเลือกตัวอย่าง โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 59) มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี (ร้อยละ 55.8) มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 55.8) และส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่หรืออาจารย์ประจำ (ร้อยละ 49.2)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยแรงจูงใจของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

ปัจจัยแรงจูงใจของบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ปัจจัยค่าจ้าง	4.51	0.712	มากที่สุด
เงินเดือน, สิ่งตอบแทน	4.46	0.683	มากที่สุด
ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว	4.56	0.717	มากที่สุด
ความมั่นคงในงาน	4.49	0.818	มากที่สุด
สภาพการทำงาน	4.51	0.750	มากที่สุด
ปัจจัยจูงใจ	4.46	0.730	มากที่สุด
การได้รับการยอมรับนับถือ	4.46	0.811	มากที่สุด
ความสำเร็จในงาน	4.41	0.715	มากที่สุด
ความก้าวหน้า	4.52	0.744	มากที่สุด
รวม	4.49	0.704	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแรงจูงใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49 เมื่อพิจารณาแยกรายด้านพบว่า มีความคิดเห็นด้านปัจจัยค่าจ้างในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 โดยเรียงลำดับดังนี้ ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน และเงินเดือน, สิ่งตอบแทน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ ในด้านปัจจัยจูงใจมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.46 โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ และความสำเร็จในงาน อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน
 ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการ
 ศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

ความพึงพอใจในงานของบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความมั่นคงปลอดภัย	4.51	0.812	มากที่สุด
ลักษณะงานที่ทำ	4.11	0.827	มาก
สภาพการทำงาน	4.51	0.818	มากที่สุด
ประโยชน์เกื้อกูลหรือสิ่งตอบแทน	4.45	0.858	มากที่สุด
การบังคับบัญชา	4.13	0.712	มาก
ลักษณะทางสังคม	4.15	0.768	มาก
โอกาสก้าวหน้า	4.20	0.743	มาก
รวม	4.29	0.693	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในงานในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.29 โดยมีความพึงพอใจใน ด้าน ความมั่นคงปลอดภัย สภาพการทำงาน และประโยชน์เกื้อกูลหรือสิ่งตอบแทนในระดับมากที่สุดเรียงตามลำดับ และพึงพอใจ ในด้านโอกาสก้าวหน้า ลักษณะทางสังคม การบังคับบัญชา และลักษณะงานที่ทำ ในระดับมาก ตามลำดับ

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน

การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กำหนดระดับ ความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และจากการทดสอบความแปรปรวนหลายตัวแปร (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า ทุกตัวแปรมีค่า VIF ไม่เกิน 10 และการทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อนด้วยค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.801 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 2 แสดงว่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Hair et al., 2010) ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงเกินไป (Multicollinearity) สำหรับผลการศึกษาคือดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษา มหาวิทยาลัยเอกชน

ปัจจัยแรงจูงใจ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.626	0.127		4.933	0.000
ปัจจัยค่าจ้าง	0.290	0.066	0.297	4.398	0.000
ปัจจัยจูงใจ	0.529	0.064	0.557	8.249	0.000

*Sig. < 0.05, F-test = 437.405, $R^2 = 0.700$, Adjust $R^2 = 0.698$

จากผลการทดสอบสมมติฐานผลดังตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในด้านปัจจัยค่าจ้าง และปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลทางบวก และสามารถร่วมกันอธิบายการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ได้ร้อยละ 69.8 (Adjust $R^2 = 0.698$)

เมื่อพิจารณาสมมติฐานรายข้อ พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยจิตใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า ค่า Sig = 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 โดยปัจจัยจิตใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 55.7 (Beta = 0.557) ในขณะที่ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยค่าจ้างมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า ค่า Sig = 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 2 โดยปัจจัยค่าจ้างมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน โดยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 29.7 (Beta = 0.297) โดยสามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\text{ความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน} = 0.626 + 0.290 * (\text{ปัจจัยค่าจ้าง}) + 0.529 * (\text{ปัจจัยจิตใจ})$$

อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจ ต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน สามารถนำผลการวิจัยมาทำการอภิปรายผลได้ ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน สามารถเรียงลำดับปัจจัยค่าจ้างตามลำดับความคิดเห็นของบุคลากรประกอบด้วย ชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว สภาพการทำงาน ความมั่นคงในการทำงาน และเงินเดือนหรือสิ่งตอบแทน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน ให้ความสำคัญกับชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวเป็นเรื่องหลัก ซึ่งชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวนั้น อาจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว การได้อยู่ใกล้ครอบครัว รวมถึงให้ความสำคัญกับสภาพการทำงาน เช่น สภาพทางกายภาพของสถานที่ทำงาน ชั่วโมงการทำงาน อุปกรณ์ เครื่องมือ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Charutawephonnukoon et al. (2020) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าจ้างในด้านความมั่นคงในการทำงาน ด้านชีวิตส่วนตัว แต่แตกต่างจากผลการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา สกลนคร ที่พบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูประกอบด้วยนโยบายและการบริหาร ความรับผิดชอบ เงินเดือนและค่าตอบแทน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และสัมพันธภาพกับบุคลากรในองค์กร (Thapunkeaw, 2022) สาเหตุที่แตกต่างกันอาจมาจากลักษณะขององค์กร และนโยบายการบริหารงานที่ต่างกัน ดังนั้นในการออกแบบปัจจัยค่าจ้างให้ตอบสนองความต้องการของบุคลากรทางการศึกษา ของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้นควรให้ความสำคัญกับการให้บุคลากรสามารถออกแบบชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวของตนเอง มีช่องว่างที่เหมาะสมระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว รวมถึงการจัดสภาพการทำงานที่เหมาะสมเพื่อให้บุคลากรเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการทำงาน แต่ก็ไม่ควรละเลยปัจจัยด้านเงินเดือนหรือสิ่งตอบแทนในด้านผลการศึกษา ปัจจัยจิตใจสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นของบุคลากรประกอบด้วย ความก้าวหน้า การได้รับการยอมรับนับถือ และความสำเร็จในงาน สะท้อนให้เห็นว่าบุคลากรนั้นให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในการทำงานเป็นหลัก ใกล้เคียงกับการศึกษาของ Chaiphanphong (2020) ที่พบว่า ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานประกอบด้วย ลักษณะงาน ด้านความก้าวหน้า และด้านความรับผิดชอบ แต่แตกต่างเล็กน้อยกับการศึกษาของ Charutawephonnukoon et al. (2020) ที่พบว่า ปัจจัยจูงใจที่สำคัญได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จในงาน และด้านความก้าวหน้า ในหน้าที่การงาน ดังนั้นการกำหนดปัจจัยจูงใจเพื่อจูงใจบุคลากรในองค์กรนั้นอาจมีความแตกต่างกันตามการดำเนินงาน หรือการบริหารงานขององค์กรนั้น

จากที่ Thongplae (2011) ได้กล่าวว่าสาเหตุของความพึงพอใจเกิดจากรางวัลหรือผลตอบแทนที่ได้รับจากงาน และ Sunarsi (2019) ได้เสริมถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจในงานนั้นประกอบด้วย สภาพแวดล้อมในการทำงาน โอกาสก้าวหน้า สภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งผลการศึกษาความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนนั้นสอดคล้องกับคำกล่าวข้างต้น โดยองค์ประกอบที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในงานนั้นสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ความมั่นคงปลอดภัย สภาพการทำงาน ประโยชน์เกื้อกูลหรือสิ่งตอบแทน ด้านโอกาสก้าวหน้า ลักษณะทางสังคม การบังคับบัญชา และลักษณะงานที่ทำ ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน ซึ่งช่วยมหาวิทยาลัยดำเนินการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในองค์ประกอบเหล่านั้น

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานสะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ เป็นไปตามทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg ที่ระบุว่าแรงจูงใจนั้นส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในงาน แต่ปัจจัยเพียงกลุ่มเดียวนั้นไม่สามารถสร้างความพึงพอใจในงานได้ ต้องอาศัยทั้ง 2 ปัจจัยร่วมกัน โดยปัจจัยค่าจูนนั้นเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ไม่เพียงพอที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุด จึงต้องอาศัยปัจจัยจูงใจในการช่วยทำให้เกิดความพึงพอใจในงานเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่พบว่าปัจจัยจูงใจนั้นมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสูงกว่าปัจจัยค่าจูน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Haryono and Sulisty (2020) แสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจในการทำงานมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงาน และได้เสนอว่าความต้องการที่พนักงานคาดหวังคือมิติของแรงจูงใจในการทำงานเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในงาน ผ่านการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของพนักงาน โดยให้ความสำคัญกับโอกาสในการก้าวหน้าและพัฒนาเพื่อให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจอันนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของตนเอง ความต้องการที่พนักงานคาดหวังคือมิติของแรงจูงใจในการทำงานเพื่อปรับปรุงความพึงพอใจในงาน และยังสอดคล้องกับการศึกษาแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงานของพนักงานเทศบาลเมืองสะเดา ของ Chotikul and Boonruang (2017) ที่พบว่า ปัจจัยจูงใจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงาน และผลการศึกษาของ Basalamah and As'ad (2021) ที่ระบุว่าแรงจูงใจมีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจในงานของอาจารย์ในมหาวิทยาลัยเอกชนในเมืองมาเลเซีย โดยเฉพาะ แรงจูงใจทางการเงินและสภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนในเมืองมาเลเซีย

ดังนั้นในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยเอกชน ด้วยการรักษาหรือเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน สิ่งสำคัญคือการมีบุคลากรที่สามารถขับเคลื่อนองค์กรสู่เป้าหมายได้ การบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงมีบทบาทสำคัญเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริหารกำหนด จากผลการศึกษาการกำหนดปัจจัยค่าจูนนั้นสามารถเพิ่มความพึงพอใจในงานหรือลดความไม่พึงพอใจในงาน ด้วยการให้ความสำคัญกับสมดุลในการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work life balance) ของบุคลากรมากขึ้น ด้วยการกำหนดขอบเขตการทำงาน เวลาการทำงานที่ชัดเจน รวมถึงนโยบายอื่นๆ ที่ช่วยให้บุคลากรสามารถมีชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม และการจูงใจบุคลากรผู้บริหารควรกำหนดเส้นทางการเติบโตที่ชัดเจนให้แก่ทั้งพนักงานสายสนับสนุน และสายวิชาการ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการทำงานสามารถวางแผนการเติบโตในเส้นทางอาชีพของตนเองได้อย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากงานวิจัย

1. จากผลการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงานนั้นประกอบด้วย 2 กลุ่มปัจจัย คือปัจจัยค่าจูนและปัจจัยจูงใจ ดังนั้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเอกชนจึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างให้เกิดปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มอย่างเหมาะสม แม้ว่าปัจจัยค่าจูนจะส่งผลต่อความพึงพอใจน้อยกว่า แต่ก็ไม่สามารถละเลยได้เนื่องจากปัจจัยค่าจูนนั้นเป็นปัจจัยพื้นฐานที่องค์กรต้องมีเพื่อให้บุคลากรไม่เกิดความไม่พึงพอใจ แต่ในการผลักดันให้บุคลากรทำตามนโยบาย หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ผู้บริหารควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจ โดยพิจารณาแนวทางการสร้างแรงจูงใจที่ตรงกับความต้องการของบุคลากร เพราะหากแรงจูงใจที่มหาวิทยาลัยนำเสนอั้นไม่ตรงตามความต้องการ การจูงใจนั้นอาจไม่ประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมาย

2. จากผลการศึกษาปัจจัยค่าจูนที่บุคลากรให้ความสำคัญนั้นเป็นปัจจัยด้านชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัวเป็นอันดับแรกมากกว่าเงินเดือนหรือสิ่งตอบแทนซึ่งอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนั้นการจูงใจโดยการมุ่งเน้นที่การเพิ่มเงินเดือนหรือสิ่งตอบแทนอาจไม่เพิ่มความพึงพอใจในการทำงานให้แก่บุคลากรมากนัก ผู้บริหารมหาวิทยาลัยเอกชนควรนำเสนอปัจจัยค่าจูนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตส่วนตัว เช่น การให้อิสระในการออกแบบการทำงาน สามารถปฏิบัติงานในที่ที่อาศัยได้ (Work from home) ได้ตามความเหมาะสม การกำหนดขอบเขตการทำงาน เวลาการทำงานที่ชัดเจน รวมถึงนโยบายอื่นๆ ที่ช่วยให้บุคลากรสามารถมีชีวิตส่วนตัวได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดสมดุลในการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work life balance) นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับสภาพการทำงาน สิ่งแวดล้อมในการทำงาน สถานที่ทำงานที่ไม่แออัดจนเกินไป ห้องทำงานที่มีแสงสว่างเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. การสร้างแรงจูงใจบุคลากรทางการศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน ต้องอาศัยการกำหนดปัจจัยจูงใจที่เหมาะสมตามความต้องการของบุคลากร ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้บุคลากรให้ความสำคัญกับความก้าวหน้าในงานมากที่สุด ดังนั้นผู้บริหารจึงสามารถสร้างแรงจูงใจได้ด้วยการกำหนดเส้นทางอาชีพของบุคลากรสายสนับสนุน และอาจารย์ผู้สอนอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการก้าวหน้าในอาชีพ และแสดงให้เห็นถึงความโปร่งใสในการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่บุคลากร และสามารถจูงใจบุคลากรด้วยการให้การยอมรับนับถือด้วยการมอบรางวัลเชิดชูเกียรติตามโอกาสและความเหมาะสมเพื่อให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจ รู้สึกได้รับการยอมรับจากทั้งผู้บริหารหรือหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรแยกศึกษาอิทธิพลของปัจจัยย่อยในปัจจัยค่าจูงและปัจจัยจูงใจที่มีต่อความพึงพอใจในงาน ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงอิทธิพลของปัจจัยย่อยในแต่ละตัวอย่างชัดเจน ข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มบุคลากรสายสนับสนุน และบุคลากรสายวิชาการ ซึ่งข้อมูลอาจมีความแตกต่างกัน เนื่องจากปัจจัยแรงจูงใจที่ทั้งสองกลุ่มได้รับอาจมีความแตกต่างกัน การศึกษาเชิงเปรียบเทียบจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดียิ่งขึ้น
3. ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่อาจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานของบุคลากรทางการศึกษามหาวิทยาลัยเอกชน เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Ariyasal, S. (2018). Motivation on Operation of Personnel in Basic Schools Under The Office. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 3(2), 33-46. [In Thai]
- Autthamana, T. S. (2007). *Organizational behavior theory and applications* (4th ed). Thammasat University press.[In Thai]
- Basalamah, M. S. A., & As'ad, A. (2021). The Role of work motivation and work environment in improving job satisfaction. *Golden Ratio of Human Resource Management*, 1(2), 94-103.
- Bunrat, A. (2015). Approaches to Development of Thai Private University Images. *Journal of Southern Technology*, 8(1), 77-85. [In Thai]
- Bunyanuwat, R. (2018, 2 January). *Survival Choice for Private higher education institutions*. Matichon online. https://www.matichon.co.th/education/news_787866 [In Thai]
- Chaiphaphong, S. (2020). Motivation affecting Performance Efficiency of Personnel of Sub-District Administration Organization in Phayao Province. *The Journal of Sirindhornparithat*, 21(2), 340-352. [In Thai]
- Charutawephonnukoon, P., Wattalo, T., & Sutprasoet, W. (2020). Factor affecting organizational commitment of employees' SSK logistics co., ltd. *Social Science Journal of Prachachuen Research Network*, 2(3), 27-39. [In Thai]
- Chotikul, N., & Boonruang, N. (2017). Effect of Work Motivation on Job Satisfaction and Employees' Happiness: A Case Study of Sadao Municipality, Songkhla Province. *The 8th Hatyai National and International Conference* (pp. 214-224). Hatyai University. [In Thai]
- Choochom, O. (2012). Work Motivation: Theory and Application. *Journal of Psychology Kasem Bundit University*, 2(2), 52-61. [In Thai]
- Dailynews. (2022, 26 December). *Universities' fierce competition! Solving the major student shortage crisis*. Dailynews online. <https://www.dailynews.co.th/articles/1824800/>[In Thai]

- Dubrin, A., & Ireland, R. (1993). *Management & Organization* (2nd ed.). Southwestern College Publishing Company.
- Edvinsson, L., & Malone, M. (1997). *Intellectual Capital: Realising Your Company's True Value by Finding its Hidden Brain power*. Harper Collins.
- Gillmore, G. M., & Hoffman, P. H. (1997). The graduation efficiency index: Validity and use as an accountability and research measure. *Research in Higher Education*, 38, 677-697.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. (7th ed.). Prentice Hall.
- Haryono, S., & Sulisty, B. A. (2020). Effects of work motivation and leadership toward work satisfaction and employee performance: Evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 387-397.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work, by Frederick Herzberg and others*. Wiley.
- Jumnongprakone, P. (2018). *Job motivation of teachers in Wangburapa Group, Srakaeo Province under the Secondary Educational Service Area Office 7*. Burapha University. [In Thai]
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lamoonsilp, T., & Yeesunted, W. (2019). Motivation and productivity of production staff at an auto parts factory. *Santapol College Academic Journal*, 5(1), 76-84 [In Thai]
- Likert, R. (2017). *The method of constructing an attitude scale*. Scaling. Routledge.
- Lee, J. S., & Hsieh, C. J. (2010). A research in relating entrepreneurship, marketing capability, innovative capability and sustained competitive advantage. *Journal of Business and Economics Research*. 8(9), 109-120.
- Leap, T. L., & Crino, M. D. (1993). *Personnel human resource management*. Macmillan Publishing Company.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of industrial and organizational psychology*.
- Luthans, F. (2005). *Organizational Behavior*. (10th). McGraw - Hill.
- Mahaphasuthanon, T. (2004). *Principles of management and administration*. Phattana co., ltd. [In Thai]
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and Personality* (2nd ed.). Harper & Row.
- MHESI Open Data. (August 3, 2023). *Personnel in higher education institutions: academic year 2021*. Ministry of Higher Education Science Research and Innovation (MHESI). <https://gdcatalog.go.th/dataset/gdpublish-univ-stf-12-02> [In Thai]
- Mingsopa, K., & Chansom, N. (2021). Motivation Affecting the Performance Efficiency. *Journal of Management Science Review*, 23(2), 209-222. [In Thai]
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior* (5th ed.). Prentice-Hall.
- Newstrom, J., & Davis, K. (2007). *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*. McGraw-Hill.
- Pallant, J. (2016). *SPSS Survival Manual: A Step By Step Guide to Data Analysis Using SPSS Program* (6th ed.). McGraw-Hill Education
- Phutachot, N. (2013). *Organizational behavior*. V-print. [In Thai]
- Prachuamoh, A., Tippratum, C., Khasasin, R., & Klubsakul, O. (2021). Satisfaction and Motivation of Civil Servants and Employees in Local Executives Management of Nongprue Subdistrict Administrative Organization, Bangplee District, Samutprakan Province. *Journal of Business Administration The Association of Private Higher Education Institutions of Thailand*, 27(1), 33-47. [In Thai]

- Praphudtham, N. (2020). Motivation Factors Affecting the Efficiency of the Office of the President of the Kasetsart University's Officers' Performance. *Journal of Business Administration*, 10(2), 58-80. [In Thai]
- Rucharoenpornpanich, K., & Luengalongkot, P. (2020) Factors influencing the operational effectiveness of the private university in Thailand. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology (Humanities and Social Sciences)*, 6(1), 319-334. [In Thai]
- Sawetbuppa, T., & Sato, S. (2023). Satisfaction and Motivation to work of employees of The Government Savings Bank (GSB) in Kalasin. *Kalasin University Journal of Humanities Social Sciences and Innovation*, 2(1), 64-79 [In Thai]
- Sireci, S., & Faulkner-Bond, M. (2014). Validity evidence based on test content. *Psicothema*, 26(1), 100-107.
- Srisaard, B. (2017). *Basic research* (10th ed.). Suviriyasarn. [In Thai]
- Sunarsi, D. (2019). The Analysis of The Work Environmental and Organizational Cultural Impact on The Performance and Implication of The Work Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Publik: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik*, 9(2), 237-246.
- Thapunkaew, S. (2022). *Work Motivation of Teachers Affecting the Effectiveness of Professional Learning Communities in Schools Under The Secondary Educational Service Area Office Sakon Nakhon*. Sakon Nakhon Rajabhat University. [In Thai]
- Thitiworakarnkul, S. (2016). *Existing Characteristics of The school administrators affecting teachers' job motivation in schools under the Chaiyapum provincial administration organization*. Burapha University. [In Thai]
- Thongplae, S. (2011). *The relationship between school administrators power based and job satisfaction in the performance of secondary school teachers under Sakaeo provincial administration*. Burapha University [In Thai]
- Thongsawat, S., Rodprasert, P., & Chullasap, N. (2019). States, problems and developing guidelines of academic staffs organization commitment of the private university in Thailand. *Journal of Suvarnabhumi Institute of Technology*, 6(2), 353-368. [In Thai]
- Unlamai, N., & Chienwatanasuk, K. (2019). chieivement Motivation Affecting Supporting Staff's Performance and Retention: A Case of Rajamangala University of Technology Thanyaburi. *The Journal of Development Administration Research*, 9(3), 126-138. [In Thai]
- Viriyaphan, T. (2003). *Human relations with administration*. Informedia book. [In Thai]

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่

Factors Affecting the Preparation Before Retirement of Higher Education Personnel in Chiang Mai Province

เมตตา พรวรรณศิริเวช

อาจารย์ประจำสำนักการศึกษาทั่วไป

มหาวิทยาลัยพายัพ

Metta Pornwannasiriwet

Lecturer of The General Education office,

Payap University

E-mail: metta_p@payap.ac.th; Ph: 064-747-9359

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 18 กันยายน 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ

ครั้งที่ 1 : 24 ธันวาคม 2566

ครั้งที่ 2 : 17 มกราคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 มกราคม 2567

ดร.ปัทมวรรณ จินดารักษ์*

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

Dr. Patamawan Jindarak

Assistant Professor of DBA Program Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: patamawan_j@payap.ac.th; Ph: 085-360-0984

สายสุนีย์ เกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

Saisunee Kasem

Assistant Professor of Management Program Faculty of Business Administration,

Payap University

E-mail: saisunee_c@payap.ac.th; 084-515-5964

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาระดับปัจจัยการทำงานและระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ 2. เปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยครอบครัว ต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 3. ศึกษาปัจจัย การทำงานที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ประชากรของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีอายุระหว่าง 40-59 ปี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอย พหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่าระดับปัจจัยการทำงานและระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานมีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ตำแหน่งบริหาร รายได้ต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ที่ต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน ในขณะที่ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยครอบครัว พบว่า ภาระหนี้สินของครอบครัว ภาระหนี้สินหลังเกษียณ และการวางแผนทางการเงินที่ต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และ ผลการศึกษาปัจจัยการทำงานมีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ระดับต่ำถึงปานกลาง และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า 3 ปัจจัยตามลำดับคือ ด้านความสมดุลระหว่าง ชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (X4) ด้านสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน (X3) ด้านทักษะทางวิชาชีพ (X1) ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 43.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ผลการวิจัยนี้สามารถนำมาประยุกต์กับนโยบายของชาติในเรื่องของนโยบายสุขภาพและโครงการสำหรับผู้สูงอายุ โดยจะเป็นประโยชน์อันเนื่องมาจากจำนวนของผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ: การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณ สถาบันอุดมศึกษา เกษียณอายุงาน ปัจจัยการทำงาน

Abstract

The objectives of the research were to: 1) study the level of working factors and level of the preparation before retirement of higher education personnel in Chiang Mai Province, 2. compare the personal factors and family factors towards the preparation before retirement of higher education personnel in Chiang Mai Province, and 3. study the working factors affect the preparation before retirement of higher education personnel in Chiang Mai Province. The sample was 400 higher education personnel in Chiang Mai Province, aged between 40-59 years old. The research instrument was a questionnaire set. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test independent, one-way ANOVA, correlation coefficient, and stepwise multiple regression analysis.

The result revealed that the mean scores of levels of working factors and the level of the preparation before retirement at a high level. The comparison of the preparation before retirement by personal factors found that age, education, type, position, monthly income, and the adequacy of income were different. Moreover, the results of family factors found that family debt burden, liabilities after retirement, and financial planning were different at the statistical significance level of .05. The result of relationship between working factors and the preparation before retirement found that the working factors had a relationship with the preparation before retirement at low to moderate levels. Moreover, the result of the stepwise multiple regression analysis found that work-life balance (X4), collaboration and relationships (X3), and professional skills (X1) affected the preparation before retirement at 43.7%. The results of this study can be applied for national policy in terms of healthcare policies and programs for older people. Moreover, these benefits will be given to the increasing of number of older people in the future.

Keywords: Preparation Before Retirement, Higher Education, Retirement, Working Factors

บทนำ

องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่า ในช่วงปี ค.ศ. 2001-2100 จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ โดยทวีปยุโรป มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก ขณะที่ทวีปเอเชียมีประชากรผู้สูงอายุเป็นอันดับสี่ของโลก โดยประเทศไทย ถือเป็นประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงที่สุดเป็นอันดับสี่ในทวีปเอเชีย และถือเป็นอันดับสองในอาเซียน และในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Chewasopit, 2019) ซึ่ง Development of Order Person (2021) อธิบายว่าสังคมสูงวัยคือสังคมที่มีสัดส่วนของผู้สูงอายุหรือประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งนี้ United Nation (United Nation, 2015) ระบุว่า ผู้สูงอายุ (Older Person) หมายถึง ประชากรทั้งชายและหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยได้แบ่งระดับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุไว้ 3 ระดับ ได้แก่ 1. สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด 2. สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และ 3. สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด และจากข้อมูลสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองที่ Marketeer Team (2022) ได้รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยปี พ.ศ. 2565 โดยประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีจำนวนประชากรผู้สูงวัยอายุ 60 ปีขึ้นไปในปี 2565 จำนวน 12,116,199 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ของประชากรทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.5 แบ่งเป็น “ผู้สูงอายุวัยต้น” ช่วงอายุ 60-69 ปี จำนวน 6,843,300 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 ของผู้สูงอายุทั้งหมด “ผู้สูงอายุวัยกลาง” ช่วงอายุ 70-79 ปี มีจำนวน 3,522,778 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และ “ผู้สูงอายุวัยปลาย” อายุ 80 ปีขึ้นไป จำนวน 1,750,121 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 ดังนั้น ประเทศไทยจึงใกล้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) และสถาบันวิจัยสังคมและประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล ในปี 2574 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super Aged Society) คือ มีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมดและสูงอายุเพิ่มสูงถึงร้อยละ 30 ของประชากรทั้งหมด ในช่วงประมาณปี 2578 (Tangtipongkul, 2019)

ดังนั้นการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในอนาคตจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในประเทศไทยเนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป ในช่วงระยะแรกเป็นกลุ่มที่พึ่งเกษียณอายุงาน ทั้งนี้การเกษียณอายุงาน เป็นจุดเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญซึ่งจะต้องหยุดการทำงานเมื่อครบอายุการเกษียณที่กำหนด เมื่อถึงเวลาที่ต้องหยุดทำงานจะต้องมีการปรับตัว บางคนไม่สามารถยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการสูญเสียตำแหน่ง อำนาจ หน้าที่ ตลอดจนรายได้ที่ลดลง อาจส่งผลกระทบต่อความรู้สึกว่าตนเองไร้คุณค่าและเป็นภาระต่อครอบครัวและสังคม ผลเสียที่เกิดขึ้นมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตต่อไปอย่างมีความสุข

จากข้อมูลประชากรของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2556-2560 พบว่าอัตราส่วนของประชากรที่มีอายุ 40-59 ปี เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2556, 2558 และ 2560 คิดเป็นร้อยละ 23.10, 23.30 และ 23.50 ตามลำดับ (Pangsir & Wanaratwichi, 2020) ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของวัยแรงงานก่อนเข้าสู่ผู้สูงอายุ จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ประชากรก่อนวัยสูงอายุเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งต้องเตรียมความพร้อมในขณะที่ร่างกายยังมีความสมบูรณ์ แข็งแรง สำหรับประชากรผู้สูงของประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ พบว่า ภูมิภาคที่มีผู้สูงอายุมากที่สุดในพื้นที่ภาคเหนือ และเมื่อเรียงลำดับจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด 5 อันดับ จาก 77 จังหวัด พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด จำนวน 349,755 คิดเป็นร้อยละ 19.60 (Department of Older Persons, 2021) ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และเจาะจง เลือกบุคลากรทางการศึกษาทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุนของสถาบันทางการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาช่วงวัยผู้ใหญ่ตอนกลางถึงตอนปลาย กลุ่มอายุระหว่าง 40-59 ปี ซึ่งอยู่ในวัยแรงงานก่อนเกษียณอายุการทำงานตามแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ ระยะที่ 3 (2566-2580) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อย่างช้าที่สุดคือ วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (อายุ 40-59 ปี) (Technical Promotion and Support Office, 2016) โดยแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ ระยะที่ 3 (2566-2580) มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุได้เพิ่มพูนศักยภาพของตนเองอย่างเต็มกำลังความสามารถ รวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ สภาพแวดล้อม การเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างทั่วถึง เท่าเทียม และเป็นธรรมอันจะทำให้ดำรงชีวิตอย่างมีคุณค่า พึ่งพาตนเองได้ มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคม และมีหลักประกันที่มั่นคงไปจนบั้นปลายของชีวิต อีกทั้งรองรับสังคมสูงวัยเชิงรุก ด้วยการส่งเสริมให้ประชากรที่จะเป็นผู้สูงอายุในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 25-59 ปี ซึ่งจะเป็นผู้สูงอายุในอีก 1-35 ปีข้างหน้า เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนัก

และเตรียมการให้พร้อมเพื่อให้มีชีวิตที่ดีในยามสูงอายุ พร้อมที่จะยอมรับและร่วมมือกับผู้สูงอายุในการเป็นพลังขับเคลื่อนสังคม หรือให้การเกื้อหนุนผู้สูงอายุในยามที่จำเป็น โดยผลการศึกษาจะอธิบายได้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณ อายุการทำงาน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านครอบครัว ปัจจัยการทำงาน โดยการเตรียมความพร้อมก่อนการเข้าสู่วัย ผู้สูงอายุนั้น มีความสำคัญในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต (Chaisombut & Yana, 2019; Tipwong & Suppakitiporn, 2017) เนื่องจาก การเข้าสู่วัยผู้สูงอายุจะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจ และสังคมที่มีความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกัน หากเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านหนึ่งก็จะส่งผลกระทบไปอีกด้านหนึ่งเพื่อสร้างให้เกิดผู้สูงอายุคุณภาพหลังวัยเกษียณ การทำงานโดยสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี มีส่วนร่วมในกิจกรรม ทางสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม จิตวิญญาณ และการทำหน้าที่ ของพลเมืองที่ดี มีคุณค่าและช่วยพัฒนาประเทศไทย ให้มีความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการทำงานและระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากร สถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยครอบครัว
3. เพื่อศึกษาปัจจัยการทำงานที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากร สถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน โดยปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ส่วนตัว ความพอเพียงของรายได้ รูปแบบที่อยู่อาศัย โรคประจำตัว
2. ปัจจัยครอบครัวที่ต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานต่างกัน โดยปัจจัยครอบครัว ประกอบด้วย ลักษณะของครอบครัว รายได้ของครอบครัว หนี้สิน จำนวนสมาชิกของครอบครัว ลักษณะที่อยู่อาศัย และระยะเวลาที่ครอบครัว อาศัยในชุมชน
3. ปัจจัยการทำงานส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ประกอบด้วย ทักษะทางวิชาชีพ ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน สัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงานและด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงาน และชีวิตส่วนตัว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเกษียณอายุการทำงาน

การกำหนดอายุสำหรับการเกษียณอายุงานของประเทศไทย ในภาครัฐกำหนดให้ข้าราชการพ้นจากข้าราชการที่มีอายุครบ 60 ปี ในขณะที่ภาคเอกชนไม่มีการกำหนดอายุเกษียณอย่างเป็นทางการขึ้นอยู่กับข้อตกลงของแต่ละองค์กร โดยส่วนใหญ่กำหนดที่ 60 ปี (Benchawan, 2015) จากการศึกษา พบว่าการเกษียณอายุก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่เกษียณอายุ ในหลายด้าน เนื่องจากต้องเข้าสู่ภาวะวัยสูงอายุด้วย ซึ่งผลกระทบเหล่านั้นล้วนแล้วแต่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้เกษียณ หรือแม้แต่การดำเนินชีวิตอย่างมาก เช่น ผลกระทบด้านร่างกายที่พบกับความเสื่อมของอวัยวะร่างกาย ผลกระทบด้านจิตใจ เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันต่อกิจวัตรประจำวันจากที่เคยปฏิบัติไปสู่การมีเวลาว่างมากขึ้นและในขณะเดียวกัน การเกษียณอายุทำให้ผู้เกษียณอายุนั้นรู้สึกวุ่นวายตนเองด้วยคุณค่าเนื่องมาจากอำนาจที่เคยมีอยู่หมดไป ผลกระทบด้านสังคม จากการที่มีบทบาททางสังคมลดน้อยลง ผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่ต้องออกจากงานเดิม ทำให้รายได้ลดลงในขณะที่มีรายจ่าย เพิ่มมากขึ้นจากการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีผลกระทบที่เกิดจากความเครียดและความเบื่อหน่ายจากเวลาว่างมากเกินไป และ ผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับคู่ชีวิตและสมาชิกในครอบครัว เมื่อต้องใช้เวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้นทำให้ คู่ชีวิต หรือสมาชิกในครอบครัวอาจรู้สึกถูกรุกร้าอาณาเขตมากขึ้นอาจส่งผลต่อภาวะทางอารมณ์ได้ ดังนั้น ผลกระทบจากการเกษียณ อายุการทำงานดังกล่าวข้างต้น อาจส่งผลต่อผู้เกษียณอายุที่ขาดการวางแผนการเตรียมตัวสำหรับการเกษียณอายุการทำงาน ที่ดี ซึ่งอาจเกิดภาวะตึงเครียดเศร้าหมอง และนำไปสู่ปัญหาสุขภาพที่รุนแรงต่อไปได้ เนื่องจากผู้เกษียณอายุไม่สามารถ ปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทันทีภายหลังเกษียณได้ (Benchawan, 2015; Kerdjang & Thamma-apipon, 2018)

จึงมีความจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะจึงเลือกการศึกษากลุ่มอายุระหว่าง 40-59 ปี และกำหนดตัวแปรจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประกอบด้วย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยครอบครัว และปัจจัยการทำงาน ดังนี้

1. **ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง ข้อมูลซึ่งเป็นลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นปัจจัยนำไปสู่การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ ความพอเพียงของรายได้ รูปแบบการอยู่อาศัย และโรคประจำตัว (Thiantavon, 2020; Nopnarin & Kanokthet, 2020; Onthaisomg et al., 2020; Chaisombut & Yana, 2019)

2. **ปัจจัยครอบครัว** หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวหรือภายในครอบครัว ที่ให้การเกื้อหนุนกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นปัจจัยนำไปสู่การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ได้แก่ ลักษณะของครอบครัว รายได้ของครอบครัว หนี้สินของครอบครัว จำนวนสมาชิกของครอบครัว ลักษณะที่อยู่อาศัยของครอบครัว และระยะเวลาที่ครอบครัวอาศัยในชุมชน (Jaikhamwang et al., 2021; Chaisombut & Yana, 2019)

3. **ปัจจัยการทำงาน** หมายถึง ลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและจะมีผลให้เกิดการเตรียมความพร้อมที่ดีก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ได้แก่ ทักษะทางวิชาชีพ ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน สัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน และ ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (Wongwiwat & Charoenwiriyaikul, 2020; Tipwong & Suppapitiporn, 2017)

การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

การวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวแปรการเตรียมความพร้อมก่อนวันเกษียณอายุการทำงานประกอบด้วย ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

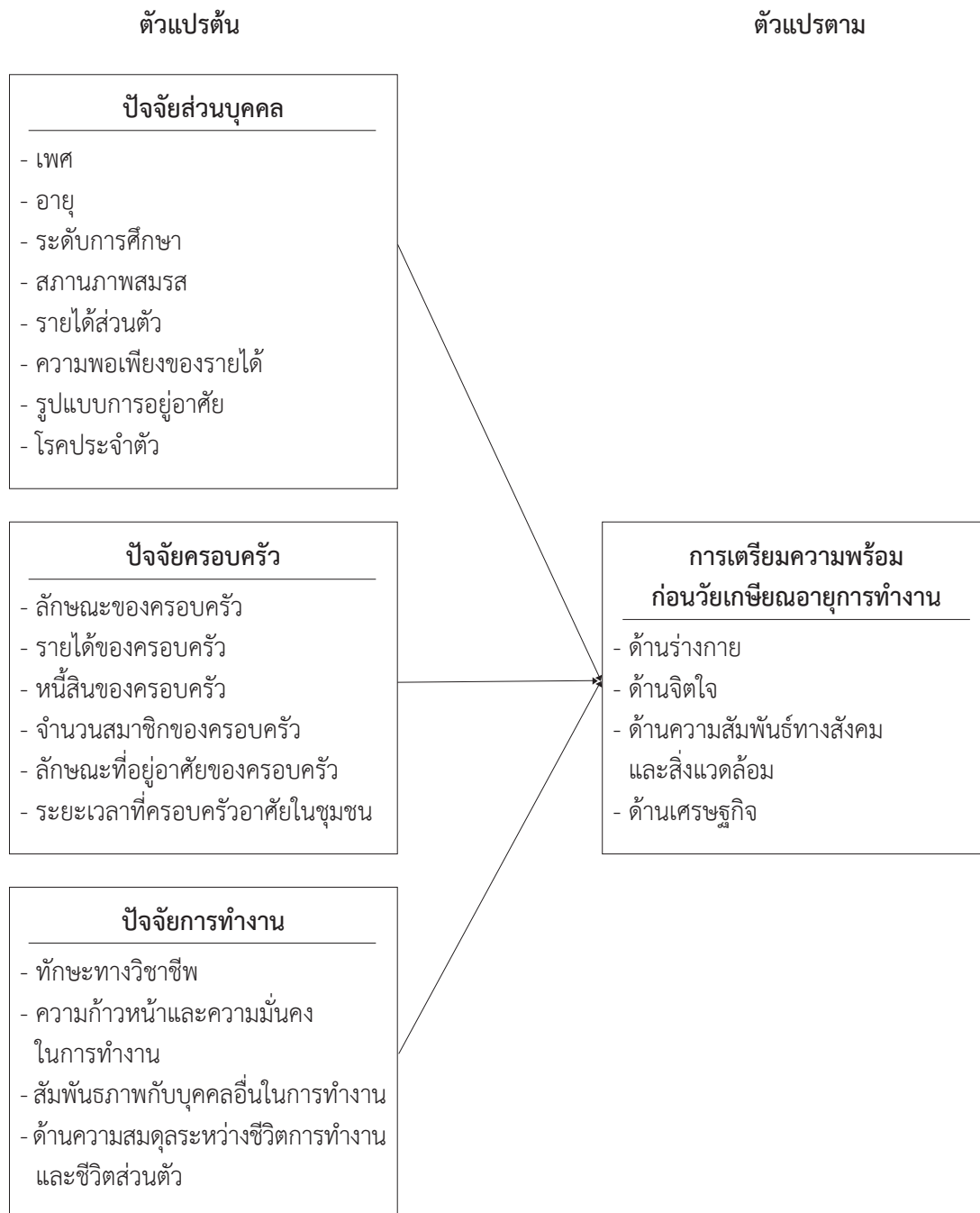
1) การเตรียมความพร้อมด้านร่างกาย หมายถึง การรับรู้สภาพทางด้านร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน โดยการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ มีแนวปฏิบัติได้หลากหลายวิธี เพื่อให้เกิดการมีสุขภาพที่ดี (Panjapol, 2015) รวมทั้งการเตรียมการเพื่อพัฒนาการทางร่างกายที่เจริญตามภาวะปกติของร่างกาย ทั้งนี้การเตรียมความพร้อมทางด้านร่างกายในวัยผู้สูงอายุนี้ วัยวัยทุกส่วนมีแต่ความเสื่อม พลังสำรองค่อยๆ ลดลง การปรับสภาพสมดุลทางกายก็ลดลงด้วย ทำให้เกิดภาวะไม่สุขสบาย ผู้สูงอายุต้องยอมรับสภาพเหล่านี้ และปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับสภาวะที่เป็นอยู่ (Karakate & Khetkan, 2019)

2) การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ หมายถึง การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง การเตรียมความพร้อมเพื่อให้มีสุขภาพจิตที่ดี การทำความเข้าใจและการยอมรับในการเปลี่ยนแปลง เกี่ยวกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นต่อตนเอง ครอบครัว และสถานการณ์ทางสังคม มีการสร้างประโยชน์ต่อครอบครัว สังคม และตนเอง ตามพลังและศักยภาพของตนเอง เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นที่ยอมรับ เคารพนับถือของคนในครอบครัวและสังคม และมีการใช้จ่ายที่เพียงพอและพอดีต่อฐานะทางการเงินของตนเอง เพื่อให้เกิดความสุขโดยที่ไม่ต้องพึ่งพาบุคคลอื่น (Panjapol, 2015; Karakate & Khetkan, 2019)

3) การเตรียมความพร้อมด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม หมายถึง การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนเองกับบุคคลอื่น รวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต การปรับตัวทางด้านอารมณ์และด้านสังคม และยังทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ ทำให้เห็นคุณค่าในตนเอง ยังเป็นที่ยอมรับและต้องการของสังคมอยู่ นอกจากทำกิจกรรมหรือแสวงหารูปแบบการมีส่วนร่วมทางสังคม การเตรียมความพร้อมพื้นฐานในระยะยาวสำหรับที่อยู่อาศัยก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการเตรียมความพร้อมในด้านสังคม (Panjapol, 2015)

4) การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การวางแผนรายได้ การใช้จ่ายเงินให้สมดุลระหว่างรายรับ และรายจ่าย การเตรียมสะสมเงินออม และทรัพย์สิน เพื่อให้ฐานะมั่นคงก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน จึงมีแนวทางการเตรียมตัวทางรายได้ ได้แก่ การจัดการงบประมาณซึ่งเป็นการวางแผนงบประมาณรายรับ-รายจ่ายหลังการเกษียณอายุการทำงาน การประหยัดรายจ่าย โดยการลดรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือยหรือลดสิ่งที่ไม่จำเป็นลง และการเตรียมเงินสำรอง/สะสมทรัพย์ เป็นเงินสำรองสำหรับค่ารักษาพยาบาล รวมถึงเก็บไว้เป็นเงินฉุกเฉินเมื่อเกิดสิ่งที่ไม่คาดคิด (Panjapol, 2015; Nopnarin & Kanokthet, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงบรรยาย โดยใช้เทคนิคเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเลือกเจาะจงศึกษาจาก ประชากรบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาที่มีอายุ 40-59 ปี ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน จำนวน 5,290 คน จาก 10 สถาบัน จำแนกเป็น สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน 7 แห่ง และสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน จำนวน 3 แห่ง (Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2021) คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 375 คน และเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันข้อมูลที่อาจจะมีค่าผิดปกติ การเก็บตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น และเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก จากนั้นกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเจาะจงเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่มีบุคลากรมากกว่า 500 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาพรวม เท่ากับ 0.950 ใช้สถิติการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ เพื่ออธิบาย ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อทราบลักษณะแจกแจงของตัวแปร ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าสถิติอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ t-test, One way ANOVA และ Scheffe เพื่อการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ใช้วิธีแบบขั้นตอน (Step wise) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

การกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของผลวิจัย มีดังนี้คือ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 เท่ากับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 เท่ากับมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 เท่ากับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 เท่ากับน้อย และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 เท่ากับน้อยที่สุด (Silpcharu, 2020) และได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้คือ ระดับ 0.901-1.000 หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับสูงมาก ระดับ 0.701-0.900 หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับสูง ระดับ 0.501-0.700 หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับปานกลาง ระดับ 0.301-0.500 หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำ ระดับ 0.001-0.300 หมายถึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันระดับต่ำมาก และระดับ 0.000 ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (Rangsunngoen, 2011)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา ระดับปัจจัยการทำงานและระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมากแสดงดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัจจัยการทำงานในสถาบันอุดมศึกษาแต่ละด้าน

ปัจจัยการทำงาน (X)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
X1. ด้านทักษะทางวิชาชีพ	3.71	0.73	มาก
X2. ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน	3.76	0.70	มาก
X3. ด้านการทำงานร่วมกันและสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่น	3.79	0.61	มาก
X4. ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตในการทำงานและชีวิตครอบครัว	3.78	0.64	มาก
รวม	3.76	0.54	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน
ของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่แต่ละด้าน

การเตรียมความพร้อม (Y)	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
Y1. ด้านร่างกาย	3.58	0.41	มาก
Y2. ด้านจิตใจ	3.97	0.56	มาก
Y3. ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม	3.92	0.52	มาก
Y4. ด้านเศรษฐกิจ	3.84	0.61	มาก
รวม	3.83	0.44	มาก

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา
ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยครอบครัวแสดงดังตารางที่ 3 และตารางที่ 4

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายละเอียด	N	$\bar{X}$	S.D.	t - test/ F - test	Sig.
เพศ	ชาย	148	3.80	0.45	-1.294	0.197
	หญิง	252	3.86	0.43		
อายุ	40 – 44 ปี	126	3.71	0.44	8.809**	0.000
	45 – 49 ปี	98	3.80	0.39		
	50 – 54 ปี	77	3.88	0.42		
	55 – 59 ปี	99	3.99	0.44		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	24	3.87	0.55	8.844**	0.000
	ปริญญาตรี	150	3.74	0.44		
	ปริญญาโท	157	3.82	0.41		
	ปริญญาเอก	69	4.06	0.38		
สถานภาพสมรส	โสด	132	3.79	0.46	0.857	0.463
	สมรส	235	3.85	0.40		
	หย่าร้าง/หม้าย	31	3.89	0.59		
	แยกกันอยู่	2	3.71	0.32		
ประเภทบุคลากร	อาจารย์	129	3.97	0.42	4.368**	0.000
	เจ้าหน้าที่	271	3.77	0.43		
ตำแหน่งบริหาร	มี	315	3.78	0.43	-4.506**	0.000
	ไม่มี	85	4.02	0.41		

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายละเอียด	N	$\bar{X}$	S.D.	t - test/ F - test	Sig.
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 – 14,999 บาท	9	3.68	0.55	2.345*	0.018
	15,000 – 19,999 บาท	17	3.61	0.35		
	20,000 – 24,999 บาท	36	3.85	0.49		
	25,000 – 29,999 บาท	61	3.83	0.39		
	30,000 – 34,999 บาท	76	3.73	0.43		
	35,000 – 39,999 บาท	52	3.86	0.46		
	40,000 – 44,999 บาท	48	3.86	0.41		
	45,000 – 49,999 บาท	28	3.83	0.42		
	50,000 บาทขึ้นไป	73	3.98	0.43		
ความเพียงพอของรายได้	พอเพียงและมีเหลือเก็บ	183	3.98	0.40	14.950**	0.000
	พอเพียงแต่ไม่มีเหลือเก็บ	114	3.77	0.36		
	ไม่พอเพียงแต่ไม่มีหนี้สิน	17	3.56	0.59		
	ไม่พอเพียงและมีหนี้สิน	86	3.67	0.48		
โรคประจำตัว	ไม่มีโรคประจำตัว	233	3.86	0.43	1.666	0.096
	มีโรคประจำตัว	167	3.79	0.44		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการศึกษาพบว่าระดับปัจจัยการทำงานและระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าอายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ตำแหน่งบริหาร รายได้ต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้ที่ต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน ส่วน เพศ สถานภาพสมรส และโรคประจำตัว มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยครอบครัวที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	รายละเอียด	N	$\bar{X}$	S.D.	t - test/ F - test	Sig.
ปัจจัยครอบครัว	ครอบครัวเดี่ยว (คนเดียว)	127	3.81	0.45	0.458	0.712
	ครอบครัวเดี่ยว (อยู่กับคู่สมรส)	59	3.81	0.39		
	ครอบครัวเดี่ยว (คู่สมรส บุตร)	149	3.87	0.43		
	ครอบครัวขยาย (คู่สมรส บุตร ญาติ)	65	3.81	0.48		
จำนวนสมาชิกครอบครัว	อยู่คนเดียว	60	3.85	0.44	0.773	0.510
	2 คน	74	3.90	0.42		
	3 – 4 คน	216	3.81	0.43		
	5 คนขึ้นไป	50	3.82	0.48		

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยครอบครัวที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน (ต่อ)

ปัจจัยครอบครัว	รายละเอียด	N	$\bar{X}$	S.D.	t - test/ F - test	Sig.
ลักษณะที่อยู่อาศัยของครอบครัว	บ้านเดี่ยว	354	3.85	0.44	1.000	0.407
	ทาวน์เฮาส์	15	3.74	0.47		
	คอนโดมิเนียม	19	3.78	0.51		
	อพาร์ทเมนต์	5	3.70	0.07		
	อื่น ๆ เช่น ตึกแถว แฟลต หอพัก	7	3.58	0.16		
ความเป็นเจ้าของที่พัก	เป็นของตนเอง	331	3.84	0.44	0.881	0.451
	เช่าอาศัย	11	3.63	0.61		
	อาศัยอยู่กับญาติ	37	3.82	0.48		
	อื่นๆ เช่น บ้านพักสวัสดิการ/ราชการ	21	3.83	0.19		
ระยะเวลาที่ครอบครัวอาศัยในชุมชน	น้อยกว่า 1 ปี	4	3.80	0.71	0.704	0.621
	1 ปี - ไม่ถึง 5 ปี	33	3.82	0.49		
	5 ปี - ไม่ถึง 10 ปี	69	3.80	0.40		
	10 ปี - ไม่ถึง 15 ปี	50	3.76	0.34		
	15 ปี - ไม่ถึง 20 ปี	56	3.82	0.44		
	20 ปีขึ้นไป	188	3.87	0.46		
รายได้ของครอบครัว	10,000 – 14,999 บาท	3	3.46	0.69	1.733	0.089
	15,000 – 19,999 บาท	4	3.83	0.04		
	20,000 – 24,999 บาท	12	3.92	0.65		
	25,000 – 29,999 บาท	30	3.70	0.38		
	30,000 – 34,999 บาท	44	3.76	0.41		
	35,000 – 39,999 บาท	42	3.79	0.45		
	40,000 – 44,999 บาท	44	3.79	0.49		
	45,000 – 49,999 บาท	35	3.77	0.43		
	50,000 บาทขึ้นไป	186	3.91	0.42		
ภาระหนี้สินครอบครัว	ไม่มี	91	3.92	0.37	2.546*	0.012
	มี	309	3.81	0.45		
***ประเภทหนี้สิน	หนี้สินระยะสั้น/ ผ่อนสินค้าไม่ถึง 1ปี	34	3.82	0.55	2.080	0.103
	หนี้สินระยะกลาง 1 ปี - ไม่ถึง 5 ปี	56	3.91	0.43		
	หนี้สินระยะยาว 5 ปี - ไม่ถึง 10 ปี	48	3.87	0.48		
	หนี้สินระยะยาว 10 ปี ขึ้นไป	171	3.75	0.43		

ตารางที่ 4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยครอบครัวที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน (ต่อ)

ปัจจัยครอบครัว	รายละเอียด	N	$\bar{X}$	S.D.	t - test/ F - test	Sig.
***ลักษณะ หนี้สินเงินกู้	เงินกู้ในระบบ หรือ สถาบันการเงิน	304	3.81	0.45	0.313	0.731
	เงินกู้นอกระบบ ไม่มีดอกเบี้ย	3	3.67	0.50		
	เงินกู้นอกระบบ มีดอกเบี้ย	2	3.62	0.11		
***ความสามารถ ในการชำระหนี้	สามารถชำระหนี้ได้ตามเวลาที่กำหนด	299	3.81	0.46	1.467	0.143
	ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามเวลาที่กำหนด	10	3.60	0.25		
ภาระหนี้สิน	ไม่มีหนี้สินผูกพันหลังเกษียณ	321	3.87	0.41	2.684**	0.008
	มีหนี้สินผูกพันหลังเกษียณ	79	3.70	0.51		
การวางแผน ทางการเงิน	ไม่มีการวางแผนทางการเงิน เพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณอายุ	153	3.76	0.48	-2.807**	0.005
	มีการวางแผนทางการเงิน เพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณอายุ	247	3.88	0.40		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*** ประเภทหนี้สิน ลักษณะหนี้สินเงินกู้ และความสามารถในการชำระหนี้คำนวณจากภาระหนี้สิน จำนวน 309 ราย

ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามปัจจัยครอบครัวพบว่าภาระหนี้สินของครอบครัว ภาระหนี้สินหลังเกษียณ และการวางแผนทางการเงินที่ต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน ส่วน รูปแบบครอบครัว จำนวนสมาชิกครอบครัว ลักษณะที่อยู่อาศัยของครอบครัว ความเป็นเจ้าของที่พัก ระยะเวลาที่ครอบครัวอาศัยในชุมชน รายได้ของครอบครัว ประเภทหนี้สิน ลักษณะหนี้สินเงินกู้ ความสามารถในการชำระหนี้ที่ต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาปัจจัยการทำงาน (X) ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน (Y) ประกอบด้วย ทักษะทางวิชาชีพ (X1) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน (X2) สัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน (X3) และความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (X4) พบว่า ปัจจัยการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำถึงปานกลางกับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานและรายด้าน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการทำงานกับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานภาพรวมและรายด้าน

	X1	X2	X3	X4	X
(X1) ทักษะทางวิชาชีพ	-				
(X2) ความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน	0.704**	-			
(X3) สัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน	0.530**	0.657**	-		
(X4) ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว	0.279**	0.440**	0.576**	-	

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการทำงานกับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุ
การทำงานภาพรวมและรายด้าน (ต่อ)

	X1	X2	X3	X4	X
(Y) การเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน	0.374**	0.464**	0.551**	0.603**	0.609**
(Y1) ด้านร่างกาย	0.249**	0.303**	0.477**	0.526**	0.474**
(Y2) ด้านจิตใจ	0.346**	0.463**	0.486**	0.485**	0.549**
(Y3) ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม	0.369**	0.441**	0.518**	0.549**	0.575**
(Y4) ด้านเศรษฐกิจ	0.258**	0.320**	0.363**	0.443**	0.421**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาตัวพยากรณ์ที่ส่งผลต่อระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานภาพรวมของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ จากตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระที่ทดสอบแล้ว มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งหมด 3 ตัวแปรตามลำดับคือ ปัจจัยการทำงานด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว (X4) ปัจจัยการทำงานด้านสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน (X3) และ ปัจจัยการทำงานด้านทักษะทางวิชาชีพ (X1) สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 43.7 ($R^2=0.437$, $R = 0.661$, $F=102.637$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนเมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัว

ตัวแปรอิสระ	R	R^2	Adjusted R^2	Std.Error of the Estimate	F	Sig.
X4	0.603	0.363	0.362	0.34988	226.970**	0.000
X4, X3	0.652	0.425	0.422	0.33278	146.934**	0.000
X4, X3, X1	0.661	0.437	0.433	0.32968	102.637**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ค่า Durbin - Watson ในตารางพบว่า ค่า Durbin - Watson เท่ากับ 1.739 อยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง และจากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า พบว่าค่าสถิติ Tolerance ของตัวแปรมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ 0 และ ค่าสถิติ VIF (Variance Inflation Factor) มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัว ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เป็นตัวแปรที่อิสระต่อกัน ซึ่งถือว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ก่อให้เกิด Multicollinearity แสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ผลการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนโดยแสดงแต่ละปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน

ตัวแปรอิสระ	B	Std.Error	Beta	Tolerance	VIF	Durbin - Watson
Constand	1.789	0.120				
X4	0.295	0.032	0.432	0.667	1.498	1.739
X3	0.168	0.038	0.234	0.521	1.920	
X1	0.078	0.027	0.130	0.718	1.392	

R= 0.661 R² = 0.437 Adjusted R² = 0.433 Std.Error of the Estimate = 0.32968 F=102.637

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์สามารถสร้างสมการ ได้ดังนี้

$$Y = 1.789 + 0.295(X4) + 0.168(X3) + 0.078(X1)$$

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = 0.661 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R²) = 0.437 หรือ สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 43.7

อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า การกำหนดตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยครอบครัว ปัจจัยการทำงานในสถาบันอุดมศึกษา และการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน โดยพบว่างานวิจัยในประเทศไทยมีการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยครอบครัวที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของกลุ่มอายุระหว่าง 40-59 ปี (Thiantavon, 2020; Kasonbue & Sukpun 2020; Vibbluecher, 2019; Panjapol, 2015; Kitchareonkasem, 2016; Wichit, 2019) และผลการศึกษาจะสอดคล้องและแตกต่างกันตามบริบทของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าในภาพรวม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ตำแหน่งบริหาร รายได้ต่อเดือน และความเพียงพอของรายได้แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สถานภาพสมรส และโรคประจำตัว แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ Jakkhom et al. (2022) พบว่า เพศ สถานภาพสมรส สถานภาพการปฏิบัติงาน หน่วยงานสังกัด และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน ทั้งภาพรวมและรายด้าน ส่วนบุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุทำงานแตกต่างกัน ส่วน Thiantavon (2020) พบว่าพนักงานที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีรูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุโดยรวมไม่แตกต่างกัน และ Kasonbue and Sukpun (2020) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส สถานภาพในครอบครัว ภาวะสุขภาพ การรับรู้ข้อมูลการเกษียณตำแหน่งหน้าที่ ระยะเวลาการรับราชการ และการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน มีการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุทำงานโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนบุคลากรที่มีระดับการศึกษา และรายได้ในครอบครัวแตกต่างกัน มีการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุทำงานโดยรวมแตกต่างกัน ส่วน Vibbluecher (2019) พบว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และลักษณะงานที่แตกต่างกันมีปัจจัยเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุแตกต่างกัน ส่วน อายุแตกต่างกันมีปัจจัยเตรียมความพร้อมการเกษียณอายุไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับ Panjapol (2015) พบว่า ระดับการศึกษา ระดับเงินเดือน และลักษณะที่อยู่อาศัย มีผลต่อลักษณะการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ และ Kitchareonkasem (2016) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ภาวะสุขภาพ ความเพียงพอของรายได้มีผลต่อการเตรียมความพร้อมเพื่อการเกษียณอายุ ส่วน Panjapol (2015) พบว่า ระดับการศึกษา ระดับเงินเดือน และ ลักษณะที่อยู่อาศัย มีผลต่อลักษณะการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ในขณะที่ Wichit (2019) พบว่า อายุของพนักงาน รายได้ต่อเดือน จำนวนปีก่อนเกษียณอายุ การรับรู้ข่าวสาร

เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ มีความสัมพันธ์ต่อการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงาน และพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือร่วมกันทำนายการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงาน คืออายุของพนักงาน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อน เกษียณอายุ และการมีส่วนร่วมในสังคม นอกจากนี้ Chaisombut and Yana (2019) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุของประชากรวัยก่อนสูงอายุ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์กับการเตรียมตัวเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยใช้สถิติ Chi-square และ Pearson's correlation ประกอบด้วย การประกอบอาชีพ รายได้ การตรวจร่างกายประจำปี อายุ ความรู้ต่อการเข้าสู่วัยสูงอายุ และทัศนคติต่อการเข้าสู่วัยสูงอายุ ผลการศึกษาเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามปัจจัยครอบครัวในภาพรวม พบว่า ภาระหนี้สินของครอบครัว ภาระหนี้สินหลังเกษียณ และการวางแผนทางการเงินแตกต่างกัน มีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานแตกต่างกัน ส่วนรูปแบบครอบครัว จำนวนสมาชิกครอบครัว ลักษณะที่อยู่อาศัยของครอบครัว ความเป็นเจ้าของที่พัก ระยะเวลาที่ครอบครัวอาศัยในชุมชน รายได้ของครอบครัว ประเภทหนี้สิน ลักษณะหนี้สินเงินกู้ ความสามารถในการชำระหนี้ แตกต่างกันมีการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Kasonbue and Sukpun (2020) ที่พบว่า สัมพันธภาพ ในครอบครัวต่างกัน มีการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุทำงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่รายได้ในครอบครัว แตกต่างกัน มีการเตรียมตัวก่อนเกษียณอายุทำงานโดยรวมแตกต่าง ในขณะที่มีปัจจัยด้านครอบครัวบางส่วนสอดคล้องกับ Meechana et al. (2017) ที่ศึกษาความพร้อมของประชากรก่อนวัยสูงอายุเพื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงตำบลหนองหญ้าไซ อำเภอนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมของประชากรก่อนวัยสูงอายุพบว่า คือ รูปแบบการอยู่อาศัย หนี้สินของครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัว อย่างไรก็ตาม Panjapol (2015) พบว่า ลักษณะที่อยู่อาศัย มีผลต่อลักษณะการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยสูงอายุ เช่นเดียวกับ Kitchareonkasem (2016) รูปแบบครอบครัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเตรียมความพร้อมเพื่อการเกษียณอายุ และ Wichit (2019) พบว่า การมีส่วนร่วมในสังคมสัมพันธภาพในครอบครัว และการสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์ต่อการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงาน

ผลการศึกษาปัจจัยการทำงานที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ พบปัจจัยการทำงานภาพรวม มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานภาพรวม ระดับต่ำถึงปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.609 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายด้านอยู่ระหว่าง 0.421 - 0.575 และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน จากตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปร พบว่า 3 ตัวแปรตามลำดับคือ ด้านความสมดุล ระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ด้านสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน ด้านทักษะทางวิชาชีพ ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานภาพรวม

ด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานทั้งภาพรวมและรายด้าน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดโอกาสให้บุคลากรของสถาบันการศึกษาได้ใช้ชีวิตในการทำงาน และชีวิตส่วนตัวภายนอกองค์การอย่างสมดุล ผู้ปฏิบัติงานได้รับการกำหนดชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยง การที่ต้องคร่ำเคร่งอยู่กับงานจนไม่มีเวลาพักผ่อนหรือได้ใช้ชีวิตส่วนตัวอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับ Wongwiwat and Charoenwiriakul (2020) ที่พบว่า ความสมดุลในชีวิตของบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย สถานะทางสุขภาพ สัมพันธภาพ ในครอบครัว ผลตอบแทนและสวัสดิการ เป็นตัวแปรร่วมที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อการเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีอิทธิพลร่วมกับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้สมรรถนะแห่งตน และทัศนคติต่อการเกษียณอายุ

ด้านสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นในการทำงาน ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานทั้งภาพรวมและรายด้าน ยกเว้นด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานที่เปิดโอกาสให้บุคลากรของสถาบันการศึกษา ได้มีโอกาสสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ๆ ตลอดจนเป็นที่ยอมรับทั้งของเพื่อนร่วมงานและสมาชิกในครอบครัวของตน สอดคล้องกับ Jaikhamwang et al. (2021) ที่พบว่า การสนับสนุนทางสังคมพฤติกรรมที่พึงประสงค์การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติต่อการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ผู้สูงอายุร่วมกันทำนายการเตรียมความพร้อมของผู้สูงอายุของวัยทำงานตอนปลาย ได้ร้อยละ 38.1 โดยมีการสนับสนุนทางสังคมเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุด สามารถทำนายได้ถึงร้อยละ 21.5 เช่นเดียวกับ Nopnarin and Kanokthet (2020) ที่พบว่า แรงสนับสนุนทางสังคม เป็นตัวแปรร่วมพยากรณ์ การเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงวัย อย่างมีคุณภาพของประชาชน ในอำเภอมือง จังหวัดพิษณุโลก ได้ร้อยละ 68.3 โดยเป็นตัวแปรร่วมกับทัศนคติ

ต่อการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้สูงอายุ ความรู้ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้สูงอายุ และอายุ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Wichit (2019) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมในสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือร่วมกันทำนาย การเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุของพนักงานการเคหะแห่งชาติซึ่งเป็นพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในสำนักงานใหญ่ และเป็นปัจจัยร่วมกับอายุของพนักงาน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ นอกจากนี้ Yutthaphonphini et al. (2017) พบว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุ และจากการเปรียบเทียบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของบุคลากรมหาวิทยาลัยของรัฐและบุคลากรมหาวิทยาลัยเอกชน ในจังหวัดชลบุรี พบว่า การเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุของบุคลากรไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน โดยพบว่าปัจจัยอิทธิพล ที่มีความสัมพันธ์กับการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุสูงสุด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อม เพื่อเกษียณอายุ รองลงมาคือการสนับสนุนทางสังคม ทักษะต่อการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษียณอายุ และการศึกษาสูงสุด ตามลำดับ

ด้านทักษะทางวิชาชีพ ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานทั้งภาพรวมและด้านความสัมพันธ์ ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมและ ด้านเศรษฐกิจ ความรู้ความสามารถที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน โดยสายวิชาการจะปฏิบัติตาม พันธกิจอุดมศึกษาทั้งในด้านการผลิตบัณฑิต การวิจัย การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และสายสนับสนุน จะปฏิบัติงานตามภาระงานและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากสถาบันการศึกษา และงานที่ปฏิบัติอยู่นั้นจะต้องเปิดโอกาสให้ บุคลากรของสถาบันการศึกษาได้ใช้และพัฒนาทักษะความรู้อย่างแท้จริงและรวมถึงการมีโอกาสได้ทำงานที่ตนยอมรับว่าสำคัญ และมีความหมาย สอดคล้องกับ Wongwivat and Charoenwiriyakul (2020) ที่พบว่า การรับรู้สมรรถนะแห่งตน ซึ่งประกอบด้วย ทักษะด้านวิชาชีพ การช่วยเหลือตนเอง การช่วยเหลือผู้อื่น เป็นตัวแปรร่วมที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อการเตรียมความพร้อม ก่อนการเกษียณอายุของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีอิทธิพลร่วมกับ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความสมดุล ในชีวิตของบุคลากรและทัศนคติต่อการเกษียณอายุ

ข้อเสนอแนะที่ได้รับจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน เช่น กรมกิจการผู้สูงอายุ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อการวางแผนและการจัดรูปแบบการเตรียมความพร้อม ก่อนเกษียณอายุการทำงาน ได้แก่ การเตรียมความพร้อมประชากรเพื่อเข้าสู่วัยผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริม การขยายโอกาสด้านอาชีพและการทำงานของผู้สูงอายุ การพัฒนาสมรรถนะด้านการบริหารทางการเงิน เป็นต้น

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าในสถาบันการศึกษามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี สามารถสร้างอาชีพหรือทำงานต่อหลังเกษียณอายุงานได้ ผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เพียงพอและเหลือเก็บร้อยละ 45.8 อย่างไรก็ตาม พบว่าผู้ที่มีรายได้พอเพียงแต่ไม่เหลือเก็บ ร้อยละ 28.5 และมีรายได้ไม่พอเพียงและมีหนี้สินร้อยละ 21.5 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตหลังเกษียณอายุ สอดคล้อง กับดัชนีความพร้อมเพื่อการเกษียณ (The National Retirement Risk Index :NRRI) ซึ่งเป็นเครื่องมือวัดระดับความพร้อม หรือไม่พร้อมของประชากรในประเทศไทยหลังเกษียณ โดยพบว่าตัวเลขความพร้อมด้านการเงินค่าเฉลี่ยของประเทศ มีความพร้อมต่ำกว่าร้อยละ 40 และการสำรวจการใช้จ่ายของครัวเรือนพบว่าจำนวนเงินที่จะเพียงพอที่จะดำรงชีพได้หลังเกษียณ คือ 3 ล้านบาทต่อคน และจำนวนเงินใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่ 6,000-7,000 บาท แต่จากการสำรวจพบว่าปัจจุบันมีการใช้จ่าย ต่อเดือนจำนวน 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นจำนวนที่มากกว่า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุจึงต้องสร้างความตระหนักรู้ถึง ประโยชน์ของการออม รวมทั้งต้องมีบทบาทในการสนับสนุนทักษะทางการเงินของประชาชน กำหนดนโยบายส่งเสริม ให้คนมีทักษะและความรู้ทางการเงิน รวมทั้งส่งเสริมให้มีเครื่องมือการลงทุน ระบบการออมภาคบังคับ เป็นต้น (Budsaratragoon, 2022) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า บุคลากรในสถาบันการศึกษาเป็นผู้มีโรคประจำตัวถึงร้อยละ 41.8 และอาจมีโรคประจำตัวมากขึ้นเมื่อเกษียณอายุ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุจึงต้องสร้างความตระหนักรู้และความรอบรู้ ถึงการสร้างสุขภาวะที่ดี การพัฒนาระบบการบริการสุขภาพที่สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่

จากผลการศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับครอบครัว พบว่าบุคลากรในสถาบันการศึกษาส่วนใหญ่มีรูปแบบครอบครัวเป็นครอบครัวเดี่ยวอาศัยกับคู่สมรสและบุตร ร้อยละ 37.2 อาศัยอยู่กับคู่สมรส ร้อยละ 14.8 และครอบครัวขยาย 16.2 ซึ่งในกลุ่มนี้จะมีบุคคลในครอบครัวดูแลในขณะที่มีผู้ที่อาศัยอยู่ครอบครัวเดียวหรือคนเดียวถึงร้อยละ 31.8 และในกรณีที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีเพียงคนเดียวมีร้อยละ 15 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุจึงต้องเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพึ่งพาตนเองมีความสามารถในการจัดการวางแผนชีวิต วางแผนการเงิน วางแผนอาชีพ เพื่อให้คุณภาพชีวิตที่ดี และผลการศึกษาเกี่ยวกับหนี้สินของครอบครัว พบว่าบุคลากรในสถาบันการศึกษามีหนี้สินผูกพันหลังเกษียณ ร้อยละ 19.8 ผลการศึกษาด้านการวางแผนทางการเงิน พบว่าไม่มีการวางแผนทางการเงินเพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณอายุ ร้อยละ 38.2 เนื่องจากยังไม่เห็นความจำเป็นหรือความสำคัญของการวางแผน ร้อยละ 58.8 และ ขาดความรู้ในการวางแผน 41.2 ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุจึงต้องส่งเสริมให้ประชาชนทักษะการวางแผนทางการเงินเพื่อให้การวางแผนทางการเงินเพื่อใช้จ่ายในวัยเกษียณอายุเพิ่มมากยิ่งขึ้นดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

2. ผู้บริหารองค์กรควรให้ความสำคัญกับการดูแลบุคลากรในสถาบันการศึกษา โดยวางแผนการจัดสวัสดิการให้ครอบครัวถึงเลิกจ้างเมื่อเกษียณอายุการทำงาน เพื่อให้บุคลากรมีคุณภาพชีวิตที่ดี หรือการจ้างงานหลังเกษียณเนื่องจากมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 37.5 ปริญญาโทร้อยละ 39.3 และปริญญาเอกร้อยละ 17.3 บุคลากรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีศักยภาพและสมรรถนะในการทำงาน สามารถให้ข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

2.1 ปัจจัยในการทำงานด้านทักษะทางวิชาชีพมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานในภาพรวม ด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษาจึงควรมีการอบรม พัฒนาความรู้ ทักษะทางวิชาชีพในการทำงาน และเปิดโอกาสให้บุคลากรได้ปฏิบัติงานที่ทำทนายความรู้ความสามารถอยู่เสมอ และส่งเสริมให้เข้ารับการฝึกอบรมสัมมนา เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพในหน่วยงานหรือองค์กรอื่นอย่างสม่ำเสมอ มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมทั้งใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในงาน เพื่อให้สามารถมีสมรรถนะในการทำงานภายหลังเกษียณอายุงานได้ ส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม และมีเศรษฐกิจหรือการเงินที่ดี

2.2 ปัจจัยในการทำงานด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ไม่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานในภาพรวม อย่างไรก็ตามส่งผลต่อด้านจิตใจ สถาบันการศึกษาจึงควรกำหนดนโยบายให้ผู้บังคับบัญชาส่งเสริมสนับสนุนให้บุคลากรเสนอผลงานเพื่อความก้าวหน้า มอบหมายงานที่ใช้ความสามารถสูงขึ้น มีความยุติธรรมในการพิจารณาความดีความชอบ เพื่อให้บุคลากรประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานตามสมควรแก่ความสามารถ และเกิดความรู้สึกรับรู้มั่นคงในการปฏิบัติงาน

2.3 ปัจจัยในการทำงานด้านการทำงานร่วมกันและสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานในภาพรวมและรายด้านคือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่ส่งผลต่อด้านเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษาจึงควรส่งเสริมให้บุคลากรและเพื่อนร่วมงานมีความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจในการทำงาน ได้รับทราบปัญหาในงาน เปิดโอกาสได้ร่วมแสดงความคิดเห็น และแก้ไขปัญหาร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน เปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถจัดระบบและกิจกรรมส่งเสริมการทำงานเป็นทีม หรือสามารถปฏิบัติงานที่ต้องมีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยได้

2.4 ปัจจัยในการทำงานด้านความสมดุลระหว่างชีวิตในการทำงานและชีวิตครอบครัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานทั้งในภาพรวมและรายด้าน จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก สถาบันการศึกษาจึงต้องส่งเสริมให้บุคลากรสามารถจัดสรรเวลาการทำงานและเวลาส่วนตัวอย่างเหมาะสม สนับสนุนให้บุคลากรมีเวลาว่างสำหรับครอบครัว เวลาพักผ่อน งานอดิเรก สังสรรค์และท่องเที่ยว สามารถวางแผนการทำงานและชีวิตส่วนตัวล่วงหน้าได้ สามารถจัดสรรให้มีเวลาสำหรับในวันหยุด พักผ่อนนอกเวลางานได้อย่างเหมาะสม

3. บุคลากรในสถาบันการศึกษาควรให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานจากผลการศึกษาพบว่า การเกษียณอายุก่อให้เกิดผลกระทบต่อผู้ที่เกษียณอายุในหลายด้าน เนื่องจากต้องเข้าสู่ภาวะวัยสูงอายุด้วย ซึ่งผลกระทบเหล่านั้นล้วนแล้วแต่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้เกษียณหรือแม้แต่การดำเนินชีวิตอย่างมาก ผลกระทบจากการเกษียณอายุการทำงานดังกล่าวข้างต้น อาจส่งผลต่อผู้เกษียณอายุที่ขาดการวางแผนการเตรียมตัวสำหรับการเกษียณอายุการทำงานที่ดีซึ่งอาจเกิดภาวะตึงเครียดเศร้าหมอง และนำไปสู่ปัญหาสุขภาพที่รุนแรงต่อไปได้ เนื่องจากผู้เกษียณอายุไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทันทีภายหลังเกษียณได้ (Benchawan, 2015) จึงมีความจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณอายุการทำงานเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว สามารถให้ข้อเสนอแนะได้ ดังนี้

3.1 การเตรียมความพร้อมด้านร่างกายค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ความพร้อมทางด้านร่างกายเป็นการรับรู้สภาพทางร่างกายของบุคคล ซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน เช่น การรับรู้สภาพความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย การรับรู้ถึงความรู้สึกสุขสบาย ไม่มีความเจ็บปวด การรับรู้ถึงความสามารถที่จะจัดการกับความเจ็บปวดทางร่างกายได้ การรับรู้ถึงพลังกำลังในการดำเนินชีวิตประจำวัน การรับรู้ถึงความเป็นอิสระที่ไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น การรับรู้ถึงความสามารถในการเคลื่อนไหวของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการทำงาน การรับรู้ว่าตนไม่ต้องพึ่งยารักษาหรือการรักษาทางการแพทย์ เป็นต้น ดังนั้น บุคลากรจึงควรให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดความเจ็บป่วยตามร่างกาย และไม่กระทบต่อการทำงานหรือการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน นอนหลับอย่างเพียงพอ สร้างความคิดเชิงบวกและพึงพอใจที่สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ในแต่ละวันได้สำเร็จ และพึงพอใจกับความสามารถในการทำงาน

3.2 การเตรียมความพร้อมด้านจิตใจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ความพร้อมด้านจิตใจเป็นการรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง เช่น การรับรู้ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลมีต่อตนเอง การรับรู้ภาพลักษณ์ของตนเอง การรับรู้ถึงความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง การรับรู้ถึงความมั่นใจในตนเอง การรับรู้ถึงความคิด ความจำ สมาธิ การตัดสินใจ และความสามารถในการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของตน การรับรู้ถึงความสามารถในการจัดการกับความเศร้า หรือกังวล การรับรู้เกี่ยวกับความเชื่อต่าง ๆ ของตนที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต บุคลากรจึงควรฝึกฝนตนเองให้คิดเชิงบวกพึงพอใจในชีวิตที่เป็นอยู่ ฝึกสมาธิในการทำงาน ยอมรับสิ่งที่เกิดขึ้น

3.3 การเตรียมความพร้อมด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ความพร้อมด้านความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นการรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น การรับรู้ถึงการที่ได้รับความช่วยเหลือจากบุคคลอื่นในสังคม การรับรู้ว่าตนได้เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือบุคคลอื่นในสังคมด้วย รวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต บุคลากรจึงควรสร้างความสัมพันธ์หรือผูกมิตรกับผู้อื่น ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นหรือผู้ร่วมงานในมหาวิทยาลัย หรือเพื่อนบ้าน รวมทั้งมีความคิดเชิงบวกกับสภาพแวดล้อม บ้านเรือนที่อยู่อาศัย การรับรู้ข่าวสารที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต

3.4 การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก การเตรียมความพร้อมด้านเศรษฐกิจเป็นการวางแผนรายได้ การใช้จ่ายเงินให้สมดุลระหว่างรายรับ และรายจ่าย การเตรียมสะสมเงินออม และทรัพย์สิน เพื่อให้ฐานมั่นคงก่อนวัยเกษียณอายุการทำงาน ดังนั้น บุคลากรจึงควรจัดการงบประมาณ รายรับ-รายจ่าย หลังเกษียณอายุการทำงานอย่างรอบคอบ สามารถจัดการงบประมาณและรายรับ-รายจ่ายได้อย่างเหมาะสมหากแผนการเงินหลังเกษียณอายุมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะสามารถดำรงชีวิตหลังเกษียณอายุการทำงานได้โดยไม่เดือดร้อนทางเศรษฐกิจ ควรวางแผนการลดรายจ่ายที่ฟุ่มเฟือย หรือค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น หลังเกษียณอายุการทำงานได้โดยไม่กระทบกับการดำรงชีวิตปกติ หรือวางแผนการลดรายจ่ายสำหรับสิ่งที่ไม่จำเป็นลง ควรมีการเตรียมเงินสำรองหรือเงินสะสมทรัพย์สิน เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตหลังการเกษียณอายุการทำงาน ควรมีเงินสำรองสำหรับค่ารักษาพยาบาล รวมถึงเงินฉุกเฉินเมื่อเกิดสิ่งที่ไม่คาดคิดขึ้น และ ควรมีหลักทรัพย์ที่มั่นคงกรณีอายุมากขึ้น บุคลากรจะยังมีเงินไว้ใช้จ่ายเพื่อการดำรงชีวิตในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถขยายผลการศึกษาไปสู่การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อหาแนวทางการปฏิบัติในการเตรียมความพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษา หรือองค์การประเภทอื่น และเป็นข้อมูลในการวางแผนระดับบุคคล ระดับหน่วยงานหรือระดับประเทศสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน การจัดรูปแบบการเตรียมความพร้อมก่อนเกษียณอายุการทำงานต่อไป

2. การวิจัยครั้งนี้กำหนดตัวแปร 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยครอบครัว และ ปัจจัยการทำงานของสถาบันอุดมศึกษา ทั้งนี้ยังมีตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้องตามบริบทขององค์การที่อาจส่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล เช่น ปัจจัยองค์การ ปัจจัยทางสังคมหรือสภาพแวดล้อม ปัจจัยเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมพร้อมก่อนวัยเกษียณอายุการทำงานของรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งสามารถนำตัวแปรดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรกำกับเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างตามบริบทขององค์การ และนำไปสู่การประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Benchawan, P. (2015). The Preparation before The Retirement. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(1), 82-92. [In Thai]
- Budsaratragoon, P. (2022, September 5). 'Chula' points out that Thai people save little money, readiness after retirement is less than 40%. Matichon. https://www.matichon.co.th/economy/news_3545355. [In Thai]
- Chaisombut, D., & Yana, B. (2019). Factors related to the preparation for aging among pre-aging population. *Nursing Journal of the Ministry of Public Health*, 29(3), 131-143. [In Thai]
- Chewasopit, W. (2019). Aging society: the changed marketing factor. *Journal of MCU Nakhondhat*, 6(1), 38-54. [In Thai]
- Department of Older Persons. (2021, March 7). *Older statistics*. Department of Older Persons <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/335> [In Thai]
- Development of Order Person. (2021, June 21). *Current aging society and economy In Thailand*. Development of Order Person. <https://www.dop.go.th/th/know/15/926> [In Thai]
- Jaikhamwang, N., Panyanuwat, A., Ountapan, N., Thanawat, T., Udplong, A., & Intuwong, T. (2021). Readiness preparation for aging approach of the government officials in education, Uttaradit province, Thailand. *Journal of Health Science*. 30(Supplement 3), 454-463. [In Thai]
- Jakkhom, Y., Suywong, S., & Mongkam, J. (2022). The preparation for retirement of supporting personnel of faculty of medicine Khon Kaen University. *Journal of Chandrakasemsan*. 28(1), 141-156. [In Thai]
- Karakate, U., & Khetkan, P. (2019). The study of preparation before entering the elderly society. *Journal of Social Sciences Mahamakut Buddhist University*, 2(2), 75-89. [In Thai]
- Kasonbue, N., & Sukpun, P. (2020). Pre-retirement preparation of support staff of Suan Dusit University. *Academic journal Phranakhon Rajabhat University*. 11(1), 281-295. [In Thai]
- Kerdjang, P., & Thamma-apipon, S. (2018). Lifestyle and adaptation of retired teachers in Malaiman School Group. Nakhon Pathom Province. *Journal of Liberal Arts, Prince Songkla University*. 10(2), 395-410. [In Thai]
- Kitchareonkasem, P. (2016). Preparation for retirement of pre-aging employees at Krung Thai Bank. *Integrated Social Science Journal*, 3(2), 15-43. [In Thai]
- Marketeer Team. (2022, July 25). *Statistics of the Thai elderly in 2022, the number of elderly people continues to increase but the birth rate is low*. Marketeer. <https://marketeeronline.co/archives/272771> [In Thai]
- Meechana, P., Khansakorn, N., Silawan, T., Rawiworakul, T., & Phijaisanit, P. (2017). Readiness of pre-aging population for quality aging society in Nongyasai Sub district, Nongyasai District, Suphanburi Province. *EAU Heritage Journal Science and Technology*, 11(1), 259-271. [In Thai]
- Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2021). *Personnel information*. MHESI. https://info.mhesi.go.th/homestat_stf.php [In Thai]
- Nopnarin, W., & Kanokthet, T. (2020). *Factors Influencing the Elderly Retirement Preparation Behavior in Muang District, Phitsanulok Province* [Doctoral dissertation]. Naresuan University. [In Thai]
- Onthaisomg, C., Sornkla, K., Suebsun, S., & Promsuan, W. (2020). The preparation for entering the aging society of the population in Mueang District, Surin Province. *Journal of Nursing and Health Care*, 38(2), 53-62. [In Thai]

- Pangsir, M., & Wanaratwichi, C. (2020). The preparation for active aging among pre-aging population. *Journal of Phrapokklao Nursing College*, 31(2), 213-223. [In Thai]
- Panjapol, C. (2015). *Preparing for the Old Age: A Case Study from Office of the Permanent Secretary Ministry of Public Health (Central)* [Master's thesis]. Thammasat University. [In Thai]
- Rangsunnoen, G. (2011). *Factor analysis with SPSS and AMOS for research*. SE-Education. [In Thai]
- Silpcharu, T. (2020). *Research and statistical analysis with SPSS and AMOS* (18th ed). SR Printing Mass Product. [In Thai]
- Tangtipongkul, K. (2019). *Expansion of employment opportunities for the elderly in the private sector In Thailand*. Setthasarn. <http://www.setthasarn.econ.tu.ac.th/blog/detail/20/> [In Thai]
- Technical Promotion and Support Office. (2016). *Strategies to Promote Financial Saving in Adulthood to Prepare for Seniorhood*. Technical Promotion and Support Office. <http://tpso4.m-society.go.th/images/DatabaseTPSO4/Research/2559/Saving.pdf> [In Thai]
- Thiantavon, K. (2020). *The Study of the pre-retirement preparation model of provincial electricity authority employees, area 1, Central Region, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province* [Master's thesis]. Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. [In Thai]
- Tipwong, N., & Suppapatiporn, S. (2017). Quality of life and preparation for quality aging, Society of Registered Nurses of private hospital, Bangkok Metropolis. *Chula Med*, 61(1), 103-115. [In Thai]
- United Nation. (2015). *World populations ageing2015*. Author.
- Vibbluecher, C. (2019). *The preparation toward the retirement of the private-run staffs in the Nonthaburi Province*. Master Degree in Business Administration for Excellence. http://www.excmba-abstract.ru.ac.th/AbstractPdf/2562-1-2_1603764886.pdf [In Thai]
- Wichit, A. (2019). Preretirement preparation of officer in the national housing authority: A case study of officer in head office. *Humanities and social sciences journal, Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 8(1), 27-39. [In Thai]
- Wongwiwat, P., & Charoenwiriyaikul, C. (2020). Retirement preparation of staff in Suan Sunandha Rajabhat University. *Journal of the Association of Researchers*, 24(3), 348-361. [In Thai]
- Yutthaphonphini, P., Thanee, V., Chuanchaisitt, T., Boonkurd, C., & Rattananon, S. (2017). *A comparison of retirement preparation between public and private universities personal in Chonburi province*. https://tdc.thailis.or.th/tdc/dccheck.php?Int_code=51&ReclId=761&obj_id=6681&showmenu=no [In Thai]

ความคาดหวังและความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในประเทศไทย

Consumer expectations and adoption intention towards mobile health (mHealth) application in Thailand

ดร. ชลลดา สัจจานิตย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Dr. Chonlada Sajjanit

Assistant Professor of Marketing Department,
Kasetsart Business School, Kasetsart University
E-mail: chonlada.saj@ku.th; Ph: 098-089-4950

วันที่ได้รับความ	: 6 ธันวาคม 2566
วันที่แก้ไขปรับปรุงความ	
ครั้งที่ 1	: 5 มกราคม 2567
ครั้งที่ 2	: 21 มกราคม 2567
วันที่ตอบรับตีพิมพ์ความ	: 25 มกราคม 2567

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อศึกษา 1) ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ในประเทศไทย 2) ความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในประเทศไทย และ 3) อิทธิพลของความคาดหวังของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในประเทศไทยผู้วิจัยเลือกใช้การศึกษาแบบผสมผสานประกอบด้วย การศึกษาเชิงคุณภาพได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริโภคราย 20 คนในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 และการศึกษาเชิงปริมาณได้แก่ การสำรวจผู้บริโภคราย 339 คนโดยใช้แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ได้แก่กูเกิ้ลฟอร์ม ในระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือน พฤษภาคม 2566 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพ จำนวน 42 รายการ โดยร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้สัมภาษณ์มีความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันดังกล่าว

สำหรับผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยวิธีสมการโครงสร้างซึ่งมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (TLI = 0.90, CFI = 0.91, RMR = 0.04, RMSEA = 0.06) พบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งเป็นตัวแปรแฝงอันดับสอง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชัน mHealth ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาก่อให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการโดยเป็นการเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัยสำหรับการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ในบริบทของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มาจากมุมมองของผู้บริโภค และสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาเป็นมาตรวัดคุณภาพการบริการการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในขั้นต่อไปได้ สำหรับประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ ผลการศึกษาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ อาทิ โรงพยาบาล คลินิก และนักพัฒนาซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการศึกษาด้านความคาดหวังไปใช้เป็นแนวทางศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันด้านสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับประชาชน

คำสำคัญ: ความคาดหวังของผู้บริโภค ความตั้งใจใช้บริการ แอปพลิเคชันดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ บริการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ บริการดูแลสุขภาพทางไกล

Abstract

The objectives of this study were to study: 1) consumer expectations towards mobile health (mHealth) application in Thailand, 2) adoption intentions towards mobile health (mHealth) application in Thailand, and 3) influence of consumer expectations on adoption intention towards mobile health (mHealth) application in Thailand. This study employed mixed-method research comprising in-depth qualitative interviews of 20 informants in February 2023, and a quantitative survey of 339 consumers in Thailand via Google Form for 3 months starting from March 2023 to May 2023. The qualitative findings using content analysis indicated that consumer expectations of 42 items for mHealth application. Additionally, 80% of interviewees were interested in downloading the mHealth application.

According to the Structural Equation Modeling analysis, the indices (TLI = 0.90, CFI = 0.91, RMR = 0.04, RMSEA = 0.06) indicated that the model fitted the data well. It was found that the second-order construct of consumer expectations of mHealth application had a positive effect on adoption intentions towards mHealth application in Thailand at the significance level of 0.05. For academic contributions, this study fills the research gap in extending the body of knowledge in healthcare industry from customer perspectives. The findings could be an essential step for future developments of Mhealth service quality measure based on customer expectations. For practical contributions, the study results provide benefits for healthcare practitioners including hospitals and clinics as well as software developers in developing and improving their mHealth applications based on actual customers' needs. Additionally, this research encourages government agencies to further study and develop the healthcare applications based on Thai residents' expectations.

Keywords: Consumer expectations, Adoption intention, Mobile health application, e-Healthcare services, Telehealth services

บทนำ

การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและแพร่กระจายไปทั่วทุกมุมโลกในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีดังกล่าวนี้ส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดต่อรูปแบบการส่งมอบบริการด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพที่ยั่งยืนยิ่งขึ้น (Alam et al., 2020) การบริการด้านการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (eHealth or e-Healthcare service) ซึ่งเป็นระบบการให้บริการดูแลสุขภาพในระยะไกลผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและระบบอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อผู้บริโภคในปัจจุบันที่จะสามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ การนัดหมายและรับคำปรึกษาด้านสุขภาพผ่านระบบออนไลน์ (Verma et al., 2022) ดังนั้นการดูแลสุขภาพทางไกลดังกล่าวจึงช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการเข้าถึงการดูแลสุขภาพได้รวดเร็วยิ่งขึ้น สามารถประหยัดเวลาและต้นทุนและจำกัดข้อจำกัดของการต้องเดินทางไปใช้บริการที่สถานที่ให้บริการส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Li et al., 2022)

ทั้งนี้ กล่าวได้ว่าการดูแลสุขภาพระยะไกลหรือการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) มีการปรับเปลี่ยนการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรทางการแพทย์กับบุคลากรทางการแพทย์ด้วยกันเอง หรือบุคลากรทางการแพทย์กับผู้ป่วยจากระบบทางไกลจากรูปแบบเดิม เช่น ไปรษณีย์ โทรศัพท์ โทรศัพท เพื่อให้บริการ คำแนะนำ คำสั่งเกี่ยวกับการวินิจฉัยโรค การรักษาพยาบาลด้วยการติดต่อสื่อสารระบบใหม่ที่สามารถเห็นหน้าทั้งสองฝ่าย ตลอดจนส่งภาพในระหว่างการสื่อสารได้ ดังนั้น การดูแลสุขภาพทางไกลผ่านระบบออนไลน์ จึงมีประโยชน์หลายประการ อาทิ เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว ลดเวลา ค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้ป่วยและญาติ ลดความแออัดในโรงพยาบาล ลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อโรคจากผู้อื่น และทำให้คุณภาพการรักษาพยาบาลต่อผู้ที่อยู่ห่างไกลดียิ่งขึ้น สามารถติดตามได้บ่งชี้ผ่านระบบออนไลน์ (Hutteerat, 2021) โดยในปี 2564-2565 มีผู้ใช้บริการการแพทย์ทางไกลผ่านสิทธิหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ จำนวน 68,953 คน จำนวน 177,296 ครั้ง โดยสัดส่วนผู้ใช้บริการมากที่สุดร้อยละ 54 เป็นเพศหญิงและมีอายุ 60 ปีขึ้นไป (Saeraneesopon et al., 2023)

ในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขได้ผลักดันการขับเคลื่อนระบบสุขภาพผ่านยุทธศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศสุขภาพ (eHealth Strategy) ตามแนวทางของกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) โดยให้นิยามของ eHealth ว่าคือ “เทคโนโลยีดิจิทัลและบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) ที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการด้านสุขภาพและประชาชน เพื่อให้สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งถึง เป็นธรรมและปลอดภัย” (ICT, Office of the Permanent Secretary of Ministry of Public Health, 2017) โดยแนวคิด eHealth จะช่วยให้ผู้ป่วยเข้าถึงระบบบริการสุขภาพได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น ข้อมูลการรักษามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถบันทึกและส่งต่อข้อมูลได้อย่างมีคุณภาพ ผู้ป่วยสามารถได้รับการดูแลรักษาจากระยะไกล ทำให้ประชาชนมีข้อมูลสามารถจัดการสุขภาพของตนเองได้ นำไปสู่ชีวิตที่มีสุขภาพดี (ICT, Office of the Permanent Secretary of Ministry of Public Health, 2017)

ทั้งนี้ การให้บริการด้านการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) เป็นหนึ่งในรูปแบบที่สำคัญของการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (eHealth) โดยการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) หมายถึง การที่ผู้บริโภคตัดสินใจที่จะดูแลสุขภาพหรือรับบริการทางการแพทย์ หรือบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Li et al., 2022) ดังนั้น Mobile Health หรือ m-Health หรือ mHealth จึงเป็นคำบัญญัติที่ใช้โดยนักวิชาการ (Kaium et al., 2020; Li et al., 2022; Miao et al., 2017; Soni et al., 2021) ในการศึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทางไกลผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ จึงไม่ใช่ชื่อเฉพาะหรือตราสินค้าใดตราสินค้าหนึ่ง

ผู้วิจัยเลือกศึกษาการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เนื่องจากอัตราการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภคทั่วโลกและในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และการกำหนดมาตรการรักษาระยะห่างของบุคคลของภาครัฐทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น และยังเป็นปัจจัยเร่งให้บุคคลมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ดูแลสุขภาพทางไกลผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่อย่างแพร่หลาย ประกอบกับมีแอปพลิเคชัน (Application) ซึ่งหมายถึง ซอฟต์แวร์หรือโปรแกรมประยุกต์ที่ตอบสนองความต้องการและช่วยการทำงานของผู้ใช้ (Kiadrasamee, 2015) (ต่อไปเรียกว่า แอปฯ) ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพหลากหลายจึงให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาดูแลตนเองและหันมาใช้วิถีชีวิตที่มีสุขภาพดีมากขึ้น ดังนั้น การบริการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่จึงมีแนวโน้มเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Mbunge et al., 2022; Soni et al., 2021)

สำหรับประเทศไทย ภาครัฐและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมด้านสุขภาพได้มีการเริ่มการให้บริการและพัฒนาแอปฯ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ หรือ mHealth อาทิ ในส่วนของภาครัฐ กระทรวงสาธารณสุขได้พัฒนาแอปฯ “หมอพร้อม” เพื่อเชื่อมโยงคลินิกเวชกรรม คลินิกทันตกรรม คลินิกเทคนิคการแพทย์ ร้านยา เพื่อให้บริการการแพทย์ทางไกล การออกใบรับรองแพทย์แบบดิจิทัล และอื่น ๆ (Moh Prompt, 2022) สำหรับภาคเอกชน โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งก็ได้มีการพัฒนาแอปฯ ที่เกี่ยวข้องกับ mHealth เพื่อให้บริการดูแลสุขภาพทางไกลผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ด้วยเช่นกัน อาทิ แอปฯ “BDMS Health Passport” ของโรงพยาบาลในเครือ BDMS ให้ข้อมูลสุขภาพ ประวัติการรักษา ค้นหาแพทย์ นัดหมายและข้อมูลโรงพยาบาลในเครือฯ นอกจากนี้ยังมีผู้พัฒนาแอปฯ เพื่อสุขภาพ หรือ mHealth อีกหลายแอปฯ อาทิ “Ooca” เป็นแอปฯ ที่ให้บริการให้คำปรึกษาทางสุขภาพจิตผ่านวิดีโอคอล แอปฯ “ChiiWii” ให้คำแนะนำด้านสุขภาพแก่ผู้หญิง แม่และเด็ก และการดูแลสุขภาพกายสุขภาพจิตของคนในครอบครัว แอปฯ “See Doctor Now” ให้บริการปรึกษาแพทย์ผ่าน VDO Call เป็นต้น ซึ่งแอปฯ ที่เกี่ยวข้องกับ mHealth เหล่านี้จะคิดค่าบริการตามระยะเวลาการให้คำปรึกษา หรือเหมาจ่ายเป็นจำนวนครั้งในลักษณะราคาต่อแพคเกจ (Banchanont, 2020; Bangkok Hospital, 2022)

ทั้งนี้ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทางไกลจัดว่าเป็นช่องว่างทางทฤษฎีสำหรับการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ในบริบทของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีความสำคัญต่อการสร้างกระบวนการต้นแบบและยังก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติต่อผู้ประกอบการ (Mele & Izzo, 2021) โดยงานวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) นั้นพบในหลายประเทศ แต่ในประเทศกำลังพัฒนา อาทิ จีน (Alam et al., 2020; Li et al., 2022) อินเดีย (Pai & Alathur, 2019; Soni et al., 2021) บังกลาเทศ (Alam et al., 2020; Kaium et al., 2020) และประเทศในแอฟริกา (Mbunge et al., 2022) ซึ่งเป็นประเทศที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการดูแลสุขภาพทางไกลและยังไม่แพร่หลายอย่างเช่นในประเทศแถบตะวันตก จะพบว่าการศึกษาในกลุ่มประเทศเหล่านี้มักใช้วิธีการสำรวจเชิงปริมาณ ยังไม่พบการศึกษาเชิงลึกหรือการศึกษาแบบผสมผสานทางการศึกษา และเป็นที่สังเกตว่า การศึกษาวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับ mHealth มักมาจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบการ การศึกษาเชิงลึกจากมุมมองของผู้บริโภคยังมีน้อยมาก (Alam et al., 2020) ตลอดจนยังไม่พบการศึกษาเกี่ยวกับ mHealth ในประเทศไทย จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความคาดหวังของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer Expectations)

ความคาดหวังของผู้บริโภคหรือความคาดหวังของลูกค้าเป็นความหมายของลูกค้าถึงผลการใช้สินค้าหรือบริการของธุรกิจก่อนการใช้งานจริงหรือใช้บริการจริง (Chang, 2007; Kotler & Armstrong, 2018) โดย Miller (1977) กล่าวว่าความคาดหวังสามารถอธิบายเจาะจงได้ถึง 4 ความหมาย ได้แก่ ความคาดหวังในอุดมคติ (Ideal expectations) ซึ่งเป็นความคาดหวังในระดับที่บุคคลปรารถนา รูปแบบที่ 2 ได้แก่ ความคาดหวังที่คาดไว้หรือประมาณการไว้ (Expected expectations) เป็นความคาดหวังที่คาดการณ์จากผลลัพธ์โดยเฉลี่ยที่เกิดขึ้นในอดีต รูปแบบที่ 3 เป็นความคาดหวังในขั้นต่ำ หรืออยู่ในระดับที่ยินยอมได้รับได้ (Minimum tolerable expectations) และรูปแบบสุดท้ายเป็นความคาดหวังที่สมควรได้รับ (Deserved expectations) โดยลูกค้าพิจารณาจากการที่ตนต้องลงทุนด้านเงินและเวลาเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการนั้น สำหรับการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความคาดหวังในความหมายของความคาดหวังในอุดมคติ (Ideal expectations) ซึ่งเป็นความคาดหวังในระดับที่ผู้บริโภคปรารถนาต่อการใช้แอปฯ การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่

สำหรับความคาดหวังของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ นักวิชาการได้ศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคจากการพัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการไม่ว่าจะเป็นเข้าใช้บริการในสถานพยาบาล การดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (eHealth) การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยที่เป็นความคาดหวังของผู้บริโภคเมื่อเข้าใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในบริบทต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้บริโภคในอุตสาหกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ

ผู้แต่ง (ปี)	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของผู้บริโภค	บริบท
Camilleri & O'Callaghan (1998)	กระบวนการรับตัวเข้ารับรักษา ทักษะคิดของแพทย์ ทักษะคิดบุคลากรทางการแพทย์ สภาพแวดล้อมโรงพยาบาล สิ่งอำนวยความสะดวกผู้ป่วย แผนการจำหน่ายผู้ป่วย	โรงพยาบาล
Aagja & Garg (2010)	การรับตัวเข้ารับรักษา บริการทางการแพทย์ บริการโดยรวมของโรงพยาบาล การจำหน่ายผู้ป่วย ความรับผิดชอบต่อสังคม	โรงพยาบาลรัฐ
Verma et al. (2022)	คุณภาพโดยรวมและคุณภาพทางเทคนิคของ eHealth คุณภาพด้านขั้นตอนการใช้งาน เวลาและการตอบสนอง คุณภาพด้านโครงสร้างทางเทคนิคและโครงสร้างองค์กร คุณภาพด้านการปฏิสัมพันธ์และเวลาที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์ คุณภาพด้านบรรยากาศการใช้ eHealth	eHealth
Alam et al. (2020)	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน mHealth	mHealth
Hoque & Sorwar (2017)	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ mHealth	mHealth

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าความคาดหวังของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ mHealth ประกอบด้วยความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน หรือความคาดหวังที่แอปฯ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน (Performance expectancy) และความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ ซึ่งเป็นความสะดวกหรือความง่ายในการเข้าใช้ mHealth (Effort expectancy) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในประเทศไทยจะมีการพัฒนาแอปฯ mHealth โดยภาครัฐและภาคเอกชนแต่ยังไม่พบการศึกษาความต้องการหรือความคาดหวังที่มาจากมุมมองจากผู้บริโภคอย่างแท้จริง และเป็นที่น่าสนใจว่านอกจากความคาดหวังทั้งสองด้านดังกล่าว ผู้บริโภคในไทยมีความคาดหวังต่อแอปฯ mHealth อย่างไร ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคาดหวังของลูกค้าต่อแอปฯ mHealth ดังกล่าว

ทฤษฎีการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง (The Expectancy-Disconfirmation Model: EDT)

โดยปกติในการศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้า นักวิชาการมักจะอ้างอิงทฤษฎีการไม่สอดคล้องกับความคาดหวังที่พัฒนาโดย Oliver (1980) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของตนเองกับการใช้สินค้าหรือบริการจริง หากประเมินแล้วผลการใช้สินค้าจริงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ จะเรียกว่าความไม่สอดคล้องในทางลบ (Negative disconfirmation) แต่หากการใช้สินค้าหรือบริการจริงอยู่ในระดับที่เหนือกว่าความคาดหวัง จะเรียกว่าความไม่สอดคล้องในทางบวก (Positive disconfirmation) ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าในที่สุด ดังนั้น ผลการศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคในครั้งนี้มุ่งให้เกิดความไม่สอดคล้องในทางบวกเพื่อที่ผู้ประกอบการจะได้จัดเตรียมการให้บริการในระดับที่ตรงหรือเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าต่อไป

ความตั้งใจใช้บริการ (Adoption Intention)

ความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภค เป็นขั้นตอนการตัดสินใจที่สำคัญในกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ที่ประกอบด้วย การตระหนักหรือรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ หลังจากที่ได้ค้นหาข้อมูล และทำการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์หรือแบรนด์แล้ว ในที่สุดผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า และขั้นตอนสุดท้ายได้แก่ การประเมินผลหลังการใช้ (Kotler & Armstrong, 2018) ทั้งนี้กระบวนการตัดสินใจที่แตกต่างขึ้นกับประเภทสินค้า สถานการณ์การซื้อ และลักษณะเฉพาะตัวบุคคลของผู้บริโภคเอง สำหรับการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นการตัดสินใจในด้านความตั้งใจใช้บริการซึ่งตรงกับขั้นตอนที่ 4 ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการในการวางแผนทางการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการเปลี่ยนผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า (Potential customers) เป็นผู้ที่เป็ลูกค้าอย่างแท้จริงขององค์กร (Actual customers)

ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT)

การศึกษาความตั้งใจใช้บริการในงานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาความตั้งใจใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ได้แก่ แอปฯ การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ผู้วิจัยจึงอ้างอิงทฤษฎีที่เป็นที่นิยมใช้ในการอธิบายการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคล (Arora et al., 2020) ได้แก่ ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) ที่พัฒนาโดย Venkatesh et al. (2003) ทฤษฎี UTAUT กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance expectancy) ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort expectancy) อิทธิพลทางสังคม (Social influence) และปัจจัยเอื้อหนุนในการใช้เทคโนโลยี (Facilitating condition) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) และพฤติกรรมการใช้ (Use behavior) ของบุคคล ซึ่งความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) ในที่นี้หมายถึง ความเต็มใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมซึ่งสะท้อนจากแรงจูงใจที่ขับเคลื่อนให้แสดงพฤติกรรมนั้นออกมาและยังแสดงถึงระดับความพยายามของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ (Arora et al., 2020) จากคำจำกัดความของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น งานวิจัยนี้อ้างอิงความหมายของความตั้งใจใช้บริการ (Adoption intention) ว่าเป็นความเต็มใจและตั้งใจของผู้บริโภคที่จะติดตั้งแอปฯ ในการใช้บริการการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic review) จากฐานข้อมูล 8 แหล่งในระหว่างปี 2010 - มีนาคม 2019 โดย Kaium et al. (2019) พบว่ามี 15 ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลมากที่สุดต่อความตั้งใจใช้ mHealth ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย อิทธิพลทางสังคม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถตนเอง ความไว้วางใจ ปัจจัยเอื้อหนุนในการใช้งาน ความกังวลเกี่ยวกับเทคโนโลยี ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ต้นทุนทัศนคติ การต่อต้านการเปลี่ยนแปลง การรับรู้ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ mHealth ด้วยเช่นกัน อาทิ ระดับความพึงพอใจ ผลกระทบของเครือข่าย (Miao et al., 2017) การตระหนักรู้เกี่ยวกับแอปฯ นวัตกรรมส่วนบุคคล (Pai & Alathur, 2019)

การบริการด้านการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mobile Health Services: mHealth)

การบริการด้านการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth services) เป็นหนึ่งในบริการที่สำคัญของการบริการด้านการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Healthcare services) ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการดูแลสุขภาพ โดยผู้บริโภครหรือผู้ป่วยสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสาร นัดหมายและปรึกษาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ การตรวจวินิจฉัย การรักษาผ่านระบบออนไลน์ (Verma et al., 2022) ทั้งนี้ในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์นั้น นักวิชาการอาจใช้ชื่อเรียกและให้คำจำกัดความที่แตกต่างกันตามขอบเขตการให้บริการ อาทิ การแพทย์เสมือน (Virtual healthcare) การดูแลสุขภาพทางไกล (Telehealth services) โทรเวชกรรม (Telemedicine) ทดแทนกันสำหรับแนวคิดการดูแลสุขภาพในระยะไกลโดยอาศัยระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้ริเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี 1879 (Becker & Porter, 2021)

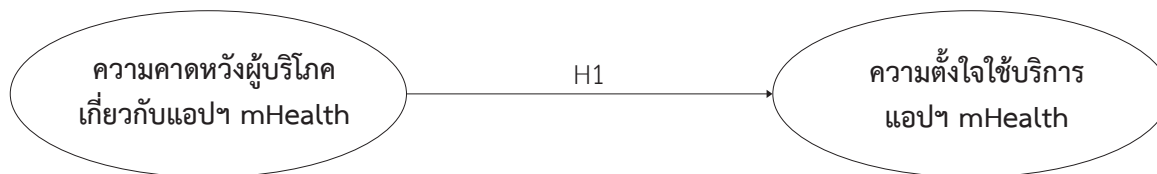
สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการบริการด้านการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ซึ่งหมายถึง การที่ผู้บริโภครตัดสินใจที่จะดูแลสุขภาพหรือรับบริการทางการแพทย์หรือบริการฉุกเฉิน หรือบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยใช้อุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ อาทิ โทรศัพท์เคลื่อนที่ คอมพิวเตอร์พกพาขนาดเล็ก (Personal digital assistant: PDA) เครื่องเฝ้าระวังผู้ป่วย (Patient monitoring devices) และอุปกรณ์ไร้สายอื่นๆ (Li et al., 2022) สำหรับการศึกษาการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) ในที่นี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาความคาดหวังและความตั้งใจของผู้บริโภคต่อแอปฯ ที่อยู่บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ต ซึ่งเป็นอุปกรณ์พกพาโดยทั่วไปที่สามารถดาวน์โหลดแอปฯ mHealth ได้

คุณภาพการบริการการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์และการให้บริการการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (eHealthcare and mHealth Service Quality)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีผู้พัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (eHealthcare service quality) แต่ยังไม่มีการพัฒนามาตรวัดการให้บริการการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth service quality) โดย Hadwiche et al. (2010) ได้พัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการสำหรับ e-health ส่วน Verma et al. (2022) ได้ใช้แบบจำลองลำดับขั้น 5Qs หรือ 5Qs Model ของ Zineldin (2006) เพื่อประเมินการรับรู้คุณภาพบริการของผู้บริโภคในการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (eHealthcare service quality) ประกอบด้วย 1) คุณภาพของสิ่งที่ทำการประเมิน (Quality of object) ซึ่งได้แก่ คุณภาพโดยรวมของการรักษาผู้ป่วยและคุณภาพทางเทคนิคในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการ สำหรับแอปฯ mHealth ในที่นี้ได้แก่ เทคโนโลยีและลักษณะการบริการดูแลสุขภาพที่ผู้บริโภคต้องการ 2) คุณภาพของกระบวนการ (Quality of process) ในการให้บริการ eHealth ได้แก่ ขั้นตอนการบริการที่มีประสิทธิภาพระยะเวลาในการให้บริการ สำหรับแอปฯ mHealth ได้แก่ ขั้นตอนในการเข้าใช้บริการในมุมมองของผู้บริโภคตั้งแต่การดาวน์โหลดแอปฯ จนกระทั่งสิ้นสุดการใช้บริการ 3) คุณภาพของโครงสร้างการบริการ (Quality of infrastructure) ได้แก่ โครงสร้างด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงพยาบาล ทักษะของบุคลากรทางการแพทย์ที่ให้บริการ และโครงสร้างองค์การที่สนับสนุนการให้บริการ สำหรับคุณภาพของโครงสร้างการบริการแอปฯ ในที่นี้ได้แก่ โครงสร้างด้านระบบอำนวยความสะดวกของแอปฯ mHealth 4) คุณภาพของการมีปฏิสัมพันธ์ (Quality of interaction) ได้แก่ มารยาทที่ดีในการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ รูปแบบการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารของผู้ให้บริการแอปฯ mHealth และ 5) คุณภาพของบรรยากาศโดยรวมในการให้บริการ (Quality of atmosphere) ได้แก่ สิ่งแวดล้อมการบริการด้านต่างๆ ที่มุ่งเน้นผู้รับบริการหรือคนไข้ (Verma et al., 2022) สำหรับบริบทในการศึกษาครั้งนี้เป็นแอปฯดูแลสุขภาพ mHealth บรรยากาศในที่นี้จึงเป็นบรรยากาศที่สะท้อนความรู้สึกในการเข้าใช้แอปฯ ในมุมมองของผู้บริโภค

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังไม่มีนักศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับความคาดหวังและความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปฯ ดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ในประเทศไทยที่มาจากมุมมองของผู้บริโภคในเชิงลึก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเสนอกรอบแนวคิดการวิจัย (ภาพที่ 1) และสมมติฐานการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย: ความคาดหวังของลูกค้าและความตั้งใจใช้บริการแอปฯ

จากทฤษฎี UTAUT (Venkatesh et al., 2003) ที่อธิบายถึงความคาดหวังของบุคคลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยเฉพาะความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance expectancy) และความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort expectancy) สามารถส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) ซึ่งจากงานวิจัยเชิงประจักษ์พบว่าความคาดหวังของลูกค้าทั้งสองด้านส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการเภสัชกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Pharmacy (Srivastava & Raina, 2021) และบริการการแพทย์ทางไกล หรือ Telemedicine (Alviani et al., 2023) ซึ่งเมื่อเจาะจงที่การศึกษาความคาดหวังดังกล่าวต่อความตั้งใจใช้แอปฯ mHealth จะพบว่าความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Alam et al., 2020; Hoque & Sorwar, 2017) และความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Hoque & Sorwar, 2017) ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปฯ mHealth ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การรับรู้ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวก็ส่งผลต่อความตั้งใจใช้แอปฯ mHealth (Kaium et al., 2019) (ตารางที่ 2) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาความคาดหวังโดยรวมต่อแอปฯ mHealth จากมุมมองของผู้บริโภค ซึ่งเสนอว่าจะมีความคาดหวังด้านอื่นๆ นอกเหนือจากด้านประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์การใช้งานและด้านความพยายามในการใช้แอปฯ โดยอ้างอิงจากแบบจำลอง 5Qs (Zineldin, 2006) ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ลักษณะการบริการดูแลสุขภาพที่ผู้บริโภคคาดหวัง กระบวนการ โครงสร้าง การปฏิสัมพันธ์เมื่อเข้าใช้บริการ เป็นต้น โดยผู้วิจัยเสนอว่าความคาดหวังของผู้บริโภคที่มีต่อแอปฯ mHealth ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการแอปฯ ดังกล่าว นำไปสู่การตั้งสมมติฐานดังต่อไปนี้

H_1 : ความคาดหวังของผู้บริโภคส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปฯ ดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth)

ตารางที่ 2 การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของลูกค้าและความตั้งใจใช้บริการแอปฯ

ผู้แต่ง (ปี)	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
Alam et al. (2020)	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ อิทธิพลทางสังคม ปัจจัยเกื้อหนุน การรับรู้ความน่าเชื่อถือ คุณค่าด้านราคา	ความตั้งใจและพฤติกรรม การใช้จริง แอปฯ mHealth	การสำรวจเชิงปริมาณ ผู้บริโภค 296 คน ในบังกลาเทศ และ 250 คนในจีน	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน และ อิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ mHealth ในทั้ง 2 ประเทศ
Alviani et al. (2023)	ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน ความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ อิทธิพลทางสังคมความรู้เกี่ยวกับ eHealth ความไว้วางใจ ปัจจัยเกื้อหนุน คุณค่าด้านราคา ความเป็นส่วนตัว	ความตั้งใจใช้บริการ การแพทย์ทางไกล	การสำรวจเชิงปริมาณ ผู้บริโภค 144 คน ในอินโดนีเซีย	ปัจจัยทุกด้านยกเว้น ปัจจัยเกื้อหนุน คุณค่าด้านราคา ความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการการแพทย์ทางไกล

ตารางที่ 2 การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังของลูกค้าและความตั้งใจใช้บริการแอปฯ (ต่อ)

ผู้แต่ง (ปี)	ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
Hoque & Sorwar (2017)	ความคาดหวัง ด้านประสิทธิภาพ การใช้งาน ความคาดหวัง ด้านความพยายาม ในการใช้ อิทธิพล ทางสังคม ความกังวล เกี่ยวกับเทคโนโลยี การต่อต้านการ เปลี่ยนแปลง ปัจจัยเกื้อหนุน ในการใช้งาน	ความตั้งใจ ใช้บริการแอปฯ mHealth	การสำรวจเชิงปริมาณ ผู้บริโภคนสูงอายุ 300 คนในบังกลาเทศ	ทุกปัจจัย ยกเว้น ปัจจัยเกื้อหนุน ในการใช้งาน ส่งผลต่อความตั้งใจ ใช้ mHealth
Kaium et al. (2019)	94 ปัจจัย	ความตั้งใจ เชิงพฤติกรรม/ ความตั้งใจใช้บริการ/ ความตั้งใจใช้/ทัศนคติ ต่อการใช้ mHealth	การทบทวน วรรณกรรม อย่างเป็นระบบ (Systematic review) จากฐานข้อมูล 8 แหล่ง ปี 2010 - มีนาคม 2019	15 ปัจจัย อาทิ ความคาดหวัง ด้านประสิทธิภาพ การใช้งาน ความคาดหวัง ด้านความพยายาม ในการใช้ การรับรู้ ประโยชน์ การรับรู้ ความง่าย ความเป็น ส่วนตัวส่งอิทธิพล มากที่สุดต่อความตั้งใจ ใช้ mHealth
Srivastava & Raina (2021)	ความคาดหวัง ด้านประสิทธิภาพ การใช้งาน ความคาดหวัง ด้านความพยายาม ในการใช้ อิทธิพล ทางสังคม แรงจูงใจ ด้านความรู้สึกร อายุ เพศ ประสบการณ์	ความตั้งใจใช้บริการ e-pharmacy	การสำรวจเชิงปริมาณ ผู้บริโภคน 184 คน ในอินเดีย	ทุกปัจจัยยกเว้นเพศ และประสบการณ์ มีอิทธิพล ต่อความตั้งใจ ใช้ e-Pharmacy

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบงานวิจัย ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed methods research) ประกอบด้วย การศึกษาเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การศึกษาเชิงคุณภาพ

สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative study) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นรายบุคคล ซึ่งจะสามารถรวบรวมข้อมูลเชิงลึกในด้านความรู้สึก ความคิดเห็น ความตั้งใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ในประเด็นที่ต้องการศึกษาได้เป็นอย่างดี ตลอดจนจัดอุปสรรคที่เกิดจากการโน้มน้าวจากอิทธิพลของกลุ่ม (Churchill Jr, 1995) โดยรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัยนี้ศึกษาในรูปแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenological interviewing) ในการทำความเข้าใจกระบวนการสร้างโลกทัศน์ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผ่านมุมมองและประสบการณ์ของบุคคล (Marshall & Rossman, 2006) โดยผู้วิจัยได้ออกแบบกระบวนการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมด 7 ขั้นตอน โดยขั้นตอนแรกผู้วิจัยจะพัฒนาคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) กล่าวคือผู้สัมภาษณ์กำหนดคำถามปลายเปิดไว้ล่วงหน้า ไม่ใช้คำพูดเจาะจงในการสัมภาษณ์ และสามารถเรียงลำดับคำถามตามความเหมาะสมในการตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ ตลอดจนสามารถเพิ่มเติมคำถามที่สามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ได้เพื่อให้เกิดความเข้าใจเชิงลึกในบางประเด็นคำตอบให้มากยิ่งขึ้น (Babbie, 2010; Leavy, 2017) ขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยนำคำถามกึ่งโครงสร้างดังกล่าวให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบได้แก่ นักวิชาการทางการตลาดจำนวน 2 คนและผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลจำนวน 1 คน ขั้นตอนที่สามผู้วิจัยติดต่อกับผู้ให้ข้อมูลทางโทรศัพท์และอีเมล หลังจากนั้นขั้นตอนที่สี่ผู้วิจัยจึงทำการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเป็นรายบุคคลในเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ณ สถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลนัดหมายและสะดวก ขั้นตอนที่ห้า ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ ขั้นตอนที่หก นำผลการวิเคราะห์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาและผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลตรวจสอบอีกครั้ง ขั้นตอนที่สุดท้ายเป็นการรายงานผลการศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและความตั้งใจใช้แอปฯ mHealth ในประเทศไทย และนำผลไปใช้เป็นมาตรฐานตัวแปรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง และการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยสำหรับผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคในประเทศไทยที่รู้จักการบริการทางการแพทย์ทางไกล การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ หรือมีประสบการณ์การใช้แอปฯ ที่เกี่ยวข้องดังกล่าว เพื่อสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกตรงกับประเด็นที่ต้องการศึกษา การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้นอ้างอิงคำแนะนำของ Guest et al. (2006) ซึ่งแนะนำว่าจำนวนตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ตัวอย่างขึ้นไป ประกอบกับ Marshall (1996) ชี้ว่าควรเก็บรวบรวมข้อมูลจนกว่าข้อมูลจะซ้ำหรือไม่มีข้อมูลใหม่ ดังนั้น จำนวนตัวอย่างสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ในเบื้องต้นจึงเท่ากับ 20 ตัวอย่าง สำหรับการกำหนดขอบเขตของผู้ให้สัมภาษณ์และวิธีการสุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากผู้วิจัยมุ่งศึกษาผู้บริโภคที่รู้จักการบริการทางการแพทย์ทางไกล การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ วิธีการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) สอดคล้องกับบริบทที่ต้องการศึกษา นอกจากนี้เพื่อให้ได้คำตอบที่หลากหลาย ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างควรมีการกระจายลักษณะทางประชากรในด้านเพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ (Brunk, 2012)

เครื่องมือการวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้คำถามกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง ได้แก่ ท่านรู้จักหรือมีประสบการณ์การใช้แอปฯ การดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่หรือไม่ ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อแอปฯ การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ อ้างอิงจากการทบทวนวรรณกรรม 5Qs Model ของ Zineldin (2006) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ ดังกล่าว

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative content analysis) หมายถึง วิเคราะห์อย่างเป็นระบบในการแปลความหมายและลดทอนเนื้อหาข้อมูลด้วยการกำหนดเป็นรหัส (Codes) และสาระสำคัญ (Themes) หรือรูปแบบ (Patterns) (Hsieh & Shannon, 2005; Leavy, 2017) โดยอ้างอิงขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมด 7 ขั้นตอนของ Marshall and Rossman (2006) ได้แก่ 1) ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยจัดการบันทึกข้อมูลที่รวบรวมได้โดยจัดเก็บในแฟ้มข้อมูลตามลำดับวันที่ 2) ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยอ่านข้อความซ้ำหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจข้อมูลที่รวบรวมได้ให้มากที่สุด 3) ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยร่วมกันจัดกลุ่มข้อความและสาระสำคัญของข้อความความคาดหวังของลูกค้าและความตั้งใจซื้อที่มีการกล่าวถึงซ้ำๆ (Recurring patterns) 4) ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยร่วมกันกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) แต่ละกลุ่มตามสาระสำคัญ

5) ผู้ช่วยนักวิจัยบันทึกข้อมูลทีวเคราะห์ได้ลงในแฟ้มข้อมูล 6) ผู้วิจัยจัดส่งผลการวิเคราะห์เนื้อหาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดจำนวน 2 ท่านและผู้เชี่ยวชาญจากโรงพยาบาลจำนวน 1 ท่านตรวจสอบ จัดเป็นการตรวจสอบสามเส้าโดยผู้เชี่ยวชาญ (Investigator Triangulation) (Huetteman, 1993) และ 7) ผู้วิจัยรายงานผลการศึกษาความคาดหวังของผู้บริโภคและความตั้งใจใช้แอปฯ การการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลจำนวน 20 คนที่รู้จักหรือมีประสบการณ์การใช้แอปฯ ดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ มีช่วงอายุระหว่าง 18-57 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65) และเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 55) พบว่าผู้ให้ข้อมูลคาดหวังข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (N = 20)

แบบจำลอง 5Qs	ความคาดหวังต่อแอปฯ mHealth
ความคาดหวังเกี่ยวกับ บริการดูแลสุขภาพ ที่ต้องการผ่านแอปพลิเคชัน (Quality of Object: QO)	1. การบริการข้อมูล ดังนี้ - ข้อมูลด้านการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม เช่น จำนวนแคลอรีในการบริโภคอาหาร ปริมาณพลังงานและวิธีการใช้พลังงานที่ต้องทดแทนเมื่อบริโภคอาหารแต่ละชนิด การแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารทดแทนความหวาน ข้อมูลโภชนาการอาหารไทยและอาหารนานาชาติ - ค่าทางโภชนาการ ปริมาณน้ำตาลและปริมาณโซเดียมในแต่ละรายการอาหารและเครื่องดื่ม การแจ้งเตือนการดื่มน้ำ - การบริการข้อมูลด้านการออกกำลังกายเสริมสร้างกล้ามเนื้อหรือเพื่อดูแลรักษาสุขภาพ โดยระบุขั้นตอนเป็นภาพหรือวิดีโอ การแจ้งเตือนการออกกำลังกาย การค้นหาตำแหน่งของสถานที่ออกกำลังกายใกล้บ้านหรือใกล้ตำแหน่งของผู้ใช้บริการ เช่น ศูนย์สุขภาพ สวนสาธารณะ - การบริการข้อมูลด้านการนอนหลับ เช่น ท่านอนที่ถูกต้อง เวลาการนอนที่เหมาะสม คุณภาพการนอนหลับที่ดี - การบริการข้อมูลด้านสุขภาพกาย เช่น การเต้นของชีพจร ความดันโลหิต ค่าออกซิเจนในเลือด อุณหภูมิร่างกาย - การบริการข้อมูลด้านสุขภาพจิต เช่น วิธีการลดความเครียด แบบทดสอบสุขภาพจิต สถานพยาบาลที่ให้คำปรึกษาด้านนี้ - การบริการข้อมูลเฉพาะด้านตามเพศสภาพ เช่น รอบการมีประจำเดือนของสตรี การคุมกำเนิดที่ถูกต้อง - การบริการข้อมูลเฉพาะด้านตามช่วงอายุ เช่น โรคที่ควรระวังสำหรับผู้ใหญ่วัยทำงาน ผู้สูงอายุ - การบริการข้อมูลที่เป็นปัจจุบันเกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่และอาการต่างๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากแพทย์ - การบริการข้อมูลเบื้องต้นของชนิดของโรค อาการ ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากแพทย์ - การบริการข้อมูลการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เช่น การช่วยเหลือผู้จมน้ำ ผู้ที่เป็นลม ผู้ที่ถูกสัตว์กัดหรือต่อย วิธีการช่วยฟื้นคืนชีพ 2. การบริการเฉพาะราย เช่น การบันทึกประวัติสุขภาพประจำตัว ประวัติการแพ้ยา ประวัติการฉีดวัคซีน ประวัติการรักษา 3. การบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ - การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพทางกายผ่านแชทหรือโทรศัพท์หรือวิดีโอโดยบุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ นักกายภาพบำบัด - การบริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพจิตผ่านแชทหรือโทรศัพท์โดยจิตแพทย์ นักจิตวิทยา 4. การบริการส่งยาและจ่ายยาถึงบ้านหรือสถานที่ของผู้รับบริการ 5. การบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน เช่น เบอร์โทรฉุกเฉิน มีปุ่มเชื่อมต่อไปยังโรงพยาบาล หน่วยกู้ภัย หรือแสดงถึงตำแหน่งผู้ใช้เพื่อช่วยเหลือได้ทันเวลาที่

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพความคาดหวังต่อแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่
(N = 20) (ต่อ)

แบบจำลอง 5Qs	ความคาดหวังต่อแอปฯ mHealth
ความคาดหวังเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการของแอปพลิเคชัน (Quality of Process: QP)	1. ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ไม่ต้องกดหลายครั้งเมื่อต้องการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการ เป็นมิตรกับผู้ใช้ 2. สามารถดาวน์โหลดได้สะดวกทั้งระบบ iOS และ Android 3. การดาวน์โหลดแอปฯ ไม่เสียค่าใช้จ่าย 4. เวลากดเรียกดูข้อมูลจนถึงการแสดงผลข้อมูลไม่ใช้เวลานานเกินไป 5. การใช้บริการทั่วไปของแอปฯ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ยกเว้นการบริการให้คำปรึกษา การบริการส่งยาและจ่ายยาถึงบ้าน 6. การตอบแชทหรือการสื่อสารมีการตอบกลับอย่างรวดเร็ว
ความคาดหวังเกี่ยวกับโครงสร้างของแอปพลิเคชัน (Quality of Infrastructure: QI)	1. มีช่องทางติดต่อสำหรับปัญหาการดาวน์โหลดหรือการเข้าใช้แอปฯ 2. แอปฯ ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ 3. แอปฯ มีความเสถียรในการใช้งาน 4. แอปฯ สามารถรองรับการใช้งานได้ทั่วโลก 5. แอปฯ ไม่ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ของโทรศัพท์มือถือมากเกินไป 6. ผู้พัฒนาแอปฯ มีการจัดการเกี่ยวกับไวรัสหรือโปรแกรมที่เป็นอันตรายอย่างสม่ำเสมอ 7. ผู้พัฒนาแอปฯ มีการปรับปรุงข้อมูลในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ 8. ผู้พัฒนาแอปฯ มีพันธมิตรหรือผู้สนับสนุนที่มาจากรองพยาบาล 9. แอปฯ มีช่องทางที่แสดงให้เห็นถึงแพทย์ที่ชำนาญเฉพาะทาง 10. การให้บริการด้านสุขภาพครบในแอปพลิเคชันเดียว
ความคาดหวังเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์เมื่อใช้บริการ (Quality of Interaction: QN)	1. การสนทนา/การให้คำปรึกษาใช้คำพูดที่สุภาพ 2. การสนทนา/การให้คำปรึกษาใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย 3. การสนทนา/การให้คำปรึกษาใช้คำพูดที่แสดงความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ 4. การสนทนา/การให้คำปรึกษาแสดงถึงความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ
ความคาดหวังเกี่ยวกับบรรยากาศในการเข้าใช้บริการของแอปพลิเคชัน (Quality of Atmosphere: QA)	1. ไอคอนของแอปฯ (App Icon) มีสีสันสบายตา สะอาด โทนสีอ่อนหรือสีเย็น เช่น ขาว เขียวอ่อน ฟ้า 2. ภาพไอคอนของแอปฯ (App Icon) เป็นภาพที่สะท้อนถึงสุขภาพ เช่น รูปหัวใจ รูปคนออกกำลังกาย 3. ภาพไอคอนของแอปฯ (App Icon) เป็นภาพที่ดูแล้วทันสมัย 4. ภาพไอคอนของแอปฯ (App Icon) เป็นภาพที่ให้ความรู้สึกในทางบวก 5. หน้าเมนูและปุ่มคำสั่งต่างๆ มีสีสันสบายตา โทนสีอ่อนหรือสีเย็น 6. หน้าเมนูและปุ่มคำสั่งต่างๆ อ่านเข้าใจง่าย 7. หน้าเมนูและปุ่มคำสั่งต่างๆ ใช้ภาพที่สะท้อนถึงข้อมูลการให้บริการ เช่น เป็นหน้าเมนูด้านการบริโภคอาหาร หน้าเมนูด้านการออกกำลังกาย

นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมโดยระบุเปรียบเทียบแอปฯ ดูแลสุขภาพที่พัฒนาโดยภาครัฐกับแอปฯ ที่พัฒนาโดยผู้ประกอบการภาคเอกชนว่า แอปฯ ของภาครัฐ หน้าเมนูและปุ่มคำสั่งต่างๆ ของแอปฯ ดูไม่ทันสมัย ต้องคลิกหรือกดหลายขั้นตอนกว่าจะได้รับข้อมูลตามที่ต้องการ อย่างไรก็ตาม สำหรับความคาดหวังเกี่ยวกับข้อมูลและบริการที่ต้องการของแอปฯ ดูแลสุขภาพของภาครัฐและภาคเอกชนนั้น ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดระบุว่า ไม่ควรแตกต่างกันโดยควรพัฒนาตามที่ได้ให้สัมภาษณ์ในหัวข้อต่างๆ ไปแล้ว ทั้งนี้ ผลการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อแอปฯ ดูแลสุขภาพ mHealth ในตารางที่ 1 จำนวน 42 รายการ จะนำไปใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณต่อไป สำหรับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านความตั้งใจใช้บริการ พบว่าผู้ให้ข้อมูลจำนวน 16 คนมีความสนใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันดูแลสุขภาพ mHealth ผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ หากผู้ให้บริการสามารถออกแบบได้ตรงตามที่คาดหวังและไม่เสียค่าใช้จ่าย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งได้ระบุไว้ว่า

“ถ้าแอปฯ [ดูแลสุขภาพ] มีข้อมูลครบทุกอย่างจะดีมาก เช็อะไรได้หมดไม่ว่า การกิน การนอน การออกกำลังกาย ข้อมูลโรคใหม่ๆ แล้วก็ถ้าเป็น [โรค] ไม่เยอะก็เช็กถามได้ สั่งยาได้ ถ้ามีแบบนี้ต้อง [ดาวน] โหลดแน่นอน แต่ต้องโหลดฟรีนะ” (หญิง อายุ 28 ปี)

อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 4 คนระบุว่า ไม่ต้องการดาวนโหลดแอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพ เนื่องจากต้องการพบแพทย์โดยตรงมากกว่า หรือเป็นผู้ที่พบแพทย์เป็นประจำ หรือ มีที่อยู่ใกล้โรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ดังตัวอย่างที่ผู้ให้ข้อมูลให้เหตุผลดังต่อไปนี้

“คิดว่าไม่ใช่ [แอปฯ] ปกติหาหมอประจำอยู่แล้ว ให้หมอตรวจจริงๆ ดีกว่า อยากรู้อะไรก็ถามหมอได้” (หญิง อายุ 46 ปี)

“ไม่ [ดาวน] โหลดหรอก หาหมอเองสะดวกกว่า ไปสั่งยาบางตัวต้องการลายเซ็นหมอ” (ชาย อายุ 32 ปี)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณในขั้นตอนต่อไป

การศึกษาเชิงปริมาณ

สำหรับวิธีการวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative survey) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรคือ ผู้บริโภคในประเทศไทยที่รู้จักการบริการทางการแพทย์ทางไกล โทรเวชกรรม การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 5 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Suhr, 2006) และควรมีขนาดตั้งแต่ 150 ตัวอย่างขึ้นไปสำหรับวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการโครงสร้างกรณีตัวแปรแฝงไม่เกิน 7 ตัวแปร (Hair et al., 2019) งานวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 45 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรแฝงความคาดหวังจำนวน 42 ตัวแปรจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และความตั้งใจใช้แอปฯ mHealth จำนวน 3 ตัวแปรจากการทบทวนวรรณกรรม (Pai & Alathur, 2019; Sharma & Sharma, 2019) ดังนั้น จำนวนตัวอย่างสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จึงเท่ากับ 225 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกแบบมีคำถามคัดกรอง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามทางออนไลน์ ผ่าน Google Form ส่งผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ได้แก่ ไลน์ เมสเซนเจอร์ อิน스타그램 และอีเมล จากผลการแจกแบบสอบถามทางออนไลน์ในระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2566 สามารถรวบรวมข้อมูลได้ทั้งหมด 389 ตัวอย่าง โดยเป็นผู้ที่ไม่ผ่านคำถามคัดกรองกล่าวคือ ไม่รู้จักการบริการทางการแพทย์ทางไกล โทรเวชกรรม การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่จำนวน 50 รายจึงตัดออกจากรายการกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้น จึงคงเหลือแบบสอบถามที่สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อไปจำนวน 339 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และคำถามคัดกรองได้แก่ เป็นผู้ที่รู้จักการบริการทางการแพทย์ทางไกล โทรเวชกรรม การดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ ส่วนที่ 2 ความคาดหวังของผู้บริโภค ประกอบด้วยข้อคำถามที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และส่วนที่ 3 ความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันหรือดาวนโหลดแอปพลิเคชัน mHealth ปรับปรุงจากมาตรวัดของ Pai and Alathur (2019) และ Sharma and Sharma (2019) โดยข้อคำถามในส่วนที่ 2 และ 3 ใช้มาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ โดยระดับ 1 เป็นระดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยน้อยที่สุด ไปจนถึงระดับ 5 เป็นระดับที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเชิงปริมาณ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 339 ราย พบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.9 อายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.2 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 38.9 โดยมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.1

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ หรือ EFA เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรพหุคูณ (Multivariate technique) ที่นำมาใช้วิเคราะห์การจัดโครงสร้างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันโดยสัปดาห์เป็นปัจจัยหรือองค์ประกอบ (Hair et al., 2019) เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory study) ด้วยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผลการสัมภาษณ์แยกเป็นตัวแปรสังเกตได้ 42 ตัวแปร ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเทคนิค EFA มาวิเคราะห์โครงสร้างตัวแปรดังกล่าว สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค EFA นั้นผู้วิจัยได้ทดสอบสถิติค่า KMO (Kaiser-Olkin Measure of Sampling Adequacy) ได้เท่ากับ 0.959 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1.000 และผลการทดสอบความมีนัยสำคัญของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) ด้วย Bartlett's test of Sphericity มีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 (11419.924; $p = .000$) แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมากและมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไป จากนั้นผู้วิจัยจึงสกัดองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principal component analysis) เพื่อเป็นการสรุปข้อมูลตัวแปรทั้งหมด (Data summarization) (Hair et al., 2019)

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบร่วม (Communalities) พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ 1 ตัวแปรได้แก่ QP5 “การใช้บริการทั่วไปของแอปฯ ไม่เสียค่าใช้จ่าย ยกเว้นค่าบริการให้คำปรึกษา การบริการส่งยาและจ่ายยาถึงบ้าน” มีค่าองค์ประกอบร่วมต่ำกว่า 0.60 (Hair et al., 2019) แสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวกับตัวแปรอื่น ๆ อยู่ในระดับต่ำจึงตัดตัวแปรดังกล่าวออก และจากการสกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) ของตัวแปรที่เหลือทั้งหมด 41 ตัวแปร ด้วยวิธีหมุนแกนออร์โธโกนอล (Orthogonal) โดยการเปลี่ยนสมมติ (Varimax rotation) ประกอบกับอาศัยวิธีการอัตวิสัย (Subjective approach) ที่พิจารณาตามแนวคิดทฤษฎี (Theoretical and conceptual intent) (Williams et al., 2010) ผู้วิจัยสามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 6 องค์ประกอบ มีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 67.66 ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalues) มากกว่า 1 และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loadings) มากกว่า 0.35 สำหรับขนาดตัวอย่าง 250 ตัวอย่างขึ้นไป (Hair et al., 2019)

ดังนั้น มาตรฐานตัวแปรความคาดหวังการบริการแอปฯ mHealth จึงเป็นมาตรฐานที่มีลักษณะเป็นมาตรวัดเชิงสะท้อน (Reflective measure) กล่าวคือเป็นตัวแปรแฝงที่สะท้อนตัวชี้วัดหรือตัวแปรสังเกตได้ (Hair et al., 2019) และเป็นมาตรวัดที่เป็นตัวแปรแฝงอันดับสอง (Second-order construct) ของปัจจัยตัวแปรแฝง 6 องค์ประกอบดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 องค์ประกอบของตัวแปรแฝงความคาดหวังการบริการแอปฯ mHealth จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

ชื่อองค์ประกอบ	รายละเอียดองค์ประกอบ	จำนวนตัวแปร ในแต่ละองค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 1 ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพขั้นพื้นฐาน (Expectations of Basic Health Information: BHI)	ข้อมูลการบริโภคอาหาร และเครื่องดื่ม การออกกำลังกาย การนอนหลับ สุขภาพกาย สุขภาพจิต และข้อมูลตามเพศสภาพและช่วงอายุ	7 ตัวแปร	0.65-0.81
องค์ประกอบที่ 2 ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพที่จำเป็น (Expectations of Necessary Health Information: NHI)	ข้อมูลด้านการปฐมพยาบาล เบื้องต้น ข้อมูลบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน ข้อมูลโรคต่างๆ และโรคอุบัติใหม่	4 ตัวแปร	0.75-0.85

ตารางที่ 4 องค์ประกอบของตัวแปรแฝงความคาดหวังการบริการแอปฯ mHealth จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ(ต่อ)

ชื่อองค์ประกอบ	รายละเอียดองค์ประกอบ	จำนวนตัวแปร ในแต่ละองค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
องค์ประกอบที่ 3 ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพเฉพาะราย (Expectations of Individual Health Information: IHI)	ข้อมูลสุขภาพประจำตัว การให้บริการคำปรึกษา เฉพาะราย และการบริการ ส่งยาจ่ายยาถึงบ้าน	4 ตัวแปร	0.74-0.88
องค์ประกอบที่ 4 ความคาดหวังด้านขั้นตอนการใช้งานของแอปฯ (Expectations of Usage Precess of Application: UPA)	ขั้นตอนไม่ยุ่งยาก เป็นมิตรกับผู้ใช้ เมนูอ่านเข้าใจง่าย ดาวน์โหลดได้สะดวก ไม่เสียค่าใช้จ่าย	6 ตัวแปร	0.80-0.85
องค์ประกอบที่ 5 ความคาดหวังด้านโครงสร้างและการปฏิสัมพันธ์ของแอปฯ (Expectations of Application Infrastructure and Interaction: All)	ความเสถียรในการใช้งาน การรักษาความเป็นส่วนตัว มีผู้สนับสนุนเป็นแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญ การติดต่อ สนทนาให้คำปรึกษา ใช้คำพูดสุภาพเข้าใจง่าย เห็นอกเห็นใจ	14 ตัวแปร	0.73-0.86
องค์ประกอบที่ 6 ความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแอปฯ (Expectations of Physical Environment of Application: PHA)	ภาพไอคอนของแอปฯ (App Icon) เมนูหน้าจอ และปุ่มคำสั่งต่างๆ	6 ตัวแปร	0.64-0.81

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อประเมินความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของมาตรวัดตัวแปรแฝงทั้ง 6 องค์ประกอบ พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันในภาพรวมมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (TLI = 0.91, CFI = 0.92, RMR = .03, RMSEA = 0.06) (Hair et al., 2019; Hooper et al., 2008) และสามารถทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของมาตรวัดตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของมาตรวัดตัวแปร (Validity and Reliability Test)

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) ทดสอบจากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ในภาพรวมโมเดลแบบจำลองที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีน้ำหนักค่าสัมประสิทธิ์ (Factor loadings) มากกว่า 0.40 (Hair et al., 2019) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ระหว่าง 0.55-0.68 มากกว่า 0.50 (Hair et al., 2019) กล่าวได้ว่า โมเดลการวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือนดีถือว่าตัวแปรมีความเป็นเอกภาพที่ดี และมีค่าความเชื่อมั่นรวม (Composite reliability: CR) ระหว่าง 0.83-0.96 มากกว่า 0.70 (Hair et al., 2019) การทดสอบความเชื่อมั่นจากความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ด้วยการประเมิน Coefficient alpha (Cronbach) อยู่ระหว่าง 0.81-0.96 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 0.70 (Nunnally, 1978) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของมาตรวัดตัวแปร

ตัวแปรแฝง	จำนวนตัวแปร	Mean	S.D.	Factor Loadings	AVE	CR	Cronbach Alpha
BHI ข้อมูลสุขภาพขั้นพื้นฐาน	7	4.31	0.65	0.70-0.79	0.55	0.90	0.90
NHI ข้อมูลสุขภาพที่จำเป็น	4	4.45	0.64	0.69-0.82	0.55	0.83	0.85
IHI ข้อมูลสุขภาพเฉพาะราย	4	4.34	0.67	0.65-0.82	0.56	0.84	0.83
UPA ขั้นตอนการใช้งาน	6	4.61	0.58	0.68-0.85	0.63	0.91	0.92
All โครงสร้างและปฏิสัมพันธ์	14	4.57	0.57	0.69-0.82	0.63	0.96	0.96
PHA สภาพแวดล้อมกายภาพ	6	4.30	0.63	0.63-0.79	0.59	0.89	0.87
ADI ความตั้งใจใช้บริการ	3	4.22	0.73	0.71-0.95	0.68	0.86	0.81

ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) สามารถตรวจสอบได้จากการพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝง เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสองระหว่างตัวแปรแฝงและค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ซึ่งเมื่อพิจารณาค่า AVE แยกมุมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า AVE มากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ยกกำลังสอง ดังตารางที่ 6 แสดงว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Fornell & Larcker, 1981)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

ตัวแปรแฝง	1	2	3	4	5	6	7
BHI ข้อมูลสุขภาพขั้นพื้นฐาน	.55						
NHI ข้อมูลสุขภาพที่จำเป็น	.49**	.55					
IHI ข้อมูลสุขภาพเฉพาะราย	.50**	.40**	.56				
UPA ขั้นตอนการใช้งาน	.41**	.44**	.36**	.63			
All โครงสร้างและปฏิสัมพันธ์	.42**	.52**	.42**	.61**	.63		
PHA สภาพแวดล้อมกายภาพ	.27**	.25**	.25**	.31**	.41	.59	
ADI ความตั้งใจใช้บริการ	.32**	.15**	.19**	.23**	.23**	.22**	.68

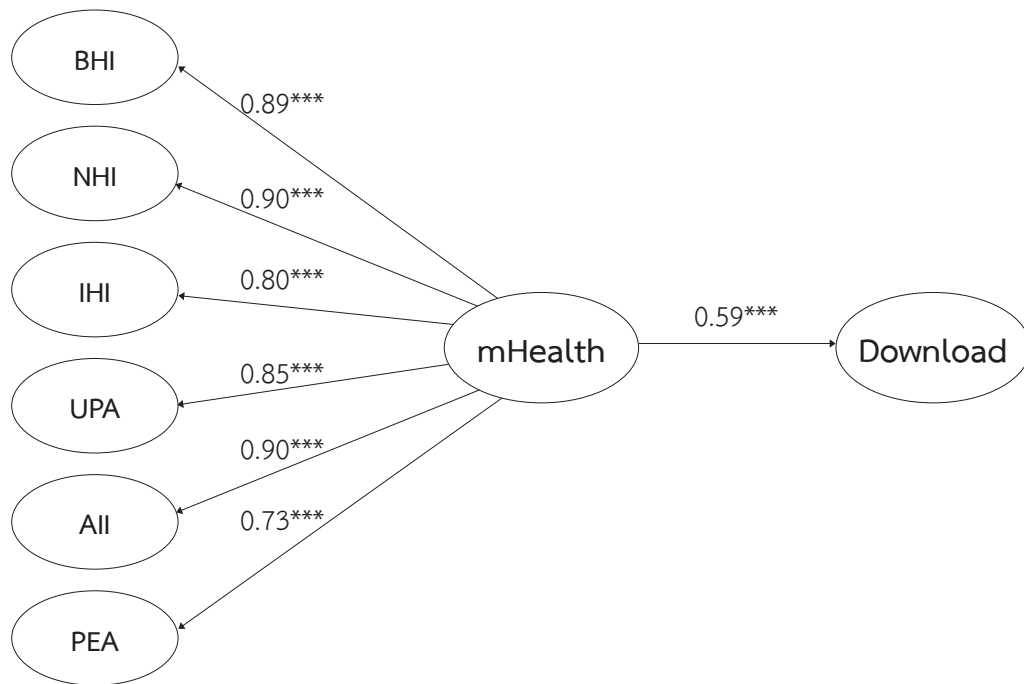
**P-value < .05

ดังนั้น ผลการทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของมาตรวัดตัวแปรผ่านเกณฑ์ที่กำหนดสามารถนำเข้าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างได้ (Hair et al., 2019)

4.4 การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง หรือ SEM พบว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (TLI = 0.90, CFI = 0.91, RMR = 0.04, RMSEA = 0.06) (Hair et al., 2019; Hooper et al., 2008) โดยความคาดหวังต่อแอปฯ ดูแลสุขภาพซึ่งเป็นตัวแปรแฝงอันดับสองส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ mHealth อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($\beta = .59$, C.R. = 7.412, P-value < .05) ดังภาพที่ 2

ดังนั้น สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยการยอมรับสมมติฐานที่ 1 (H1) ความคาดหวังของผู้บริโภคส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปฯ ดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth)



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ด้วยวิธีการศึกษาแบบผสมผสาน สามารถสรุปได้ดังนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อแอปฯ mHealth ได้แก่ ความคาดหวังเกี่ยวกับบริการดูแลสุขภาพที่ต้องการผ่านแอปพลิเคชันจำนวน 42 รายการ และจากผลการศึกษาเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจหรือ EFA พบว่าตัวแปรความคาดหวังการบริการแอปฯ Mhealth เป็นตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรแฝงอันดับสอง (Second-order construct) ของปัจจัยตัวแปรแฝง 6 มิติ ได้แก่ 1) BHI ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพขั้นพื้นฐาน 2) NHI ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพที่จำเป็น 3) IHI ความคาดหวังด้านการบริการข้อมูลสุขภาพเฉพาะราย 4) UPA ความคาดหวังด้านขั้นตอนการใช้งานของแอปฯ 5) AII ความคาดหวังด้านโครงสร้างและการปฏิสัมพันธ์ของแอปฯ และ 6) PEA ความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแอปฯ ซึ่งเมื่ออภิปรายผลกับแบบจำลอง 5Qs (Zineladin, 2006; Verma et al., 2022) จะพบว่าองค์ประกอบที่ 1 BHI องค์ประกอบที่ 2 IHI และองค์ประกอบที่ 3 IHI สอดคล้องกับมิติความคาดหวังเกี่ยวกับบริการดูแลสุขภาพที่ต้องการผ่านแอปฯ (Expectation of object) ของแบบจำลอง 5Qs กล่าวคือคุณภาพโดยรวมของการรักษาผู้ป่วยที่ต้องการจากแอปฯ องค์ประกอบที่ 4 UPA สอดคล้องกับความคาดหวังเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการของแอปฯ (Expectation of process) องค์ประกอบที่ 5 AII สอดคล้องกับความคาดหวังเกี่ยวกับโครงสร้างของแอปฯ (Expectation of infrastructure) และความคาดหวังเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์เมื่อใช้บริการ (Expectation of interaction) ส่วนองค์ประกอบที่ 6 PEA สอดคล้องกับแบบจำลอง 5Qs ในด้านความคาดหวังเกี่ยวกับบรรยากาศในการใช้บริการ (Expectation of atmosphere) ในที่นี้คือ ภาพไอคอนของแอปพลิเคชัน (App Icon) เมนูหน้าจอและปุ่มคำสั่งต่างๆ

นอกจากนี้องค์ประกอบที่ค้นพบในการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับปัจจัยสองปัจจัยในทฤษฎี UTAUT (Venkatesh et al., 2003) ได้แก่ ความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance expectancy) และความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ (Effort expectancy) กล่าวคือ ความคาดหวังของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับ mHealth ในด้าน BHI, NHI และ IHI สอดคล้องกับความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Alam et al., 2020; Hoque & Sorwar, 2017; Kaium et al., 2019) เป็นความคาดหวังที่แอปฯ mHealth จะให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งาน และองค์ประกอบที่ค้นพบด้าน UPA สอดคล้องกับความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้ (Hoque & Sorwar, 2017; Kaium et al., 2019) ซึ่งเป็นความสะดวกหรือความง่ายในการเข้าใช้ mHealth ที่ควรมีขั้นตอนไม่ยุ่งยากซับซ้อน

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษานี้กับความคาดหวังคุณภาพการบริการสำหรับแอปฯ ดูแลสุขภาพ (Mobile health applications) จากการศึกษาผู้บริโภคในประเทศแถบเอเชีย จะเห็นว่ามีความคล้ายคลึงกันในบางปัจจัย อาทิ ผู้บริโภคในไต้หวัน (Kao et al., 2018) อินโดนีเซีย (Handayani et al., 2018) บังกลาเทศ (Kaium et al., 2020) และจีน (Chen et al., 2018) ที่มีความต้องการที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของข้อมูล (Information quality) และ/หรือ คุณภาพของระบบที่ให้บริการ (System quality) ของแอปฯ ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวังเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพในองค์ประกอบด้าน BHI, NHI และ IHI ส่วนคุณภาพของระบบที่ต้องการของผู้บริโภคชาวเอเชียจะสอดคล้องกับความคาดหวังด้าน AI ในการศึกษานี้ที่เป็นโครงสร้างเกี่ยวกับระบบของ mHealth ที่ผู้บริโภคต้องการความเสถียร นอกจากนี้ ผู้บริโภคของไต้หวันยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของการมีปฏิสัมพันธ์ (Interface quality) สอดคล้องกับองค์ประกอบด้าน AI ความคาดหวังด้านการปฏิสัมพันธ์ที่ดีจากผู้ให้บริการแอปฯ mHealth และผู้บริโภคจีนก็มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวในการใช้บริการ (Privacy concern) จะเห็นว่าสอดคล้องกับองค์ประกอบที่ค้นพบจากการศึกษานี้ในองค์ประกอบ AI ที่คาดหวังให้แอปฯ รักษาความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคชาวไทยเช่นกัน

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการศึกษาความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคต่อแอปฯ mHealth ในประเทศไทย ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 80) สนใจที่จะดาวน์โหลดแอปฯ ดูแลสุขภาพภายใต้เงื่อนไขที่แอปฯ ดังกล่าวตอบสนองความคาดหวังครบถ้วนตามที่ต้องการ โดยผลการศึกษาเชิงปริมาณในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ค่าเฉลี่ยความตั้งใจดาวน์โหลดแอปฯ mHealth อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.22) โดยกลุ่มอายุที่มีความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ ในระดับมากขึ้นไป คือ ผู้บริโภคช่วงอายุ 18-25 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีทางการสื่อสารเป็นอย่างดี ซึ่งการศึกษาวิจัยของ Soni et al. (2021) ที่ศึกษาผู้บริโภคอายุ 18-25 ปีในอินเดียพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกในการมีส่วนร่วมกับการใช้แอปฯ mHealth อาทิ ความต้องการควบคุมกำหนดสิ่งต่างๆ ด้วยตนเอง ความต้องการแสดงความสามารถที่เป็นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) หรือ การรับรู้ได้ถึงความสนุกสนานและความท้าทายในการใช้แอปฯ ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) ดังนั้น สอดคล้องความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ mHealth ของผู้บริโภคชาวไทยในช่วงอายุดังกล่าวที่มีอยู่ในระดับมาก

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาเชิงคุณภาพยังพบว่า ผู้บริโภคจำนวน 4 คนจาก 20 คนไม่สนใจใช้บริการแอปฯ เนื่องจาก ต้องการพบแพทย์ สอบถามแพทย์หรือไปใช้บริการที่โรงพยาบาลโดยตรงมากกว่า หรือเป็นผู้ที่พบแพทย์เป็นประจำ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงคุณภาพของ Hadwiche et al. (2010) เกี่ยวกับการให้บริการ eHealth ที่ผู้ใช้บริการบางส่วนระบุว่าไม่ต้องการให้อุปกรณ์เป็นผู้ประเมินอาการแต่ต้องการให้แพทย์เป็นผู้ประเมินให้ความเห็นโดยตรง โดยผู้ใช้บริการสามารถรับรู้จากทั้งภาษาพูดและอวัจนภาษาที่แพทย์แสดงออกได้

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์สมการโครงสร้างของตัวแปรแฝงอันดับสองของความคาดหวังของผู้บริโภคต่อความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ พบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคโดยรวมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้แอปพลิเคชันการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (mHealth) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎี UTAUT ที่อธิบายถึงความคาดหวังของบุคคลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยเฉพาะความคาดหวังด้านประสิทธิภาพการใช้งาน (Performance expectancy) และความคาดหวังด้านความพยายามในการใช้เทคโนโลยี (Effort expectancy) สามารถส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intention) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีตที่พบอิทธิพลของความคาดหวังทั้งสองด้านต่อความตั้งใจใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ (Alam et al., 2020; Alviani et al., 2023; Hoque & Sorwar, 2017; Srivastava & Raina, 2021)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์เชิงวิชาการ (Academic Contributions)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทางไกลและการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่จัดว่าเป็นช่องว่างทางการวิจัย (Research gap) สำหรับการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยสร้างกระบวนทัศน์ใหม่ (New paradigm) ในบริบทของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ (Mele & Izzo, 2021) และการศึกษาครั้งนี้ยังเป็นการศึกษาที่ประสานทฤษฎีทางการตลาด ได้แก่ ทฤษฎีการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง (EDT) และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ ทฤษฎีการยอมรับและใช้เทคโนโลยี (UTAUT) เข้าด้วยกัน นอกจากนี้การศึกษาในอดีตที่ผ่านมาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพทางไกลเคลื่อนที่มักใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ยังมีการศึกษาที่น้อยมากที่ศึกษาทำความเข้าใจมุมมองผู้บริโภค (Customer perspective) ในเชิงลึก โดยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ หรือศึกษาในลักษณะผสมผสาน (Mixed-method research) เช่นการศึกษาในครั้งนี้ โดยเฉพาะในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับแอปฯ ดูแลสุขภาพ mHealth ซึ่งผลการศึกษานำไปพัฒนาเป็นมาตรวัดคุณภาพการบริการการดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ (Mhealth Service Quality Measure) ในขั้นต่อไปได้

ประโยชน์ในทางปฏิบัติ (Practical Contributions)

ประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสุขภาพ การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการพัฒนาแอปฯ โดยผู้ประกอบการ อาทิ โรงพยาบาล คลินิก หน่วยงานบริการด้านสุขภาพของเอกชน ในลักษณะนำไปใช้ให้บริการเชิงพาณิชย์ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ m-Commerce โดยผู้ประกอบการควรให้บริการข้อมูลสุขภาพขั้นพื้นฐาน เช่น ข้อมูลการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม การออกกำลังกาย การนอนหลับ บริการข้อมูลด้านสุขภาพกาย เช่น การเดินของชีพจร ความดันโลหิต ค่าออกซิเจนในเลือด อุณหภูมิร่างกาย การบริการข้อมูลด้านสุขภาพจิต เช่น วิธีการลดความเครียด แบบทดสอบสุขภาพจิต การปฏิบัติตัวเมื่อมีอาการซึมเศร้า เป็นต้น สำหรับการบริการข้อมูลสุขภาพที่จำเป็นอย่างยิ่งได้แก่การบริการข้อมูลการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เช่น การช่วยเหลือผู้จมน้ำ ผู้ถูกน้ำร้อนลวกไฟไหม้ ผู้ที่ถูกสัตว์กัดหรือต่อย ผู้ที่เป็นลม วิธีการช่วยฟื้นคืนชีพ ตลอดจนการบริการข้อมูลเบื้องต้นของชนิดของโรค ข้อมูลปัจจุบันที่เป็นโรคอุบัติใหม่ที่เป็นแหล่งข้อมูลจากแพทย์การบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน เช่น มีเบอร์โทรฉุกเฉิน มีปุ่มเชื่อมต่อไปยังโรงพยาบาล หน่วยกู้ภัย หรือแสดงถึงตำแหน่งของผู้ใช้บริการเพื่อช่วยเหลือได้ทันเวลาที่ ตลอดจนการบริการข้อมูลสุขภาพเฉพาะราย เช่น การให้บริการคำปรึกษาเฉพาะราย และการบริการส่งยาจ่ายยาถึงบ้าน

นอกจากนี้ในด้านขั้นตอนการใช้งาน แอปฯ mHealth ควรอำนวยความสะดวกให้สามารถดาวน์โหลดได้ทั้งระบบ iOS และ Android แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย การเรียกดูข้อมูลไม่ใช้เวลานานเกินไป เป็นมิตรกับผู้ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ด้านโครงสร้างและการปฏิสัมพันธ์ของแอปฯ mHealth ควรให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวของผู้ใช้บริการ การให้บริการด้านสุขภาพครบในแอปฯ เดียว ลดความยุ่งยากที่จะมีหลายแอปฯ มีความเสถียรในการใช้งาน ตลอดจนการจัดให้มีการสนับสนุนบริการให้คำปรึกษาผ่านช่องทางแชทหรือโทรศัพท์หรือวิดีโอผ่านแอปฯ โดยใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย แต่แสดงถึงความเชี่ยวชาญผู้ให้บริการ และใช้คำพูดที่สุภาพ แสดงความเข้าใจเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ สำหรับความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแอปฯ mHealth นั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาให้หน้าเมนูและปุ่มคำสั่งใช้ภาพหรือสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงข้อมูลการให้บริการ เช่น เป็นหน้าเมนูด้านการบริโภคอาหาร หน้าเมนูด้านการออกกำลังกาย หน้าเมนูการบริการฉุกเฉิน และมีภาพไอคอน (App Icon) ที่เป็นภาพให้ความรู้สึกทางบวก ดังนั้น เมื่อแอปฯ mHealth สามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภคตามที่กล่าวถึงได้เป็นอย่างดีก็จะทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะใช้บริการหรือดาวน์โหลดแอปฯ และสามารถเพิ่มฐานลูกค้าในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น

ประโยชน์ต่อนักพัฒนาซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ผลการศึกษาในครั้งนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการเกี่ยวกับเทคโนโลยีซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน สามารถพัฒนาและออกแบบให้การแสดงผลหน้าจอและโครงสร้างโปรแกรมสอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้ โดยเฉพาะด้านกระบวนการตั้งแต่การเข้าใช้แอปฯจนกระทั่งสิ้นสุดการใช้บริการ โดยนักพัฒนาแอปพลิเคชันต้องพัฒนาแอปฯ ดังกล่าวร่วมกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพให้สามารถใช้งานง่าย สะดวก เฉพาะเจาะจงตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการนั้นๆ

ประโยชน์ทางสังคมและนโยบายภาครัฐ การศึกษาวิจัยนี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศสุขภาพ (eHealth strategy) ของกระทรวงสาธารณสุขตามแนวทางของกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนมีการสร้างเสริมให้คนไทยมีสุขภาพที่ดี เชื่อมโยงระบบการดูแลสุขภาพแบบดิจิทัล เพื่ออนาคตสู่ไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงการดูแลสุขภาพด้วยตนเองได้ง่ายและสะดวกขึ้น ได้รับการที่ทันสมัยเท่าเทียม และทั่วถึง (ICT, Office of the Permanent Secretary of Ministry of Public Health, 2017) ซึ่งผลการศึกษาทำให้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยมีความพร้อมและความตั้งใจใช้บริการการดูแลสุขภาพทางไกล โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาด้านความคาดหวังไปใช้เป็นแนวทางศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสุขภาพใหม่ๆ สำหรับประชาชนหรือปรับปรุงแอปพลิเคชันที่มีอยู่ให้สอดคล้องความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้ได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากผู้วิจัยได้ศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสำรวจเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคในประเทศไทยเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังผู้บริโภคที่อาศัยในประเทศที่มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้อ้างอิงได้ทั่วไปในวงกว้าง (Generalization) ตลอดจนการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพและมีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาเทคโนโลยีการบริการด้านการดูแลสุขภาพทางอิเล็กทรอนิกส์ อาทิ ผู้บริหารโรงพยาบาล คลินิก หน่วยงานบริการด้านสุขภาพของเอกชน บุคลากรทางการแพทย์ นักพัฒนาซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน ตัวแทนจากภาครัฐ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์เชิงลึกได้ยิ่งขึ้น และสามารถพัฒนาเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพทางไกลที่ตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการและผู้เกี่ยวข้องได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปอาจเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้วยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังการบริการการดูแลสุขภาพ mHealth กับตัวแปรทางการตลาดอื่นๆ อาทิ ความตั้งใจต่อเนื่อง (Continuance usage intention) หรือ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจใช้บริการ (Intention to use) และพฤติกรรมการใช้จริง (Actual usage) ตลอดจนเพิ่มเติมตัวแปรกำกับ ได้แก่ ความใส่ใจต่อสุขภาพ (Health consciousness) ความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ (Health anxiety) แรงจูงใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของผู้บริโภค (Health motivation) ที่อาจส่งอิทธิพลต่อเส้นทางความคาดหวังและความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันดูแลสุขภาพผ่านอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ เป็นต้น

หมายเหตุ ผู้วิจัยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารอ้างอิง

- Aagja, J. P., & Garg, R. (2010). Measuring perceived service quality for public hospitals (PubHosQual) in the Indian context. *International Journal Pharmaceutical Healthcare Market*, 4(1), 60-83.
- Alam, M. Z., Hu, W., Hoque, M. R., & Kaium, M. A. (2020). Adoption intention and usage behavior of mHealth services in Bangladesh and China: A cross-country analysis. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(1), 37-60.
- Alviani, R., Purwandari, B., Eitiveni, I., & Purwaningsih, M. (2023). Factors affecting adoption of telemedicine for virtual healthcare services in Indonesia. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 9(1), 47-69.
- Arora, N., Malik, G., & Chawla, D. (2020). Factors affecting consumer adoption of mobile apps in NCR: A qualitative study. *Global Business Review*, 21(1), 176-196.
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research*. International Edition. Wadsworth, Cengage Learning.
- Banchanont, P. (2020, August 5). *Telemedicine Applications*. The Matter. <https://thematter.co/science-tech/telemedicine-app-in-thailand/119435> [In Thai]
- Bangkok Hospital. (2022). *BDMS Health Passport*. Bangkok Hospital. <https://www.bangkokhospital.com/content/bdms-health-passport-application> [In Thai]

- Becker, B. & Porter, M. (2021). What and why of virtual health care. *Plans & Trusts*, 39(5), 14-19.
- Brunk, K. H. (2012). Un/ethical company and brand perceptions: Conceptualizing and operationalizing consumer meanings. *Journal of Business Ethics*, 111, 551-565.
- Camilleri, D., & O'Callaghan, M. (1998). Comparing public and private hospital care service Quality. *International Journal of Health Care Quality Assurance Incorporating Leadership in Health Services*, 11(4-5), 127-33.
- Chang, C. (2007). *Customer expectations of the Taiwan banking industry* [Doctoral Dissertation]. Nova Southeastern University.
- Chen, Y., Yang, L., Zhang, M., & Yang, J. (2018). Central or peripheral? Cognition elaboration cues' effect on users' continuance intention of mobile health applications in the developing markets. *International Journal of Medical Informatics*, 116, 33-45 DOI 10.1016/j.ijmedinf.2018.04.008.
- Churchill Jr, G.A. (1995). *Marketing research*. (6th ed.). The Dryden Press.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods*, 18(1), 59-82.
- Hadwich, K., Georgi, D., Tuzovic, S., Buttner, J., & Bruhn, M. (2010). Perceived quality of e-health Services: A conceptual scale development of e-health service quality based on the C- OAR-SE approach. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 4(2), 112-136.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning EMEA.
- Handayani, P. W., Meigasari, D. A., Pinem, A. A., Hidayanto, A. N., & Ayuningtyas, D. (2018). Critical success factors for mobile health implementation in Indonesia. *Heliyon*, 4(11), e00981.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. R. (2008). Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53 – 60.
- Hoque, R., & Sorwar, G. (2017). Understanding factors influencing the adoption of mHealth by the elderly: An extension of the UTAUT model. *International Journal of Medical Informatics*, 101, 75-84.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Huettman, E. (1993). Using triangulation effectively in qualitative research. *The Bulletin*, September, 56(3), 42.
- Hutteerat, S. (2021, September, 24). *Telemedicine*. Department of Mental Health <https://www.dmh.go.th/news/view.asp?id=2389> [In Thai]
- ICT, Office of the Permanent Secretary of Ministry of Public Health. (2017). *eHealth Strategy, Ministry of Public Health (2017 – 2026)*. Department of Mental Health. <https://ehealth.moph.go.th> [In Thai]
- Kaium, M. A., Bao, Y., Alam, M. Z., Hasan, N., & Hoque, M. R. (2019). Understanding the insight of factors affecting mHealth adoption: A systematic review. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 8(6), 181-200.
- Kaium, M. A., Bao, Y., Alam, M. Z., & Hoque, M. R. (2020). Understanding continuance usage intention of mHealth in a developing country: An empirical investigation. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(2), 251-272.

- Kao, H. Y., Wei, C. W., Yu, M. C., Liang, T. Y., Wu, W. H., & Wu, Y. J. (2018). Integrating a mobile health applications for self-management to enhance Telecare system. *Telematics and Informatics*, 35(4), 815–825.
- Kiadrasamee, J. (2015). *Factor affecting the decision making on purchasing products from the online application in Bangkok metropolitan region* [Independent Study]. Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University. [In Thai]
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Leavy, P. (2017). *Research design: Quantitative, qualitative, mixed methods, arts-based, and community-based participatory research approaches*. The Guilford Press.
- Li, Y., Liu, R., Wang, J., & Zhao, T. (2022). How does mHealth service quality influences adoption? *Industrial Management & Data Systems*, 122(3), 774-795. <https://doi.org/10.1108/IMDS-12-2020-0758>.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2006). *Designing qualitative research* (4th ed.). Sage Publications, Inc.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for qualitative research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Mbunge, E., Muchemwa, B., & Batani, J. (2022). Are we there yet? Unbundling the potential adoption and integration of telemedicine to improve virtual healthcare services in African health systems. *Sensors International*, 3(100152), 1-9.
- Mele, S., & Izzo, M. (2021). Virtual Healthcare: A Literature Review in Business and Management Field. *International Journal of Business and Management*, 16(5), 25-34.
- Miao, R., Wu, Q., Wang, Z., Zhang, X., Song, Y., Zhang, H., Sun, Q., & Jiang, Z. (2017). Factors that influence users' adoption intention of mobile health: A structural equation modeling approach. *International Journal of Production Research*, 55(19), 5801–5815.
- Miller, J. A. (1977). *Studying satisfaction, modifying models, eliciting expectations, posing problems and making meaningful measurements*. In H.K. Hunt (Ed). *Conceptualization and Measurement of Consumer Satisfaction and Dissatisfaction*, Marketing Science Institute, Cambridge, MA, pp. 72-91.
- Moh Prompt. (2022). *Moh Prompt, Digital Health Platform*. Facebook. <https://www.facebook.com/Mohprompt/> [In Thai]
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. McGraw-Hill.
- Oliver, R.L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research (pre-1986)*, 17, 460-469.
- Pai, R. R., & Alathur, S. (2019). Determinants of individuals' intention to use mobile health: insights from India. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 13(3/4), 306-326.
- Saeraneesopon T., Isaranuwatthai, W., Kittiratchakul, N., & Zayar, N. N. (2023). *Study for supporting telemedicine service system*. www.hitap.net [In Thai]
- Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: An empirical investigation. *International Journal of Information Management*, 44, 65-75.
- Soni, M., Jain, K., & Jajodia, I. (2021). Mobile health (mHealth) application loyalty in young Consumers. *Young Consumers*, 22(3), 429-455.
- Srivastava, M., & Raina, M. (2021). Consumers' usage and adoption of e-pharmacy in India. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 15(2), 235-250.

- Suhr, D. D. (2006). *Exploratory or confirmatory factor analysis?* SAS Institute Inc.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Verma, P., Kumar, S., & Sharma, S. K. (2022). Evaluating the total quality and its role in measuring consumer satisfaction with e-healthcare services using the 5Qs model: A structure equation modeling approach. *Benchmarking: An International Journal*, 29(1), 22-46.
- Williams, B., Onsman, A., & Brown, T. (2010). Exploratory factor analysis: A five-step guide for novices. *Journal of Emergency Primary Health Care*, 8(3), 1-13.
- Zineldin, M. (2006). The quality of health care and patient satisfaction: an exploratory investigation of the 5Qs model at some Egyptian and Jordanian medical clinics. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 19(1), 60-92.



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

วัตถุประสงค์ (Objectives)

- เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา ค้นคว้า และการผลิตผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ และนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา โดยครอบคลุมในสาขา ด้านการบัญชี การตลาด การเงินและการธนาคาร การบริหาร การปฏิบัติการและเทคโนโลยี การบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ การบริหารการขนส่งพัสดุและโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว การโรงแรม และการบริการ การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ เศรษฐศาสตร์ และคอมพิวเตอร์ธุรกิจ หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้อง
- เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการในรูปแบบของบทความวิชาการ และบทความวิจัยที่มีคุณภาพ ในสาขาที่รับตีพิมพ์
- เพื่อเป็นสื่อกลางในการนำเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้เชิงวิชาการ ของผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษา ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ อย่างกว้างขวาง

ขอบเขตของวารสารฯ (Scopes)

ขอบเขตของวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือเชิงจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|--|
| • การบัญชี | • การตลาด |
| • การเงินและการธนาคาร | • การบริหารการปฏิบัติการและเทคโนโลยี |
| • การบริหารธุรกิจ | • การบริหารทรัพยากรมนุษย์และองค์กร |
| • อสังหาริมทรัพย์ | • การบริหารการขนส่ง พัสดุและโลจิสติกส์ |
| • การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ | • การท่องเที่ยว การโรงแรมและอุตสาหกรรมบริการ |
| • การบริหารจัดการทั่วไป | • เศรษฐศาสตร์ |
| • การบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ | • การวิเคราะห์ปัญหาทางสังคมเศรษฐกิจในภาพรวม |
| • คอมพิวเตอร์ธุรกิจ | รวมถึงหลักสำคัญในด้านการบริหารจัดการ |

บทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย **ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ** การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ข้อกำหนดของบทความต้นฉบับ (Manuscript Requirements)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความสามารถส่งบทความที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ โดยผู้เขียนบทความทุกคนต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อและนามสกุลของผู้เขียน หน่วยงานที่สังกัด รวมทั้งข้อมูลที่ติดต่อได้ให้ชัดเจน ในกรณีเป็นบทความที่เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์ หรือดุษฎีนิพนธ์ ต้องได้รับความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักก่อน บทความที่จะส่งไม่ควรมีความยาวเกิน 25 หน้า และบทความย่อควรมีความยาวไม่เกิน 300 คำ (ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) มีคำสำคัญ (Keywords) ไม่เกิน 5 คำ โดย ทั้งบทความภาษาไทยและบทความภาษาอังกฤษต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วยเช่นเดียวกัน ผู้ส่งบทความ ควรตรวจสอบความถูกต้องของการพิมพ์ต้นฉบับ เช่น ตัวสะกด วรรคตอนและความเหมาะสม ความสละสลวยของการใช้ภาษา ผู้ส่งบทความจะต้องเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นโดยจัดให้อยู่ในรูปแบบ APA Style (สามารถดูรายละเอียดได้ที่ http://en.wikipedia.org/wiki/APA_style#Reference_list และจะต้องตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการอ้างอิงบทความวิจัยที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ นอกจากนี้บทความวิจัย(1) ต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยให้ผู้เขียนระบุเลขที่หนังสือรับรอง พร้อมแนบสำเนาหนังสือรับรองประกอบการส่งบทความ หรือ (2) ผู้วิจัยหลัก (Corresponding Author) ต้องผ่านการอบรมจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากสถาบันการศึกษา พร้อมแนบสำเนาประกาศการผ่านการอบรมฯ

องค์ประกอบของบทความ

บทความวิจัย และบทความวิชาการ ประกอบด้วย

1. ชื่อเรื่อง (Title) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. ชื่อผู้เขียน (Author (s)) ใช้ชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อมระบุหน่วยงานที่สังกัด รวมทั้ง E- mail ของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ (กรณีใช้ Free E-mail ที่ไม่สามารถระบุหน่วยงานที่สังกัด ขอให้เพิ่มเบอร์ โทรศัพท์ที่ติดต่อได้)
3. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ มีความยาวไม่เกิน 300 คำ
4. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนไม่เกิน 5 คำ และระบุไว้ท้ายบทคัดย่อ
5. เนื้อหา (Contents) จัดเป็น 1 คอลัมน์ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 บทความวิจัยควรมีการนำเสนอการวิจัยและผลที่ได้รับอย่างเป็นระบบโดยควรมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)

- บทนำ (Introduction)
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- สมมติฐานของการวิจัย (ถ้ามี)
- แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ที่สามารถอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยรวมถึงการเก็บข้อมูลหรือเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยอย่างชัดเจน
- ผลการวิจัย (Results)
- อภิปรายผล และสรุปผลการวิจัย (Discussion and Conclusion)
- ข้อเสนอแนะ
- เอกสารอ้างอิง (References)

5.2 บทความวิชาการ หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนออย่างชัดเจน และมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสมเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และเสนอแนะมีประเด็นอย่างสมบูรณ์โดยควรประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ (สามารถมีหัวข้อหรือองค์ประกอบเพิ่มเติมที่แตกต่างได้)

- บทนำ (Introduction)
- แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- สารในประเด็นต่างๆ (Contents)
- อภิปรายผล และสรุป (Discussion and Conclusion)
- ข้อเสนอแนะ
- เอกสารอ้างอิง (References)

การเตรียมต้นฉบับ (บทความวิจัย/บทความวิชาการ)

1. บทความมีความยาวไม่เกิน 25 หน้า กระดาษ A4 โดยจัดเป็น 1 คอลัมน์
(รวมบทคัดย่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษและเอกสารอ้างอิง)
2. การตั้งค่าหน้ากระดาษ ให้กำหนดขอบบน 1.5 นิ้ว ขอบล่าง 1 นิ้ว ขอบซ้าย 1.5 นิ้ว และขอบขวา 1 นิ้ว
3. ใช้รูปแบบตัวอักษร TH SarabunPSK โดยกำหนดขนาด ดังนี้
 - 3.1 ชื่อเรื่องภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 20 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.2 ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาด 15 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.3 ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน และ E-mail address ของผู้เขียน ขนาด 15 point ตัวธรรมดาชิดซ้าย
 - 3.4 หัวข้อเรื่อง ขนาด 16 point ตัวหนา ชิดซ้าย
 - 3.5 รายละเอียด/เนื้อเรื่อง ขนาด 15 point ตัวธรรมดา ชิดซ้าย
4. ตารางให้วางตารางไล่ตำแหน่งที่อ้างถึงในบทความ พิมพ์ชื่อและลำดับของตารางเหนือตาราง และพิมพ์คำอธิบาย เพิ่มเติมใต้ตาราง
5. การอ้างอิงในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิง โดยจัดให้อยู่ในแบบ APA Style

การอ้างอิงเอกสาร (References)

บทความทุกเรื่องที่ส่งเข้ามาพิจารณาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จะต้องมีการเขียนอ้างอิงเอกสารอื่นหรือเขียนแหล่งที่มาของข้อมูลที่น่ามาใช้ในการตอนท้ายของบทความ โดยให้เขียนอ้างอิงเป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น และให้จัดอยู่ในรูปแบบ APA Style ซึ่งผู้ส่งบทความควรตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการอ้างอิงให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท. กำหนดอย่างเคร่งครัด (บทความเรื่องใดที่มีรูปแบบการอ้างอิงที่ยังไม่เป็นไปตามที่วารสารฯ กำหนดจะไม่ได้รับการส่งต่อให้ ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความอ่านพิจารณาในขั้นตอนถัดไป) โดยผู้ส่งบทความต้องยึดตามหลักเกณฑ์หลักๆ ดังต่อไปนี้

การอ้างอิงบทความในวารสาร

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. *journal name*, volume, page number.

นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ฉบับที่, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

• ตัวอย่าง

Detert, J. R., & Burris, E. R. (2007). Leadership behavior and employee voice: Is the door really open? *Academy of Management Journal*, 50 (4), 869-884.

การอ้างอิงบทความในวารสาร

• หลักเกณฑ์

Surname, initial. (year). title. place of publication: publisher.

นามสกุล, ชื่อย่อผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. สำนักพิมพ์.

• ตัวอย่าง

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. John Wiley and Sons.

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

บทความที่ได้รับการพิจารณาลงตีพิมพ์ต้องผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยกระบวนการดังต่อไปนี้

1. กองบรรณาธิการแจ้งให้ผู้ส่งบทความทราบเมื่อกองบรรณาธิการได้รับบทความเรียบร้อยแล้วสมบูรณ์
2. กองบรรณาธิการตรวจสอบขอบเขตของบทความ หากบทความอยู่ในขอบเขตวารสารฯ จะรับไว้พิจารณา
3. ในกรณีที่กองบรรณาธิการพิจารณาเห็นควรให้ดำเนินการส่งบทความ เพื่อทำการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิต่อไป บรรณาธิการจะส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่านเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมที่จะลงตีพิมพ์หรือไม่ ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิจะไม่สามารถทราบข้อมูลของผู้ส่งบทความ (Double-Blind Process)
4. เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้พิจารณาถ้อยแถลงบทความแล้ว กองบรรณาธิการพิจารณาโดยอ้างอิงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 2 ท่านเป็นอย่างน้อยว่าบทความนั้นๆ สมควรลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย หรือควรที่จะส่งให้กับผู้ส่งบทความกลับไปแก้ไขก่อนพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง
5. การพิจารณาบทความที่ผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิและมีการปรับปรุงแก้ไขจนกระทั่งมีความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนแล้ว กองบรรณาธิการจะออกหนังสือตอบรับการตีพิมพ์ให้ผู้เขียน ส่วนการพิจารณาว่าจะได้รับการตีพิมพ์ในวารสารฉบับที่เท่าใด กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตามความเหมาะสม

การส่งบทความ (Paper Submission)

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความกับวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย กรุณาส่งไฟล์ บทความผ่านระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์ Thai Journal Online (ThaiJO) ที่อยู่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/aphecityu/index> ในกรณีที่ไม่สามารถส่งบทความผ่านระบบได้ให้ส่งไฟล์ต้นฉบับบทความในรูปแบบของไฟล์ Microsoft Wordมายังอีเมล apheitbus_journal@southeast.ac.th ID line : 081-718-7457 โทรศัพท์ : 02-744-735 ถึง 65 ต่อ 157 หรือ 081-718-7457, 080-446-1719, 092-260-8244

ผู้ที่ประสงค์ส่งบทความ สามารถดูขั้นตอนการส่งบทความ และการชำระค่าเผยแพร์บทความได้ที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/apheitvu/Workflow>

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ

สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/น.ส.).....
2. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด.....ตำแหน่งวิชาการ (ถ้ามี).....
3. สถานภาพผู้เขียน
 - อาจารย์สถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....
หลักสูตร.....คณะ.....
 - นักศึกษาสถาบันการศึกษา (ชื่อสถาบัน).....
หลักสูตร.....คณะ.....
 - บุคคลทั่วไป (ชื่อหน่วยงาน)
4. ขอนำส่ง
 - บทความวิจัย เรื่อง (ภาษาไทย).....
.....
(ภาษาอังกฤษ).....
 - บทความวิชาการ เรื่อง (ภาษาไทย).....
(ภาษาอังกฤษ).....
 - บทความปริทัศน์ เรื่อง (ภาษาไทย).....
(ภาษาอังกฤษ).....
 - บทวิจารณ์หนังสือ เรื่อง (ภาษาไทย).....
5. ชื่อผู้เขียนร่วม (ถ้ามี)
(ชื่อสถาบัน)..... หลักสูตร..... คณะ.....
6. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก เลขที่ ถนน.....
แขวง/ตำบล.....เขต/อำเภอ.....
จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรศัพท์มือถือ..... โทรสาร.....
E-mail.....
7. สิ่งที่ส่งมาด้วย ○ แฟ้มข้อมูลต้นฉบับ ชื่อแฟ้มข้อมูล.....

ลงนาม.....อาจารย์ที่ปรึกษา (กรณีเป็นนักศึกษา)

(.....)

วันที่...../...../.....

ลงนาม.....ผู้พิมพ์

(.....)

วันที่...../...../.....





แบบฟอร์มยื่นข้อเสนอส่งบทความ
วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย

ประเภทต้นฉบับบทความ ☐ วิจัย ☐ วิชาการ/ปริทัศน์ ☐ บทวิจารณ์หนังสือ

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 1).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 2).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ข้าพเจ้า ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

ชื่อ - นามสกุล (ผู้เขียนคนที่ 3).....

ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

วุฒิการศึกษาสูงสุด ☐ ป.เอก ☐ ป.โท ☐ ป.ตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ

สถานที่ทำงาน.....

โทรศัพท์..... มือถือ E-mail

ถ้าบทความที่เสนอเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย คุณฉันทน์ หรืออื่นๆ โปรดระบุ

☐ งานวิจัย/วิชาการ ชื่อเรื่อง

☐ คุณฉันทน์/วิทยานิพนธ์ ชื่อเรื่อง

☐ อื่นๆ (ระบุ)

การตรวจสอบความสมบูรณ์ต้นฉบับบทความ

หลักฐานการรับรองจริยธรรมในมนุษย์ ☐ มี ระบุเลขที่ใบรับรอง.....(แนบหลักฐาน) ☐ ไม่มี

☐ แบบฟอร์มการส่งต้นฉบับเพื่อพิจารณานำลงวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.

☐ กรอกข้อมูลถูกต้อง ครบถ้วน ☐ แนบหลักฐานประกอบถูกต้อง ครบถ้วน

☐ ไม่ถูกต้อง ครบถ้วน (กรุณาระบุ).....

บทความวิจัย (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

สาขาของบทความ (ระบุ).....

ผลลัพธ์/องค์ความรู้ใหม่/ความเชื่อถือได้/คุณค่าทางวิชาการ/การประยุกต์ใช้ได้จริง/การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

(กรุณาระบุ).....

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ ☐ วัตถุประสงค์การวิจัย ☐ สมมติฐาน (ถ้ามี) ☐ ประโยชน์การศึกษา/วิจัย

☐ วิธีการดำเนินการวิจัย ☐ ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการหรือกระบวนการที่ใช้

☐ เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ศึกษา/วิจัย

☐ วิธี/ขั้นตอน/การเก็บรวบรวมข้อมูล ☐ สถิติ การวิเคราะห์ และการนำเสนอ

☐ ผลการวิจัย

☐ อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

☐ ข้อเสนอแนะ ☐ ด้านวิชาการ ☐ ด้านนโยบาย ☐ ด้านพาณิชย์ ☐ ด้านสาธารณะ

☐ ด้านพัฒนาหน่วยงาน/หน่วยบริการ

☐ ความถูกต้องของรูปแบบบทความ ☐ รูปแบบถูกต้อง ☐ การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายบทความและความทันสมัย

บทความวิชาการ (องค์ประกอบจำเป็นและต้องมีครบถ้วน)

☐ บทคัดย่อ ☐ ภาษาไทย ☐ ภาษาอังกฤษ (ตามหลักไวยากรณ์และมีความยาวไม่เกิน 300 คำ)

☐ บทนำ

☐ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

☐ สารในประเด็นต่าง ๆ

☐ อภิปรายผลและสรุป

☐ ข้อเสนอแนะ

ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วม (ถ้ามี) ขอรับรองว่าบทความนี้เป็นผลงานที่ยังไม่เคยได้รับการตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และจะไม่นำไปตีพิมพ์ลงในวารสารอื่นซ้ำอีกและเป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมตามชื่อที่ระบุในบทความตามจริง กรณีมีการละเมิดลิขสิทธิ์จะมีการฟ้องร้องเกี่ยวกับข้อความส่วนใด ส่วนหนึ่ง ภาพ กราฟ และ หรือข้อคิดเห็นใดที่ปรากฏในบทความ ข้าพเจ้าและผู้เขียนร่วมจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการละเมิดลิขสิทธิ์แต่เพียงฝ่ายเดียว

ข้าพเจ้ายอมรับเงื่อนไขของกองบรรณาธิการวารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยทุกประการ

ลงชื่อ
 (.....)
 อาจารย์ที่ปรึกษา
 วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
 (.....)
 อาจารย์ที่ปรึกษา
 วันที่ เดือน พ.ศ.....

หรือ

ลงชื่อ
 (.....)
 ผู้เขียนบทความคนที่ 1
 วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
 (.....)
 ผู้เขียนบทความคนที่ 2
 วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
 (.....)
 ผู้เขียนบทความคนที่ 3
 วันที่ เดือน พ.ศ.....

ลงชื่อ
 (.....)
 ผู้เขียนบทความคนที่ 4
 วันที่ เดือน พ.ศ.....



ใบสมัครสมาชิก

วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

สำหรับผู้สมัคร

☐ ประเภทบุคคล

ชื่อ-สกุล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

☐ ประเภทหน่วยงาน

หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ขอเป็นสมาชิก วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

☐ สำหรับบุคคล

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 800 บาท

☐ สำหรับสถาบันการศึกษา

☐ ระยะเวลา 1 ปี เป็นเงิน 5,000 บาท

สถานที่จัดส่ง

☐ ชื่อบุคคล.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....
☐ หน่วยงาน.....
เลขที่..... ถนน..... ตำบล/แขวง.....
อำเภอ/เขต..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....
โทรศัพท์..... โทรสาร..... โทรศัพท์มือถือ.....

ชำระเงินโดย

☐ เงินสด
☐ โอนเข้าบัญชี “วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สสอท.” เลขที่บัญชี 813-251289-0
บัญชีออมทรัพย์ธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเดอะมอลล์นครราชสีมา และโปรดส่งหลักฐานการโอนเงิน
พร้อมใบสมัครสมาชิก ส่งกลับมาที่ E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ อาจารย์ภรณ์ สกฤตพัฒน์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
(080-446-1719) หรือคุณณัฐวิทย์ สิริวัต คณะศิลปศาสตร์ วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก (092-260-8244)
โทรศัพท์ 0-2744-7356 ถึง 65 ต่อ 157 E-mail : apheitbus_journal@southeast.ac.th หรือ id line 081-718-7457

สำหรับเจ้าหน้าที่วารสาร

ใบเสร็จเล่มที่..... เลขที่..... วันที่รับค่าสมาชิก.....



สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย
ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี