บรรณาธิการ

สวัสดีครับ วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ฉบับที่ 2 ปีที่ 12 ประจำปี 2563 ยังคงเป็นฉบับซึ่งเข้มข้นด้วยเนื้อหาและสาระทางวิชาการเหมือนเดิม ทุกบทความวิจัยได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบทางวิชาการเพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ

ในการจัดทำวารสารการบัญชีและการจัดการนี้ กองบรรณาธิการได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยที่ถูกคัดเลือกตีพิมพ์จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสาขาวิชาทางด้านการบัญชี บริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการช่วยอ่านและพิจารณาต้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการจัดทำวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 15 บทความ ได้แก่ 1) การบริหารคุณภาพกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน 2) การพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ 3) การบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ 4) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงจากเครื่องเทศและสมุนไพร 5) ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของธนาคารพาณิชย์ 6) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี 7) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการควบคุมภายใน 8) ปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์กับประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ 9) โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม 10) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง 11) ความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน 12) การวางระบบบัญชีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี 13) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์กับความสำเร็จขององค์กร 14) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และ 15) การประกาศซื้อหุ้นคืนต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติ

วารสารการบัญชีและการจัดการของคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ยินดีต้อนรับบรรดานักวิจัย นักวิชาการและนิสิตนักศึกษาที่ต้องการนำเสนอผลงานวิชาการ ไม่ว่าจะเป็นบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความทั่วไป บทความปริทัศน์หรือบทวิจารณ์ กองบรรณาธิการพร้อมรับต้นฉบับของท่านตลอดเวลา ขอให้ท่านศึกษารูปแบบการเขียนจากท้ายวารสารแต่ละฉบับและส่งมายังกองบรรณาธิการ เพื่อจักได้ทำการพิจารณาความเหมาะสมเชิงวิชาการของหัวข้อและรายละเอียดของบทความต่อไป

ในสุดท้ายนี้ กองบรรณาธิการขอขอบพระคุณท่านผู้อ่านทุกท่านที่ได้ให้คำติชมและให้คำแนะนำเพื่อการปรับปรุงการดำเนินการจัดทำวารสารมาโดยตลอด จนปัจจุบันทำให้วารสารการบัญชีและการจัดการผ่านการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 2 อย่างไรก็ตาม กองบรรณาธิการจะยังคงมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของวารสารให้เป็นที่น่าเชื่อถือและยอมรับในวงการวิชาการอย่างต่อเนื่อง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติพงษ์ ส่งศรีโรจน์
บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ

วารสารการบัญชีและการจัดการ
Journal of Accountancy and Management

คณะการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2563

สารบัญ **หน้า**

1. ผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา 1
วรพล อินทรกำแหง
วีรยา ภัทรอาชาชัย
นงลักษณ์ แสงมหาชัย

2. การวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย 12
จิรภัทร จำรัสรักษ์
คมกริช วงศ์แข
อุทิศ พงศ์จิรวัฒนา

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย 26
ธนกฤต เงินอินต๊ะ
ประทานพร จันทร์อินทร์
แคทลียา ชาปะวัง

4. ความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ 37
นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร
กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ
จารุณี วิเทศ

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย 54
กัญญารัตน์ ไชยสงคราม
ชิดชนก วงศ์เครือ
อารยา อริยา
จิระประภา คำราช
ประเสริฐ ยังปากน้ำ

สารบัญ หน้า

6. ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 71

เมธาพร นามศรี

ณัฐวงศ์ พูนพล

สุมิตรา จิระวุฒินันท์

7. ผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 87

อรอนงค์ จำปาแก้ว

อุเทน เลานำทา

กิตติพล วิแสง

8. ปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งต่อผลประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย 100

สุกัญญา คลังทอง

สุพิน ฉายศิริไพบูลย์

อัจฉราพร โชติพฤกษ์

9. กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมสีเขียว: โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 117

ภาวินีย์ ธนาอนวัช

10. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง 135

วรัญญา ติโลกะวิชัย

อารีมน เสริมทรัพย์

11. ความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 149

หทัยกาญจน์ ทองศรีสุข

สารบัญ **หน้า**

12. ความสัมพันธ์ระหว่างการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย 161
ไมตรี เธียรวรรณ
จุลสุชดา ศิริสม
พงศธร ตันตระบัณฑิตย์

13. ผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มี ต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย 174
จุฑาณัฐ สินธุศิริ
ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์
กาญจนา หินเธาว์

14. ผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 184
วรัญญา พันธุ์โสภณ
ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์
ศุทธินี ปราชญ์ศรีภูมิ

15. การพิจารณาผลกระทบของการประกาศซื้อหุ้นคืนต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 194
เมธาวัฒน์ ตุงคโสภา
กุลบุตร โกเมนกุล

วารสารการบัญชีและการจัดการ
Journal of Accountancy and Management

คณะการบัญชีและการจัดการ ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 เมษายน - มิถุนายน 2563

สารบัญ **หน้า**

1. The Effects of Quality Management on Performance Efficiency in Colleges under Office of the Vocational Education Commission 1

    Woraphon Intharakamhaeng
    Veeraya Patara-Archachai
    Nongluk Sangmahachai

2. Analysis of role of financial development on tourism and economic growth in Asia 12

    Jiraput Chamrasrag
    Komkrit Wongkhae
    Utis Bhongchirawattana

3. Relationships Between Online Marketing Management and Online Marketing Success of E-commerce Businesses in Thailand 26

    Thanakrit Ngerninta
    Prathanporn Jhundra-indra
    Cattaleeya Charpavang

4. Satisfaction toward Packaging Design of Seasoning and Purchasing Decision Behavior 37

    Nongluck Popichit
    Gritsanaporn Prasitwisate
    Jarunee Wites

สารบัญ **หน้า**

5. The Analysis of the Relationship Between Financial Factors and Industrial Concentration of Commercial Banks in Thailand 54

Kanyarut Chaisongkram
Chitchanok Wongkhrua
Araya Ariya
Chiraprapa Kamrach
Prasert Yongpaknam

6. The Effects of Information Technology Skills on Effectiveness of Accounting Information Services of Small and Medium Enterprises Accountants in the Northeast 71

Metaporn Namsri
Nuttavong Poonpool
Sumittra Jirawuttinunt

7. The Effect of Accounting Information System Security on Internal Control Efficiency of Listed Companies in Thailand 87

Onanong jumpakeaw
Uthen Laonamtha
Kittipol Wisaeng

8. Causal factors, for Accounting data quality, Accounting information system quality, E- services quality, Perceived value of e- accounting, and User satisfaction of e-accounting affecting the efficiency of e-accounting for small and medium enterprises (SMEs) in Thailand 100

Sukanya Klungthong
Supin chaisiripaibool
Atcharaporn Chotipurk

9. Administrative Strategies and Accounting Practices for Environmental Management of Green Hotel: A case of Krungsri River Hotel, Phranakhon Si Ayutthaya 117

ภาวินีย์ ธนาอนวัช

สารบัญ **หน้า**

10. Factors Influencing Purchase Decision Augmented Reality Card 135

VaranyaTilokavichai

Areemon Surmsub

11. Knowledge and skills of accounting and financial officers' Rajabhat University in Northeastern 149

Hathaikan Tongsrisuk

12. The Relationship between Good Accounting System Design and Accounting Information Quality of Beverage Businesses in Thailand 161

Maitree Tianwan

Julsuchada Sirisom

Pongsatorn Tantrabondit

13. Effects of Product Quality Management on Organizational Success of Thai Brand Clothing Businesses 174

Jutanat Sintusiri

Teerapan Ungphakorn

Kanjana Hinthaw

1 4. Effects of Best Accounting Learning on Job Efficiency of Bookkeepers in the Northeast 184

Warunya Pansophon

Seerungrat Sudsomboon

Suttinee Prachsriphum

15. Re-Appraising Stock-Repurchase Announcement Impacting on Abnormal Stock Return: Evidence Fromthe Stock Exchange of Thailand 194

MethawatThungkasopa

Kulabutr Komenkul

ผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

The Effects of Quality Management on Performance Efficiency in Colleges under Office of the Vocational Education Commission

วรพล อินทรกำแหง*, วีรยา ภัทรอาชาชัย[2] และนงลักษณ์ แสงมหาชัย[3]

Woraphon Intharakamhaeng*, Veeraya Patara-Archachai[2] and Nongluk Sangmahachai[3]

Received : July 7, 2019 Revised : November 1, 2019 Accepted : November 26, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา จำนวน 203 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารคุณภาพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ควรมีการส่งเสริมในเรื่องของกระบวนการวางแผน กระบวนการปฏิบัติตามแผน กระบวนการตรวจสอบและกระบวนการปรับปรุงงานให้กับหน่วยงานและพนักงานในองค์กร เพื่อที่จะสามารถทำการปรับปรุงพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมกับองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ประสิทธิภาพการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์องค์กรที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : การบริหารคุณภาพ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน วิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Economic, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2,3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2,3] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The research objective was to study the effect of quality management on the performance efficiency in Colleges under the Office of the Vocational Education Commission. The Questionnaires were used as a tool for the data collection from 203 college administrators of the Vocational Education Commission. The statistics used for data analysis were Mean, Standard Deviation, Multiple Correlation Analysis, Multiple Regression Analysis. The research result found that quality management had relationship and a positive effect with performance efficiency. Therefore, the college administrators under the Office of the Vocational Education Commission should promote the planning process, plan implementation process, inspection process and job improvement process for departments and employees in the organization.

Keywords : Quality Management, Performance Efficiency, Colleges under Office of The Vocational Education Commission.

1. บทนำ

กระแสโลกาภิวัฒน์ทำให้เกิดการสื่อสารไร้พรมแดน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้บุคคลต้องเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคของการเปลี่ยนแปลง การที่บุคคลจะเรียนรู้เพื่อที่จะปรับตัวได้ดีจะต้องได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ และการศึกษาที่จะมีคุณภาพนั้นจำเป็นจะต้องมีการจัดการระบบการศึกษาที่มีมาตรฐานในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านหลักสูตร การเรียนการสอน การพัฒนาครู การพัฒนาสื่อและแหล่งเรียนรู้ ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับผู้ปกครอง ชุมชน ตลอดจนสถานประกอบการและองค์กรต่าง ๆ ซึ่งยุทธวิธีที่จะทำให้การจัดการศึกษาเกิดคุณภาพจำเป็นต้องมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาออกไปกลายเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญของประเทศชาติ วงการศึกษาไทยมีการรับรู้และตื่นตัวในเรื่องการประกันคุณภาพมาตรฐานการศึกษาว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะบ่งชี้ถึงคุณภาพการศึกษา โดยได้ถูกระบุไว้พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พุทธศักราช 2545 (วิวัฒนาการการศึกษาไทย และการศึกษาโลก, 2559 : เว็บไซต์) ผู้บริหารสถานศึกษาจะเป็นผู้นำที่มีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานขององค์กรทางการศึกษา ซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานทางการศึกษาจะถูกวัดได้จากผลการประเมินมาตรฐานและคุณภาพการศึกษาโดยระบบการประกันคุณภาพการศึกษา โดยอาศัยกระบวนการบริหารงานคุณภาพเพื่อให้การจัดการศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์, 2555 : 3)

การบริหารคุณภาพ (Quality Management) เป็นกระบวนการหลักที่สำคัญอย่างหนึ่งในการจัดการศึกษาสำหรับการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา โดยสถานศึกษาได้จัดให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจและเป็นหลักประกันแก่ผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมว่าสถานศึกษาสามารถจัดการศึกษาได้ตามมาตรฐาน ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความสามารถ และมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดและสังคมต้องการ ซึ่งต้องอาศัยบุคคลหลายฝ่ายร่วมมือกัน ได้แก่ ผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษาตามวงจรคุณภาพ PDCA ของ Deming เริ่มต้นตั้งแต่มีการวางแผน (Plan : P) การปฏิบัติตามแผน (Do : D) การตรวจสอบ (Check : C) และการปรับปรุงงาน (Action : A) นำไปสู่การรับรองคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา ซึ่งผลการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาดังกล่าวจะเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จจากการดำเนินงานของสถานศึกษา นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทิศทางการดำเนินนโยบายทางการศึกษาของสถานศึกษา และแสดงให้เห็นว่า

ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำพาสถานศึกษา บุคลากร นักเรียนนักศึกษา ไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพได้ด้วยวิสัยทัศน์และพันธกิจตามที่สถานศึกษาตั้งไว้ และเป็นที่ยอมรับของชุมชนว่าสามารถจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพมาตรฐาน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2554 : 10-12)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance Efficiency) เป็นความสามารถในการดำเนินงานให้ถึงเป้าหมายโดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า (ณัฎฐพันธ์ เขจรนันทน์, 2547 : 13) สำหรับมุมมองประสิทธิภาพขององค์กรในแง่การจัดการศึกษา ต้องจัดการศึกษาให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้โดยมุ่งยกระดับคุณภาพการศึกษาในทุกมิติ นำไปสู่การกำหนดนโยบายการพัฒนาสถานศึกษาไปในทิศทางที่เหมาะสม ในการประเมินประสิทธิภาพขององค์กร มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีมาตรฐานที่สามารถชี้ให้เห็นถึงการจัดการศึกษา ว่าสอดคล้องกับบทบาทและภารกิจของสถานศึกษาในการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู บุคลากรทางการศึกษา นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและท้องถิ่น โดยการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานจะให้ความสำคัญกับการพิจารณาผลลัพธ์ทั้งในด้านตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตของสถานศึกษาในระยะยาว ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานพิจารณาตัวชี้วัด 4 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) มุมมองทั้ง 4 ด้าน จะแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษา ซึ่งไม่ได้ใช้สำหรับการวัดผลเฉพาะทรัพยากรที่สามารถจับต้องได้เท่านั้น แต่ยังรวมถึงทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้อีกด้วย (พสุ เดชะรินทร์, 2545 : 2-4) การดำเนินงานของวิทยาลัยแต่ละแห่งในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา ต้องมีการบริหารองค์กรให้เกิดการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารสถานศึกษาคือ ผู้อำนวยการวิทยาลัย จะต้องมีภาระหน้าที่ในการบริหารองค์กรให้เจริญก้าวหน้า สร้างจุดเด่น ขจัดจุดด้อยของวิทยาลัยแต่ละแห่ง เพื่อความเป็นเลิศในระยะยาวให้เป็นที่ยอมรับของชุมชนและสังคม (ฐิตินันท์ นาดี, 2554 : 53)

วิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (Colleges under Office of the Vocational Education Commission.) เป็นหน่วยงานของกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีหน้าที่ในการจัดการศึกษาประเภทอาชีวศึกษาของประเทศให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ วิทยาลัยแต่ละแห่งจะต้องเข้ารับการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา ในช่วงระยะเวลาที่ถูกกำหนด โดยสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน) ในด้านการบริหารงานภายในของวิทยาลัยแต่ละแห่งนั้น มุ่งเน้นการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ให้เกิดกับผู้เกี่ยวข้องในทุกด้าน ซึ่งวิทยาลัยในสังกัดจะรับนโยบายการจัดการศึกษาวิชาชีพจากสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาไปสู่การปฏิบัติในระดับวิทยาลัย ซึ่งตั้งกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ รูปแบบ การจัดการเรียนการสอนของวิทยาลัยแต่ละแห่ง มุ่งเน้นเปิดโอกาสให้เยาวชน ประชาชนและผู้สนใจในแต่ละชุมชนท้องถิ่นได้เข้าศึกษา ฝึกอบรมด้านวิชาชีพ ในหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) หลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น และระดับปริญญาตรี โดยคำนึงถึงสภาพ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ และตามความต้องการของผู้เรียนเพื่อนำความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ที่ได้รับไปประกอบอาชีพในสังคมได้ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2559 : เว็บไซต์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจะทดสอบว่า การบริหารคุณภาพส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาหรือไม่ อย่างไร ซึ่งจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารวิทยาลัย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย จะนำไปใช้เป็นแนวทางและพัฒนาการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดสมกับเป็นองค์กรหลักด้านการจัดการศึกษาสาขาวิชาชีพของประเทศ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การบริหารคุณภาพได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการบริหารคุณภาพ และประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

การบริหารคุณภาพ (QM)		**ประสิทธิภาพการดำเนินงาน** (PF)
1. การบริหารคุณภาพด้านกระบวนการวางแผน (QP) 2. การบริหารคุณภาพด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน (QD) 3. การบริหารคุณภาพด้านกระบวนการตรวจสอบ (QC) 4. การบริหารคุณภาพด้านกระบวนการปรับปรุงงาน (QA)	→	1. ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเงิน (FP) 2. ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านลูกค้า (CP) 3. ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (IP) 4. ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา (LP)

2.1 **การบริหารคุณภาพ** (Quality Management)

การบริหารคุณภาพ หมายถึง การบริหารงานอย่างเป็นระบบโดยมุ่งให้เกิดคุณภาพในทุกขั้นตอนทุกกิจกรรม ทุกกระบวนการและทุก ๆ ส่วนของหน่วยงาน โดยใช้วงจรคุณภาพ โดยใช้แนวคิดวงจรคุณภาพของ (กิติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ, 2557 : 25 ; อ้างอิงมาจาก Deming, 1993) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านกระบวนการวางแผน (Plan) หมายถึง กิจกรรมการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน วิธีการ และขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินการบรรลุเป้าหมาย โดยการวางแผนจะต้องทำความเข้าใจกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ให้ชัดเจน เป้าหมายที่กำหนดต้องเป็นไปตามนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจขององค์กรเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นไปตามแนวทางเดียวกันทั่วทั้งองค์กร

2.1.2 ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน (Do) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ซึ่งก่อนที่จะปฏิบัติงาน จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลและเงื่อนไขของสภาพงานที่เกี่ยวข้อง โดยการปฏิบัติจะต้องดำเนินการไปตามแผน วิธีการและขั้นตอนที่กำหนดไว้ โดยจะต้องเก็บรวบรวม และบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานไว้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานในขั้นต่อไป

2.1.3 ด้านกระบวนการตรวจสอบ (Check) หมายถึง กิจกรรมที่มีขึ้นเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผน ปัญหาที่เกิดขึ้นในระหว่างการปฏิบัติงาน และการตรวจสอบจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องกระทำควบคู่ไปกับการดำเนินงานเพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของการดำเนินงาน

2.1.4 ด้านกระบวนการปรับปรุงงาน (Action) หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาหลังจากที่ได้ทำการตรวจสอบแล้ว เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาและขจัดอุปสรรคจากการปฏิบัติงาน การปรับปรุงงานอาจนำไปสู่การกำหนดมาตรฐานวิธีการทำงานที่ต่างจากเดิม เมื่อมีการดำเนินงานตามวงจรคุณภาพในรอบใหม่เพื่อช่วยให้การวางแผนมีความสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Performance Efficiency)

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึง การดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์อาจเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการลงทุนหรือจำนวนทรัพยากรที่มีอย่างคุ้มค่าและการดำเนินงานที่มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจแก่ทุกฝ่าย องค์กรมีการบริหารงานเพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุดหรือเปรียบเทียบกับทรัพยากรที่ใช้ไปกับผลที่ได้จากการทำงาน โดยการนำเวลามาพิจารณาด้วย โดยใช้แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (พสุ เดชะรินทร์, 2545 : 2-4) ประกอบด้วย

2.2.1 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง การบริหารทรัพยากรและงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรมา การรับและเบิกจ่ายเงินเพื่อใช้ดำเนินการตามแผนงานโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานจัดการศึกษา ความพึงพอใจของนักเรียนนักศึกษาต่อกระบวนการจัดการเรียนการสอน และการบริการความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องที่ใช้ประโยชน์จากปฏิบัติงานของผู้สำเร็จการศึกษา

2.2.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง การบริหารงานภายในที่มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานด้านวิชาการระหว่างครูกับครู การคิดค้นนวัตกรรมการวิจัยเพื่อสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน การสนับสนุนขององค์กรในด้านการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ และการสร้างกลไกของการประกันคุณภาพการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

2.2.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การผลักดันการบูรณาการเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมและสนับสนุนการเรียนรู้ภายในองค์กรการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสาร และเสริมสร้างความพึงพอใจของบุคลากรในการปฏิบัติงาน

การศึกษาวิจัย ผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย การบริหารคุณภาพมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทั้งหมด จำนวน 429 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2559 : เว็บไซต์) โดยดำเนินการส่งแบบสอบถาม ทางไปรษณีย์ให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยเริ่มส่งแบบสอบถามวันที่ 1 พฤศจิกายน - 31 ธันวาคม 2561 จำนวน 429 ชุด ถึงผู้บริหารวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะ กรรมการการอาชีวศึกษา ตามชื่อ ที่อยู่ของวิทยาลัยสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษา โดยแนบซองจดหมายติดแสตมป์และจ่าหน้าซองกลับถึงผู้วิจัยโดยกำหนดให้ส่งคืนภายใน 15 วัน หลังจากได้รับแบบสอบถามเมื่อครบกำหนดส่งไปแล้ว 15 วัน คือวันที่ 15 มกราคม 2562 ได้รับแบบสอบถาม ตอบกลับมา จำนวน 115 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการโทรศัพท์ติดตามสอบถามไปที่วิทยาลัยสังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษากลุ่มเดิมอีกครั้งที่ยังไม่ได้ตอบกลับมา หลังจากนั้นอีก 15 วัน คือวันที่ 31 มกราคม 2562 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาอีกจำนวน 88 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 203 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 90 วัน ซึ่งมีอัตราการตอบกลับคิดเป็นร้อยละ 47.32 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การบริหารคุณภาพ เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านกระบวนการวางแผน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำวิสัยทัศน์มากำหนดเป็นเป้าหมายเพื่อให้การวางแผนมีความชัดเจน การกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุด การระดมความคิดเห็นเพื่อให้บุคลากร มีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ การวางแผนจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสม 2) ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้แล้วเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนด การมุ่งมั่นให้บุคลากรศึกษาข้อมูลในการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันข้อผิดพลาด ที่อาจเกิดขึ้น การมอบหมายหน้าที่ผู้รับผิดชอบให้ตรงความรู้ความสามารถ การนิเทศ แนะนำ กำกับ ติดตามเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ 3) ด้านกระบวนการตรวจสอบ จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการกำหนดวัตถุประสงค์และชี้แจงวิธีการตรวจสอบอย่างชัดเจน การเก็บข้อมูลเพื่อนำมา ใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพ การดำเนินงาน การตรวจสอบคุณภาพของผลงานในแต่ละขั้นตอนเพื่อเปรียบเทียบกับแผนที่วางไว้ การวิเคราะห์ถึงสาเหตุแห่งความสำเร็จและผิดพลาดจากการดำเนินงาน การรายงานผลการตรวจสอบเพื่อเป็นหลักฐานประกอบการตัดสินใจในอนาคต 3) ด้านกระบวนการปรับปรุงงาน จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในทุกระดับ การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาเพื่อหลีกเลี่ยงความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นซ้ำอีก การปรับปรุงระบบและวิธีการที่จะไม่ทำให้เกิดความผิดพลาดซ้ำอีก การประชุมชี้แจงบุคลากรที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการปฏิบัติงานเพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่ได้รับจัดสรรมาดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม การเพิ่มปริมาณผู้เรียนเพื่อเพิ่มงบประมาณอุดหนุนที่ได้รับจัดสรรมาอย่างต่อเนื่อง การจัดสรรทรัพยากรเช่น เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมตามแผนบริหารงบประมาณที่กำหนดไว้ 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำข้อร้องเรียนของผู้เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์และปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพตลอดเวลา การพัฒนาคุณภาพการบริการให้ สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง การสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้รับบริการอย่างเป็นระบบเพื่อเพิ่มยอดผู้รับบริการรายใหม่ การดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างความประทับใจอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำระบบการ

บริหารงานที่ทันสมัยมาใช้เพื่อนำไปสู่ความเป็นผู้นำในการจัดการอาชีวศึกษา การประเมินกระบวนการทำงานอยู่เสมอ เพื่อยกระดับการปฏิบัติงาน การพัฒนาการทำงานเป็นทีมเพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา จำนวน 5 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปฏิบัติงานและพัฒนาการจัดการเรียนการสอน การเปิดโอกาสแก่บุคลากรอบรมเพิ่มพูนทักษะความชำนาญและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน อยู่ตลอดเวลา การพัฒนาระบบเทคโนโลยีการเรียนรู้ด้วยตนเองของบุคลากรให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง การสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรเพื่อพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ การนำหลักการบริหารคุณภาพมาใช้ได้อย่างเหมาะสมตรงตามวิสัยทัศน์ที่ได้กำหนดไว้

3.3 **คุณภาพของเครื่องมือวัด**

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่งการบริหารคุณภาพได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.898-0.936 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.832-0.929 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) ของแบบสอบถามเป็น รายด้าน โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารคุณภาพ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.852-0.910 และประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.723-0.891 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า ความน่าเชื่อถือตามทฤษฎีของ Cronbach ซึ่งแนะนำว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามไม่ควรต่ำกว่า 0.70 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพ

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $PF = \beta_0 + \beta_1 QP + \beta_2 QD + \beta_3 QC + \beta_4 QA + \varepsilon$

เมื่อ PF แทน ประสิทธิภาพการดำเนินงาน

QP แทน การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการวางแผน

QD แทน การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน

QC แทน การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการตรวจสอบ

QA แทน การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการปรับปรุงงาน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

ตัวแปร	PF	QP	QD	QC	QA	VIFs
$\bar{X}$	4.16	4.37	4.40	4.18	4.26	
S.D.	0.53	0.54	0.54	0.59	0.61	
PF		0.695*	0.741*	0.743*	0.757*	
QP			0.749*	0.726*	0.750*	2.741
QD				0.779*	0.821*	3.794
QC					0.800*	3.344
QA						4.078

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระการบริหารคุณภาพมีค่าตั้งแต่ 2.741-3.794 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 586)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

การบริหารคุณภาพ (QM)	ประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม (PF)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.670	0.194	3.452*	0.0001
ด้านกระบวนการวางแผน (QP)	0.149	0.068	2.203*	0.029
ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน (QD)	0.202	0.079	2.540*	0.012
ด้านกระบวนการตรวจสอบ (QC)	0.233	0.069	3.378*	0.001
ด้านกระบวนการ ปรับปรุงงาน (QA)	0.230	0.073	3.129*	0.002
$F = 92.894$ $p < 0.0001$* Adj $R^2 = 0.013$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการวางแผน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านการเงินและด้านกระบวนการภายใน เนื่องจาก วิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ต้องมีการจัดสรรเงินหรืองบประมาณให้สอดคล้องกับการพัฒนาและปรับปรุงเพิ่มปริมาณผู้เรียนซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีการบริหารการเงินที่มีแผนการใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพซึ่งจะส่งผลให้วิทยาลัยมีการนำระบบการบริหารจัดการที่มีความทันสมัยและช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารภายใน และทำให้เกิดการบริการเพื่อความสะดวก รวดเร็วต่อไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์ (2547 : 80)

ได้กล่าวว่า การบริหารคุณภาพมีส่วนเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพ การดำเนินงานขององค์กรเพราะการดำเนินงานขององค์กรมีการจัดระบบที่ดีจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน มีการวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรโดยการใช้เครื่องมือทางด้านการจัดการที่ช่วยนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติการ (Strategic Implementation) โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน (Measurement) ที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (Alignment and Focused) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Car (1995 : abstract) พบว่า การทำงานเป็นทีมการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรนั้น มีผลต่อการปรับปรุงการทำงาน ซึ่งการทำงานโดยใช้ทีมมีผลกระทบต่อองค์กร ไม่ว่าองค์กรนั้นจะมีลักษณะตามสายการบังคับบัญชาเป็นทางการหรือการจัดรูปแบบตามที่จัดกันมาบทบาทของทีม จะมีผลต่อการมองกระบวนการนำการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กรไปใช้ซึ่งจะมีการมองที่แตกต่างจากการมองของบุคคลทั่วไป

2) การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยรวม ด้านการเงิน และด้านลูกค้า เนื่องจากวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จะเน้นในเรื่องกระบวนการปฏิบัติงานตามแผนที่ชัดเจน เพื่อให้วิทยาลัยสามารถเพิ่มจำนวนปริมาณของผู้เรียนเพิ่มเติมตามงบประมาณที่เพิ่มขึ้น และมุ่งเน้นที่การพัฒนาการบริการให้สะดวก รวดเร็ว และตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือนักเรียนที่ใช้บริการขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิตาภา จุลศิริวงศ์ (2550 : บทคัดย่อ) พบว่า การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการปฏิบัติตามแผน มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยส่งเสริมให้พนักงานฝึกทักษะด้านต่าง ๆ ตามความถนัด ด้วยการส่งเสริมในเรื่องของเงินทุนในการฝึกอบรม และส่งเสริมให้มีการศึกษาที่สูงขึ้นและนำมาปรับใช้กับองค์กรในการให้บริการกับลูกค้าในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป และสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา (2558 : 7-8) พบว่า การปฏิบัติตามแผน เป็นการดำเนินงานต่อเนื่องจากการวางแผน โดยมีการมอบหมายผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามลักษณะงาน เวลา และภารกิจ ของแต่ละส่วนงานโดยมีการนิเทศ แนะนำ กำกับ ติดตาม เพื่อให้งานเป็นไปตามที่กำหนด

3) การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการตรวจสอบ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา จะมีกระบวนการตรวจสอบการทำงานอย่างเป็นระบบ มีการนำข้อร้องเรียนสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนปรับปรุงในการให้บริการเพื่อให้ครอบคลุมทุกปัญหาเพื่อยกระดับการเป็นผู้นำทางการศึกษา อันนำไปสู่การบริหารและจัดการในเรื่องของคุณภาพวิทยาลัยตามวิสัยทัศน์ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Norreklit (2000 : 65-88) พบว่า ความสัมพันธ์ในเชิงสาเหตุและผลกระทบท่ามกลางมาตรวัดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกรรมวิธีภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้และทางเลือกความเจริญเติบโต ของ Balanced Scorecard สามารถเชื่อมโยงกลยุทธ์ต่อการวัดการปฏิบัติการซึ่งผู้จัดการสามารถเข้าใจและแนะนำข้อปรับปรุงบางประการได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ จรัญ จูปรางค์ (2559 : 84-85) ได้กล่าวว่า การมุ่งเน้นที่คุณภาพองค์กรบริหารคุณภาพ จะต้องยึด “คุณภาพ” เป็นแกนหลัก หลักการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไร เป็นเบื้องต้น และการมุ่งเน้นที่คุณภาพการยึดความต้องการของลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการบริหารและดำเนินการ เพื่อปรับปรุงกระบวนการ การที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าภายนอกได้นั้น ผู้บริหารและพนักงานจะต้องมองการทำงานอย่างเป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปตั้งแต่จุดเริ่มต้นที่เป็นวัตถุดิบจนถึงจุดสุดท้ายของกระบวนการ คือได้สินค้าหรือบริการที่ถึงมือลูกค้า ซึ่งการบริหารโดยยึดกระบวนการตั้งแต่ต้นจนครบวงจร ส่งผลต่อเนื่องให้พนักงานแต่ละคนทำงานในกระบวนการของตนเอง ตั้งแต่เริ่มต้นและถูกต้องทุกครั้ง

4) การบริหารคุณภาพ ด้านกระบวนการปรับปรุงงาน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา เน้นไปที่กระบวนการปรับปรุงงานที่ชัดเจน และเป็นระบบทำให้สามารถปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ มีการประเมินกระบวนการการทำงานอยู่เสมอ เพื่อยกระดับการปฏิบัติงานและให้บริการอันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาทั้งด้านคุณภาพของผู้ให้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cavalluzzo และ Ittner (2004 : 243-267) พบว่า การวัดผลการดำเนินงานจากการบริหารที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับอำนาจการตัดสินใจและการฝึกอบรมในเทคนิคในการวัดผลการดำเนินงานและมีอิทธิพลกับการพัฒนาการวัดผลการดำเนินงาน นอกจากนี้การวัดผลการดำเนินงานและความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์ทางบวกกับข้อมูลผลการดำเนินงานจากเป้าหมายที่ต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ จรัญ จูปรางค์ (2559 : 89-90) ได้กล่าวไว้ว่า การปรับปรุงงานเป็นการนำเสนอผลจากการประเมินมาปรับปรุงพัฒนาต่อไป เช่น ถ้าผลการปฏิบัติในห้วงเวลาที่ผ่านมายังไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเอาไว้ ก็ต้องปรับเปลี่ยนวิธีดำเนินงานใหม่ให้เหมาะสมหรือถ้าผลการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายแล้ว ในการดำเนินการต่อไปจะได้ปรับเปลี่ยนเป้าหมายให้สูงขึ้นกว่าเดิม เพื่อให้องค์กรพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ในการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาในประเด็นที่แตกต่างในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการบริหารคุณภาพที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น โรงพยาบาล หน่วยงานของภาครัฐ และวิทยาลัยของเอกชน เป็นต้น เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ว่ามีความแตกต่างกัน ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อการบริหารคุณภาพ ซึ่งจะทำให้ผู้บริหารของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการในการบริหารงานให้พนักงานในองค์กรสามารถดึงความรู้ ความสามารถ และการบริหารคุณภาพออกมาใช้ในการพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรได้ดียิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหา และอุปสรรค เพื่อหาแนวทางหรือวิธีการในการบริหารงานให้พนักงานในองค์กรสามารถดึงความรู้ ความสามารถ และตระหนักถึงความสำคัญของการบริหารคุณภาพ เพื่อการพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ดียิ่งขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

การบริหารคุณภาพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ดังนั้นผู้บริหารวิทยาลัยสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการบริหารคุณภาพ ทุกด้านเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อให้แล้วเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนด มีการเก็บข้อมูล และมีการประชุมชี้แจงบุคลากรที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการปฏิบัติงาน เพื่อให้งานเกิดประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารคุณภาพให้กับองค์กรได้อย่างประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กิติศักดิ์ พลอยพานิชเจริญ. (2557). *TQM : การบริหารเพื่อคุณภาพโดยรวม.* กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

จรัญ จูปรางค์. (2559). *การนำเสนอแนวทางพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยการบริหารคุณภาพวงจรเดมมิ่งของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระบุรี เขต 2.* ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ฐิตินันท์ นาดี. (2554). *ผลกระทบของค่านิยมร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทิตาภา จุลศิริวงค์. (2550). *ระดับการบริหารคุณภาพองค์รวมของศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร จตุจักร 2 (มีนบุรี).* ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ณัฏฐพันธ์ เขจรนันทน์. (2547). *ยอดกลยุทธ์การบริหารสำหรับองค์กรยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

พสุ เตชะรินทร์. (2545). *เส้นทางกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Performance Indicator*. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิวัฒนาการการศึกษาไทยและการศึกษาโลก. (2559). *ความสำคัญของการประกันคุณภาพการศึกษา*. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2559, จาก http://www.Koobannok.com

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. (2555). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษา.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.(2558). มาตรฐานการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2555 หลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการประกันคุณภาพภายในการอาชีวศึกษา พ.ศ.2555 และที่ปรับปรุงแก้ไข และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.

สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2559). ความเป็นมา. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2559, จาก http://www.vec.go.th

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2554). *รายงานผลการดำเนินงานขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาในศตวรรษที่สองในช่วง พ.ศ. 2552-2554*. : กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

Aaker, D.A., V. Kumar & G. S. Day. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making (4th ed.)*. New York : John Wiley & Sons.

Car, J. Nicholas. (1995). Improvement in production process for pipelines manufacturing based on quality management method in texas A&M University. *Procedia Engineering*. 206(6) : 950-957 . Texas : USA

Cavalluzzo, K. S. & C.D. Ittner, (2004). Implementing performance measurement innovation. evidence from government, *Accounting Organization and Society*. 29 : 243-267.

Norreklit, H. (2000). The balance on the balance scorecard a critical analysis of some of its assumptions, *Management Accounting Research*. 11(1) : 65-88.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.) New York : McGrew-Hill.

การวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยว และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย

Analysis of role of financial development on tourism and economic growth in Asia

จิรภัทร จำรัสรักษ์* คมกริช วงศ์แข[2] และอุทิศ พงศ์จิรวัฒนา[3]

Jiraput Chamrasrag* Komkrit Wongkhae[2] and Utis Bhongchirawattana[3]

Received : July 23, 2019 Revised : November 15, 2019 Accepted : November 26, 2019

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย ด้วยข้อมูลแบบพาแนล (Panel Data) ตัวชี้วัดการพัฒนาทางการเงิน จำแนกเป็นตัว 2 ตัว ได้แก่ สินเชื่อรวมภายในประเทศกับปริมาณเงินตามความหมายกว้าง ใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2543-2559 แบ่งออกเป็น 4 แบบจำลอง ได้แก่ กลุ่มประเทศในทวีปเอเชียรวม 30ประเทศ และแบ่งออกเป็นกลุ่มละ 10 ประเทศ ได้ดังนี้ กลุ่มประเทศรายได้สูง กลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง กลุ่มประเทศรายได้ต่ำ โดยผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยว ด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศ พบว่า ทุกแบบจำลองเป็นแบบจำลอง Random Effects Model และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง พบว่า มีแบบจำลอง Random Effects Model คือ แบบจำลองของประเทศรายได้ปานกลาง ประเทศเอเชียรวม ส่วนแบบจำลอง Fixed Effects Model คือ แบบจำลองประเทศรายได้สูง ประเทศรายได้ต่ำ และผลการวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศ พบว่า ทุกแบบจำลองเป็นแบบจำลอง Fixed Effects Model และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง พบว่า มีแบบจำลองเป็นแบบจำลอง Fixed Effects Model คือ แบบจำลองประเทศรายได้สูง ประเทศรายได้ต่ำ ส่วนแบบจำลอง Random Effects Model คือ แบบจำลองประเทศรายได้ปานกลาง ประเทศเอเชียรวม สรุปจากผลการวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย โดยใช้ตัวชี้วัดการพัฒนาทางการเงินได้แก่ สินเชื่อรวมภายในประเทศและปริมาณเงินตามความหมายกว้าง ซึ่งส่งผลต่อการต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : การพัฒนาทางการเงิน การท่องเที่ยว การเติบโตทางเศรษฐกิจ สินเชื่อ ปริมาณเงินตามความหมายกว้าง

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Economics, MahaSarakham Business School, MahaSarakham University

[2] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Lecturer, MahaSarakham Business School, MahaSarakham University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Assistant Professor, MahaSarakham Business School, MahaSarakham University

Abstract

This study aimed to analyze the role of financial development on tourism and economic growth in Asia. Using panel data, financial development has been divided into two variable aggregate credit and broad money. Time series data during 2000-2016 was utilized and classified 30 countries in Asia into 4 model, high income, middle income, low income and all countries model. The results found that role of financial development on tourism for aggregate credit were random effect model. For broad money, random effect was found for middle income and all countries model, however fixed effect did exist in high and low income model.

For economic growth side, aggregate credit verified to be fixed effect on all models. Broad money affected economic growth as fixed effect for high and low income model. In the other hand, evidence of random effect appeared in middle income and all countries model. For summary, financial development defined by aggregate credit and broad money play crucial role to determine tourism and economic growth in Asia.

Keywords: Finance Development, Tourism, Economic Growth, Credit and Broad Money

1. บทนำ

ท่ามกลางปัญหาการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน การที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้ก้าวไปสู่ความเจริญเติบโตและความมีเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจนั้นจะต้องมีการพัฒนาทางการเงินที่จะต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่ถือว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการรักษาเสถียรภาพของระบบการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2558) ซึ่งในภาคเศรษฐกิจ การพัฒนาทางการเงิน หมายถึง การที่สินทรัพย์ทางการเงินมี อัตราการขยายตัวสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ โดยที่สินทรัพย์ทางการเงิน อาจหมายถึงปริมาณเงินในความหมายแคบ (M1) ได้แก่ ธนบัตร เหรียญกษาปณ์ เงินฝากกระแสรายวัน หรือ อัตราส่วนของปริมาณเงินในความหมายกว้าง (M2) ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) จึงมักจะใช้เป็นตัวชี้วัดระดับการพัฒนาทางการเงินของประเทศ (ลัดดาวัลย์ ธรรมิกสกุล, 2541) ในส่วนของงานวิจัยที่ผ่านมาได้หาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินและการเติบโตทางเศรษฐกิจ พบว่า การพัฒนาทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Cesar Calderon, 2003) ในส่วนของภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาทางการเงินที่จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเนื่องจากการพัฒนาทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งภาวะเศรษฐกิจนั้นจะเป็นตัวกำหนดในค่าของเงินหรืออัตราแลกเปลี่ยนในประเทศนั้น ๆ ถ้ากรณี “ค่าเงินภายในประเทศอ่อนค่าขึ้น” จะทำให้ภาคการส่งออกหรือการท่องเที่ยวของประเทศดีมากอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ชาวต่างชาติรู้จักสินค้าของในประเทศ หรือเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ เกิดการใช้จ่ายหรือจับจ่ายใช้สอยสินค้ามากขึ้น ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะต้องแลกเงินตราต่างประเทศเป็นเงินสกุลในประเทศนั้นก่อน เพื่อจะซื้อสินค้าหรือมาท่องเที่ยวในประเทศนั้นได้ ทำให้ความต้องการเงินสกุลนั้นมีมากขึ้นตามลำดับ และจะส่งผลต่อระดับรายได้ของประเทศที่มากขึ้น สามารถนำมาใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาประเทศได้ในอนาคต (ณัฐพงศ์ พันธุ์ไชย, 2558)

ทวีปเอเชียเป็นภูมิภาคที่มีความแข็งแกร่งทางด้านเศรษฐกิจมีระดับการพัฒนาที่หลากหลายทำให้ทวีปเอเชียเป็นที่จับตามองของนายทุนหรือนักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนเพื่อทำการขยายธุรกิจหรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ และเนื่องจากความสำคัญของเหตุการณ์ทางการเงินของทวีปเอเชีย คือวิกฤตต้มยำกุ้ง ปี 2540

ที่ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจซบเซาอย่างหนักหรือเหตุการณ์ ในปัจจุบันที่มีการก่อสงครามทางการค้าระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกากับประเทศจีน โดยทำให้ส่งผลกระทบกับปริมาณการค้าโลกและการลงทุนแล้ว มาตรการต่าง ๆ อาจจะนำไปสู่การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนโดยตรง ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อประเทศในภูมิภาค แต่ในการท่องเที่ยวก็คือรายได้ที่ลดลงของคนจีนจะทำให้การท่องเที่ยวของไทยและประเทศอื่น ๆ ชะลอตัวลง ส่วนในงานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินและการท่องเที่ยว พบว่า การประเมินผลกระทบของวิกฤตการณ์ทางการเงินในปี 2540 ที่มีต่อการท่องเที่ยวในเอเชียโดยวิกฤตการณ์ทางการเงินมีผลกระทบเชิงลบต่อการท่องเที่ยวทั้งขาเข้าและขาออกในเอเชีย (Haiyan Song, 2009) จากที่กล่าวมาข้างต้นได้เห็นถึงความสำคัญของภาคการเงินที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาบทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย เพื่อศึกษาสาเหตุหรือแนวโน้มของการพัฒนาทางการเงินที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการจะออกไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งแนวโน้มของการพัฒนาทางการเงินและการท่องเที่ยว ก็จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของภาคเศรษฐกิจโดยรวมของแต่ละประเทศในทวีปเอเชียในทิศทางบวกหรือลบ และผลลัพธ์ที่ได้เพื่อเสนอแนะเป็นนโยบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีความสนใจนำไปใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย

2.2 เพื่อวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนวรรณกรรมโดยจะพิจารณาจากแบบจำลองการพัฒนาทางการเงิน สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวและผลกระทบต่อเศรษฐกิจ โดยการศึกษาของชิราภรณ์ วงศ์แสน (2556) ได้ศึกษาผลกระทบของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้บทบาทของการพัฒนาทางการเงิน กรณีศึกษาประเทศสมาชิกอาเซียน พบว่า กรณีใช้ตัวชี้วัดการพัฒนาตลาดเงิน แบบจำลอง Fixed effect เป็นการประมาณแบบจำลองที่เหมาะสม และตัวชี้วัดการพัฒนาตลาดเงินมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ ในกรณีที่ใช้ปริมาณเงินตามความหมายกว้าง และปริมาณสินเชื่อเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาตลาดเงิน ซึ่งตัวแปรสอดคล้องกับงานวิจัยของพันธ์ศักดิ์ ทองเวโรจน์ (2556) ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยมีตัวชี้วัดคือ สินเชื่อภาคธนาคารและสินเชื่อภาคเอกชน กับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาทางการเงินกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาวในทิศทางเดียวกัน สำหรับระยะยาวหนี้สินสภาพคล่อง สินเชื่อภาคธนาคารและสินเชื่อภาคเอกชนเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและณัฐพงศ์ พันธุ์ไชย (2558) ได้ศึกษาค่าเงินบาทกับระบบเศรษฐกิจไทย พบว่าการพัฒนาทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งภาวะเศรษฐกิจนั้นจะเป็นตัวกำหนดในค่าของเงินหรืออัตตราแลกเปลี่ยนในประเทศนั้น ๆ ถ้ากรณี “ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น” กรณีในประเทศไทย จะทำให้ภาคการส่งออกหรือการท่องเที่ยวของประเทศดีมากอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้ชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในในประเทศ เกิดการใช้จ่ายหรือจับจ่ายใช้สอยสินค้ามากขึ้น ในส่วนของงานวิจัยในต่างประเทศ การศึกษาของ Sergio (2017) ได้ศึกษาการพัฒนาด้านการเงินและการให้สินเชื่อแก่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศกำลังพัฒนา พบว่า การเปลี่ยนแปลงนโยบายการเงินมีผลกระทบ

ต่อการให้สินเชื่อในประเทศที่มีระบบการเงินที่พัฒนาน้อย ส่วนในประเทศที่ระบบการเงินมีการพัฒนามากนั้น จะมีช่องทางการขยายสินเชื่อของธนาคาร ซึ่งงานวิจัยของ Jin Lei, Jiaping Qiu, Chi Wan (2017) ได้ศึกษาสินทรัพย์ที่เป็นรูปธรรม,การถือครองเงินสดและการพัฒนาทางการเงิน พบว่า การพัฒนาทางการเงินช่วยลดความไวในการถือครองเงินสดให้กับสินทรัพย์ที่มีตัวตนและส่งเสริมการเติบโตของบริษัท และการวิเคราะห์แสดงให้เห็นช่องทางที่มีลักษณะเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญซึ่งการพัฒนาทางการเงินจะช่วยให้บริษัทเติบโตขึ้น ในด้านของ Ramphul (2016) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวการพัฒนาทางการเงินและการเติบโตทางเศรษฐกิจในอินเดีย พบว่า การพัฒนาทางการเงินและการพัฒนาทางเศรษฐกิจมีการรวมตัวกันซึ่งแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวขาเข้ากระตุ้นเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haiyan Song (2009) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินและการท่องเที่ยว พบว่าการประเมินผลกระทบของวิกฤตการณ์ทางการเงินในปี 2540 ที่มีต่อการท่องเที่ยวในเอเชียโดยวิกฤตการณ์ทางการเงินมีผลกระทบเชิงลบต่อการท่องเที่ยวทั้งขาเข้าและขาออกในเอเชีย

4. แนวคิดของการพัฒนาทางการเงิน

โดย Goldsmith (1969) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาทางการเงินว่าคือสภาวะที่มีการขยายตัวในโครงสร้างของระบบการเงินอันประกอบด้วยสถาบันการเงินและตราสารทางการเงินแต่เนื่องจากมีข้อจำกัดในการวัดโครงสร้างทางการเงินด้วยเครื่องชี้อย่างใดอย่างหนึ่งจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือในการวัดหลายอย่างประกอบกัน ดังเช่นสัดส่วนของสินทรัพย์ทางการเงินต่อผลิตภัณฑ์ประชาชาติ เป็นต้น

แนวคิดของการพัฒนาทางการเงิน ได้มีการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ได้สรุปแนวคิดในการอธิบายโดยเริ่มจากการให้ความสำคัญต่อบทบาทของเงินและสถาบันการเงินใน 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) การใช้เงินและตราสารการเงินเป็นสื่อกลางการแลกเปลี่ยนจะเป็นตัวหล่อลื่นระบบการเงินแทนระบบการแลกเปลี่ยนสินค้าด้วยสินค้า (buster system) ซึ่งมีข้อจำกัดในการเทียบมูลค่า 2) บทบาทของสถาบันการเงินในฐานะเป็นตัวกลางระหว่างผู้ออมเงินกับนักลงทุน 3) บทบาทของสถาบันการเงินในการระดมเงินออมและจัดสรรเงินทุนซึ่งมีส่วนช่วยทำให้การจัดสรรทรัพยากรเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (วิไลลักษณ์ โชติภาภรณ์, 2536)

ข้อมูลจากธนาคาร โลก พบว่า ภาคธนาคารมุ่งเน้นไปที่ขนาด และกิจกรรมของภาคธนาคาร ที่อาจผันผวนก่อนให้เกิดวิกฤตการณ์ทางธนาคาร เช่น 1. การวัดขนาดของภาคธนาคารคือ M3 / GDP เป็นตัววัดขนาดหนี้สินของตัวกลางทางการเงินซึ่งจะประเมินสภาพคล่องโดยรวมในระบบเศรษฐกิจ 2. กิจกรรมของภาคธนาคารคือ Credits/GDP เป็นตัววัดกิจกรรมของ ซึ่งประเมินความเสี่ยงด้านเครดิตที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของตัวกลางทางการเงิน (Clement et al., 2018) แนวคิดตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

1. (GDP) เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งแสดงใหเห็นถึงความเจิญเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ต่าง ๆ กล่าวคือถ้าเศรษฐกิจดีก็จะทำให้ผู้คนออกมาจับจ่ายใช้สอยกันมากขึ้น

2. (EXC) จากทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อ ว่าด้วยกลไกการปรับตัวของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อสินค้ากับบริการเป็นอย่างมาก และส่งผลต่อการไหลเข้าของเงินทุนต่างประเทศที่จะเข้ามาในประเทศนั้น ๆ

3. (CPI) เนื่องจากดัชนีราคาผู้บริโภค เป็นตัวเลขทางสถิติที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการที่ครอบครัวหรือผู้บริโภคซื้อหามาบริโภคเป็นประจำซึ่งการบริโถคเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

5. วิธีการศึกษางานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศในทวีปเอเชีย 30 ประเทศ ระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2559 และจัดกลุ่มโดยใช้รายได้ประชาชาติต่อหัว (Gross national income per capita) ของธนาคารโลก โดยใช้วิธี Atlas method ซึ่งล่าสุดปีพ.ศ. 2556 แบ่งออกเป็นกลุ่มละ 10 ประเทศ จากทั้งหมด 30 ประเทศ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเทศเอเชียรวม 30 ประเทศ แบ่งย่อยได้เป็น กลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง กลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง และกลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำ ประกอบด้วย 1) ประเทศที่มีรายได้สูง ได้แก่ มาเก๊า กาตาร์ สิงค์โปร์ ฮ่องกง อิสราเอล ญี่ปุ่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เกาหลี บรูไน คูเวต 2) ประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ได้แก่ มัลดิฟส์ เลบานอน ตุรกี มาเลเซีย คาซัคสถาน จีน ไทย จอร์แดน อิหร่าน อินโดนีเซีย 3) ประเทศที่มีรายได้ต่ำ ได้แก่ ภูฏาน เวียดนาม ติมอร์-เลสเต อินเดีย บังกลาเทศ ปากีสถาน กัมพูชา พม่า เนปาล ทาจิกิสถาน และประเทศอื่น ๆ ในทวิปเอเชียที่ไม่ได้นำมาทดสอบเนื่องจากข้อมูลไม่สมบูรณ์ (world bank, 2018)

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบ panel โดยวิธี Pooled Model, Fixed Effect Regression Model (FEM), Random Effect Regression Model (REM) โดยจะทำการทดสอบ Hausman Test ในการเปรียบเทียบว่าควรเลือกใช้การประมาณค่าแบบ Fixed Effects หรือการประมาณค่าแบบ Random Effects โดยจะทำการทดสอบค่าที่ได้จากการประมาณด้วยวิธีทั้งสอง ถ้าทดสอบพบว่าค่าตัวแปรอิสระไม่มีความแตกต่างกัน ควรใช้การประมาณค่าแบบ (REM) แต่ถ้า พบว่าค่าตัวแปรอิสระมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ควรใช้การประมาณค่าแบบ (FEM) และการทดสอบ Hausman Test คือในการตัดสินใจว่าจะยอมรับแบบจำลอง Fixed Effects หรือ Random Effects Regression ในการวิเคราะห์แบบจำลองในงานวิจัยนี้ขึ้นอยู่กับผลการทดสอบ Hausman Test ซึ่งเป็นการทดสอบว่า Unobserved Effects, a , และตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกันหรือไม่ (Wooldridge, 2003) หากสรุปได้ว่า Unobserved Effects และตัวแปรอิสระมีความสมพันธ์กับจะใช้แบบจำลอง Fixed Effects Model (FEM) เนื่องจาก Random Effects Model (REM) จะมีลักษณะเอนเอียงและไม่สอดคล้องในทางตรงกันข้าม หากตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กันก็จะใช้แบบจำลอง (REM) แทนการทดสอบของ Hausman Test สมมติฐานหลัก (H_0) และสมมติฐานรอง (H_a) ดังนี้

H_0: Unobserved Effect, a, และตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (เลือกใช้ REM)

H_a: Unobserved Effect, a, และตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน (เลือกใช้ FEM)

ถ้ายอมรับ H_0 แสดงว่าเราอาจใช้ FEM หรือ REM ก็ได้ แต่ REM จะมี variance ต่ำกว่า แต่ถ้าปฏิเสธ H_0 ให้ใช้ FEM

6. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

มี 2 แบบจำลอง และแต่ละแบบจำลองแบ่งออกเป็น 2 ด้านเพื่อทดสอบตัวแปรการพัฒนาทางการเงิน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในเอเชีย ดังนี้

$$1. \mathrm{Ln(TSN)_{pt}} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{Ln(CRD)_{pt}} + \beta_2 \mathrm{Ln(GDP)_{pt}} + \beta_4 \mathrm{Ln(EXC)_{pt}} + \beta_5 \mathrm{Ln(CPI)_{pt}} + \mu_t$$

$$2. \mathrm{Ln(TSN)_{pt}} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{Ln(BMN)_{pt}} + \beta_2 \mathrm{Ln(GDP)_{pt}} + \beta_4 \mathrm{Ln(EXC)_{pt}} + \beta_5 \mathrm{Ln(CPI)_{pt}} + \mu_t$$

กำหนดให้	TSN = จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขาเข้า	EXC = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ
	CRD = สินเชื่อรวมภายในประเทศ	CPI = ดัชนีราคาผู้บริโภค
	GDP = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ	BMN = ปริมาณเงินความหมายกว้าง

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการพัฒนาทางการเงินต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย ดังนี้

$$1.\ \mathrm{LOG(GDP)}_{pt} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{LOG(CRD)}_{pt} + \beta_2 \mathrm{LOG(EXC)}_{pt} + \beta_3 \mathrm{LOG(CPI)}_{pt} + \mu_t$$

$$2.\ \mathrm{LOG(GDP)}_{pt} = \beta_0 + \beta_1 \mathrm{LOG(BMN)}_{pt} + \beta_2 \mathrm{LOG(EXC)}_{pt} + \beta_3 \mathrm{LOG(CPI)}_{pt} + \mu_t$$

กำหนดให้ GDP = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ EXC = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ
CRD = สินเชื่อรวมภายในประเทศ CPI = ดัชนีราคาผู้บริโภค
BMN = ปริมาณเงินความหมายกว้าง

7. ผลการศึกษา

7.1 วิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย

ตาราง 1 ผลการทดสอบ Hausman Test ด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศและด้านปริมาณเงินความหมายกว้าง

Hausman Test	ประเทศรายได้สูง		ประเทศรายได้ปานกลาง		ประเทศรายได้ต่ำ		เอเชียรวม	
Test Summary	Prob.	R^2	Prob.	R^2	Prob.	R^2	Prob.	R^2
ด้านสินเชื่อ	0.1485	0.980	0.2497	0.985	0.1187	0.929	0.6464	0.970
ด้านปริมาณเงิน	0.0587*	0.981	0.2534	0.984	0.0328**	0.928	0.2913	0.970

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

ผลการศึกษาบทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย

สรุปจากตารางที่ 1, 3, 4 ผลการทดสอบ Hausman Test พบว่า

1. แบบจำลองประเทศรายได้สูง บทบาทของสินเชื่อต่อการท่องเที่ยวเป็น REM โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น FEM โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยว แต่อัตราแลกเปลี่ยน (EXC) ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. แบบจำลองประเทศรายได้ปานกลาง บทบาทของสินเชื่อต่อการท่องเที่ยวเป็น REM โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น REM โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยว แต่อัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. แบบจำลองประเทศรายได้ต่ำ บทบาทของสินเชื่อต่อการท่องเที่ยวเป็น REM โดยสินเชื่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น FEM โดยปริมาณความหมายเงินกว้าง และผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. แบบจำลองประเทศเอเชียรวม บทบาทของสินเชื่อต่อการท่องเที่ยวเป็น REM โดยสินเชื่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น REM โดยปริมาณความหมายเงินกว้าง ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสรุปดังตาราง 2 ดังนี้

ตาราง 2 สรุปผล FEM และ REM

ตัวแปร	ประเทศรายได้สูง		ประเทศรายได้กลาง		ประเทศรายได้ต่ำ		กลุ่มเอเชียรวม	
CRD	REM	-	REM	+	REM	+***	REM	+***
BMN	FEM	+	REM	+	FEM	+***	REM	+***

หมายเหตุ: แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01 ตามลำดับ และ +,- คือทิศทางความสัมพันธ์

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองโดยใช้สินเชื่อรวมภายในประเทศ

กลุ่ม	ประเทศรายได้สูง			ประเทศรายได้ปานกลาง			ประเทศรายได้ต่ำ			เอเชียรวม		
Variable	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM
LNGDP	0.210*	0.698***	0.698***	0.575***	0.677***	0.602***	0.571***	0.602***	0.519***	0.581***	0.789***	0.730***
	(0.124)	(0.128)	(0.118)	(0.013)	(0.068)	(0.045)	(0.046)	(0.218)	(0.116)	(0.034)	(0.075)	(0.064)
LNEXC	0.3277***	-0.5436**	-0.2045	-0.182***	-0.002	-0.149***	0.284***	0.108	0.151**	0.015	0.069	0.049
	(0.058)	(0.241)	(0.165)	(0.009)	(0.077)	(0.035)	(0.029)	(0.074)	(0.059)	(0.019)	(0.046)	(0.040)
LNCRD	-0.149	-0.023	-0.035	0.064	0.060	0.065	-0.076	0.397***	0.389***	0.266***	0.196***	0.199***
	(0.179)	(0.048)	(0.048)	(0.049)	(0.066)	(0.063)	(0.106)	(0.087)	(0.085)	(0.075)	(0.043)	(0.042)
LNCPI	3.187***	0.983***	1.035***	0.489***	0.410***	0.486***	0.250	0.397**	0.432***	0.521***	0.354***	0.403***
	(0.683)	(0.270)	(0.259)	(0.079)	(0.059)	(0.047)	(0.176)	(0.187)	(0.127)	(0.170)	(0.074)	(0.067)
R-squared	0.426	0.9805	0.671	0.933	0.985	0.795	0.735	0.929	0.541	0.571	0.970	0.566

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองโดยใช้ด้านปริมาณเงินความหมายกว้าง

กลุ่ม	ประเทศรายได้สูง			ประเทศรายได้ปานกลาง			ประเทศรายได้ต่ำ			เอเชียรวม		
Variable	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM
LNGDP	0.045	0.693***	0.686***	0.5780***	0.681***	0.608***	0.605***	0.837***	0.607***	0.546***	0.827***	0.749***
	(0.067)	(0.128)	(0.117)	(0.013)	(0.067)	(0.046)	(0.041)	(0.212)	(0.113)	(0.029)	(0.073)	(0.061)
LNEXC	0.243***	-0.577**	-0.200	-0.185***	-0.001	-0.147***	0.3296***	0.057	0.107*	0.019	0.042	0.028
	(0.051)	(0.239)	(0.156)	(0.009)	(0.077)	(0.036)	(0.032)	(0.074)	(0.060)	(0.018)	(0.046)	(0.039)
LNBMN	1.245***	0.089	0.096	-0.016	0.107	0.085	-0.391***	0.591***	0.518***	0.641***	0.388***	0.396***
	(0.176)	(0.107)	(0.106)	(0.044)	(0.111)	(0.098)	(0.133)	(0.146)	(0.139)	(0.079)	(0.077)	(0.075)
LNCPI	2.419***	0.942***	0.999***	0.541***	0.398***	0.481***	0.382**	0.139	0.313	0.232	0.271***	0.3280***
	(0.608)	(0.269)	(0.256)	(0.078)	(0.063)	(0.051)	(0.176)	(0.198)	(0.136)	(0.166)	(0.077)	(0.069)
R-squared	0.558	0.981	0.669	0.932	0.985	0.793	0.749	0.928	0.522	0.612	0.970	0.571

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

7.2. วิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย

ตาราง 5 ผลการทดสอบ Hausman Test ด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศและด้านปริมาณเงินความหมายกว้าง

Hausman Test	ประเทศรายได้สูง		ประเทศรายได้ปากลาง		ประเทศรายได้ต่ำ		เอเชียรวม	
Test Summary	Prob.	R^2	Prob.	R^2	Prob.	R^2	Prob.	R^2
ด้านสินเชื่อ	0.0000***	0.993	0.0000***	0.991	0.1187	0.992	0.0000***	0.991
ด้านปริมาณเงิน	0.1496	0.993	0.0000***	0.991	0.0965*	0.992	0.0036***	0.990

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

ผลการศึกษาบทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย

สรุปจากตารางที่ 5, 7, 8 ผลการทดสอบ Hausman Test พบว่า

1. แบบจำลองประเทศรายได้สูง บทบาทของสินเชื่อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็น FEM โดยดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น REM โดยดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. แบบจำลองประเทศรายได้ปานกลาง บทบาทของสินเชื่อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็น FEM โดยสินเชื่อ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่อัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น FEM โดยสินเชื่อ และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. แบบจำลองประเทศรายได้ต่ำ บทบาทของสินเชื่อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็น FEM โดยสินเชื่อและดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น REM โดยดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. แบบจำลองประเทศเอเชียรวม บทบาทของสินเชื่อต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็น FEM โดยสินเชื่อส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่อัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และบทบาทปริมาณเงินตามความหมายกว้างเป็น FEM โดยปริมาณความหมายเงินกว้าง และดัชนีผู้บริโภค ส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลในทิศทางตรงข้ามกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสรุปดังตาราง 6

ตาราง 6 สรุป FEM และ REM

ตัวแปร	ประเทศรายได้สูง		ประเทศรายได้กลาง		ประเทศรายได้ต่ำ		กลุ่มเอเชียรวม	
CRD	FEM	+	FEM	+***	FEM	+***	FEM	+***
BMN	RME	+	FEM	+***	REM	+	FEM	+**

หมายเหตุ: แสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01 ตามลำดับ และ +,- คือทิศทางความสัมพันธ์

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองโดยใช้สินเชื่อรวมภายในประเทศ

กลุ่ม	ประเทศรายได้สูง			ประเทศรายได้ปานกลาง			ประเทศรายได้ต่ำ			เอเชียรวม		
Variable	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM
LNCRD	1.142***	0.011	0.018	0.645**	0.279***	0.298***	1.351***	0.111***	0.115***	1.358***	0.122***	0.131***
	(0.066)	(0.030)	(0.030)	(0.285)	(0.074)	(0.073)	(0.146)	(0.031)	(0.031)	(0.077)	(0.025)	(0.025)
LNEXC	0.257***	-0.153	0.258***	0.099**	-0.332***	-0.197***	-0.006	0.023	0.027	0.064***	-0.039***	-0.027***
	(0.029)	(0.149)	(0.086)	(0.049)	(0.086)	(0.071)	(0.050)	(0.027)	(0.027)	(0.025)	(0.028)	(0.027)
LNCPI	1.182***	1.799***	1.845***	-0.525	0.477***	0.431***	-0.150	0.687***	0.683***	-0.276	0.666	0.656
	(0.409)	(0.089)	(0.087)	(0.457)	(0.057)	(0.055)	(0.297)	(0.041)	(0.041)	(0.220)	(0.033)	(0.033)
R-squared	0.795	0.993	0.718	0.042	0.991	0.448	0.402	0.993	0.735	0.406	0.991	0.541

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลองโดยใช้ด้านปริมาณเงินความหมายกว้าง

กลุ่ม	ประเทศรายได้สูง			ประเทศรายได้ปานกลาง			ประเทศรายได้ต่ำ			เอเชียรวม		
Variable	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM	Pooled	FEM	REM
LNBMN	0.444**	0.026	0.025	0.408	0.363***	0.389***	1.469***	0.034	0.039	1.276***	0.105**	0.118**
	(0.199)	(0.067)	(0.067)	(0.251)	(0.129)	(0.126)	(0.226)	(0.055)	(0.055)	(0.108)	(0.048)	(0.047)
LNEXC	0.415***	-0.150	0.033	0.087	-0.347***	-0.165**	-0.028	0.014	0.017	0.097***	-0.052*	-0.042
	(0.049)	(0.149)	(0.033)	(0.049)	(0.088)	(0.068)	(0.061)	(0.028)	(0.028)	(0.028)	(0.029)	(0.028)
LNCPI	1.968***	1.802***	1.824***	-0.383	0.473***	0.4127***	-0.4175	0.7259***	0.7214***	-0.332	0.683***	0.673***
	(0.685)	(0.087)	(0.086)	(0.454)	(0.065)	(0.062)	(0.334)	(0.047)	(0.047)	(0.255)	(0.036)	(0.036)
R-squared	0.445	0.993	0.746	0.028	0.991	0.406	0.278	0.992	0.718	0.246	0.991	0.528

หมายเหตุ: เครื่องหมายแสดงนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ *0.1, **0.05, ***0.01

8. สรุป

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศในทวีปเอเชีย 30 ประเทศ ระหว่างปี 2543 - 2559 และจัดกลุ่มโดยใช้รายได้ประชาชาติต่อหัว ของธนาคารโลก แบ่งออกเป็นกลุ่มละ 10 ประเทศ จากทั้งหมด 30 ประเทศ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง กลุ่มกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง กลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำ และกลุ่มประเทศเอเชียรวม พบว่า จากการศึกษาของบทบาทการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย โดยมีผลการทดสอบ Hausman บทบาทของการพัฒนาทางการเงินด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศ พบว่า ทุกแบบจำลองเป็น Random Effects Model สำหรับ กลุ่มประเทศรายได้ต่ำ และกลุ่มประเทศเอเชียรวม โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และในแบบจำลองกลุ่มประเทศรายได้สูง และกลุ่มประเทศรายได้กลาง โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการทดทดสอบ Hausman บทบาทของการพัฒนาทางการเงินด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง พบว่าเป็นแบบจำลอง Fixed Effects Model คือ ประเทศรายได้ต่ำ และเป็นแบบจำลองที่เหลือทั้ง 3 แบบจำลองเป็น Random Effects Model สำหรับ กลุ่มประเทศเอเชียรวม โดยปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีบทบาทในการพัฒนาทางการเงิน

ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และสำหรับกลุ่มของประเทศรายได้สูง ประเทศรายได้กลาง โดยปริมาณเงินตามความหมายกว้างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการศึกษาของบทบาทการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย ผลการศึกษาด้านสินเชื่อ โดยมีผลการทดสอบ Hausman บทบาทของการพัฒนาทางการเงินด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศ พบว่าทุกแบบจำลองเป็น Fixed Effects Model สำหรับ กลุ่มประเทศรายได้กลาง กลุ่มประเทศรายได้ต่ำ และกลุ่มประเทศเอเชียรวม โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และ ในสำหรับแบบจำลองกลุ่มประเทศรายได้สูง โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการทดสอบ Hausman บทบาทของการพัฒนาทางการเงินด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง พบว่า มีแบบจำลองเป็น Fixed Effects Model คือกลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง กลุ่มประเทศเอเชียรวม โดยปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีบทบาทในการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญ และมีแบบจำลองเป็นRandom Effects Model คือกลุ่มประเทศรายได้สูง กลุ่มประเทศรายได้ต่ำ โดยปริมาณเงินตามความหมายกว้างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

9. อภิปรายผล

จากการศึกษาของบทบาทการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในทวีปเอเชีย พบว่า

กลุ่มประเทศรายได้สูงมีทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นลบ โดยการพัฒนาทางการเงินไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากสินเชื่อรวมในประเทศนั้น ไม่มีสภาพคล่องเพียงพอหรือประสิทธิภาพของการดูแลควมคุบและการดูแลสินเชื่อทำให้การใช้เครดิตในกลุ่มประเทศนี้อาจไม่สะดวกสบาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ให้ความสนใจในการขอสินเชื่อในธนาคารหน่วยของรัฐบาลและเอกชนในประเทศกลุ่มนี้ และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยบทบาทการพัฒนาทางการเงินจึงไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากปริมาณเงินตามความหมายกว้างไม่มีสภาพคล่องเพียงพอหรือไม่มีความสะดวกสบายต่อการใช้จ่ายหรือทำธุรกรรมการเงินในด้านอื่น ๆ ถึงแม้จะเป็นประเทศที่รายได้สูงแต่การกระจายรายได้หรือกลุ่มทุนอาจจะกระจุกตัวกันไม่มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงต่อประชากรจึงทำให้ด้านนี้ไม่มีประสิทธิภาพ จึงไม่มีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว และโดยประเทศที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศมาเก๊า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศส่วนใหญ่จะมาเสี่ยงโชคกันหรือในประเทศญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมการใช้ชีวิตและการกิน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปในกลุ่มประเทศนี้ ส่วนมากไปท่องเที่ยวโดยการซื้อทัวร์ไปแบบ 3-5 วันเป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาการเงินในกลุ่มประเทศนี้ไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยว (Xinhua, 2017)

กลุ่มประเทศรายได้ปานกลางมีทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นบวก โดยการพัฒนาทางการเงินไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากสินเชื่อรวมในประเทศนั้น มีสภาพคล่องต่ำหรือไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอและการดูแลสินเชื่อทำให้การใช้เครดิตในกลุ่มประเทศนี้อาจจะไม่สะดวกสบายเท่ากลุ่มอื่น และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยบทบาทการพัฒนาทางการเงินจึงไม่ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากปริมาณเงินตามความหมายกว้างไม่มีสภาพคล่องหรือไม่มีความสะดวกสบายต่อการใช้จ่ายหรือทำธุรกรรมการเงินในด้านอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติหรือชาวต่างชาติในกลุ่มประเทศนี้ และโดยประเทศที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศมัลดิฟส์ จากการที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาจะเข้ามาเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมการใช้ชีวิต และเข้ามาสัมผัสบรรยากาศของทะเลเพื่อการพักผ่อน ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าไปในกลุ่มประเทศนี้เป็นการท่องเที่ยวแบบชั่วคราว ดังนั้นการพัฒนาการเงินในกลุ่มประเทศนี้ไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามา (Zimmerhackel, 2018)

กลุ่มประเทศรายได้ต่ำด้านสินเชื่อมีทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นบวก โดยมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มประเทศนี้มีสภาพคล่องและการควบคุมสินเชื่ออย่างมีประสิทธภาพ จึงทำให้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวขาเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเพิ่มมากขึ้น และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยบทบาทในการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพคล่องของปริมาณความหมายเงินกว้างสูง ทำให้การจับจ่ายใช้สอยได้สะดวกสบายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเงินสดหรือการฝากถอนเงินในประเทศนั้น ๆ จึงทำให้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวขาเข้า และโดยประเทศที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศเวียดนามมีต้นทุนในการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่ากลุ่มประเทศอื่น ๆ จึงทำให้การใช้จ่ายเงินหรือการทำธุระกรรมทางการเงินต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติสะดวกสบาย จึงทำให้นักท่องเทียวต่างชาตินั้นนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศนี้เพื่อพักผ่อนในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น

กลุ่มประเทศเอเชียรวมมีทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นบวก โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มประเทศนี้มีสภาพคล่องและการควบคุมสินเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ จึงก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้คนออกไปจับจ่ายใช้สอยหรือให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาสถานที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ให้ดีขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยว จึงทำให้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวขาเข้าหรือชาวต่างชาติสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเพิ่มมากขึ้น และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยบทบาทในการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เนื่องจากสภาพคล่องของปริมาณความหมายเงินกว้างสูง ทำให้การจับจ่ายใช้สอยได้สะดวกสบายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านเงินสดหรือการฝากถอนเงินในประเทศนั้น ๆ จึงทำให้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวขาเข้าหรือชาวต่างชาติสนใจในการเข้ามาท่องเที่ยวในทวีปเอเชียนี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Haiyan Song (2009) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินและการท่องเที่ยว พบว่า การประเมินผลกระทบของวิกฤตการณ์ทางการเงินในปี 2540 ที่มีต่อการท่องเที่ยวในเอเชียโดยวิกฤตการณ์ทางการเงินมีผลกระทบเชิงลบต่อการท่องเที่ยวทั้งขาเข้าและขาออกในเอเชีย

จากการศึกษาของบทบาทการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย พบว่า

กลุ่มประเทศรายได้สูงด้านสินเชื่อกับด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยสินเชื่อในกลุ่มนี้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากการให้สินเชื่อในกลุ่มนี้ถึงจะเป็นกลุ่มที่รายได้สูงแต่การขยายสินเชื่อไม่ทั่วถึงคนทุกกลุ่ม จึงถือว่าไม่มีสภาพคล่องเพียงพอหรือไม่มีการควบคุมดูแลการให้สินเชื่อที่มีประสิทธิภาพ จึงไม่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างโดยบทบาทในการพัฒนาทางการเงินไม่ส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากถึงจะเป็นกลุ่มรายได้ที่สูงแต่การกระจายรายได้ไปไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่ของประเทศ อาจเกิดจากสภาพคล่องที่ต่ำจึงทำให้การจัดสรรเงินออมไปสู่การลงทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพจึงไม่สนับสนุนให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ และโดยประเทศที่อยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ ประเทศมาเก๊า เนื่องจากการที่ประเทศเป็นประเทศที่โด่งดังโดยเฉพาะในธุรกิจคาสิโน แต่ด้วยมาเก๊าไม่มีอุตสาหกรรมการผลิต จึงต้องนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคจากต่างประเทศเป็นหลัก จึงทำให้การพัฒนาการเงินยังเข้าไม่ถึงในกลุ่มบุคคลทั่วไปทำให้ไม่ส่งเสริมต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศที่เพิ่มขึ้น (Mingjie Sheng, 2018)

กลุ่มประเทศรายได้กลางด้านสินเชื่อกับด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง เชื่อมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากสถาบันการเงินของกลุ่มนี้มีการขยายปริมาณสินเชื่อมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพจนทำให้กลุ่มประเทศนี้เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมหลาย ๆ ด้านเป็นอันดับต้น ๆ ของทวีปเอเชีย นำไปสู่การลุงทุนต่าง ๆ ของประเทศทำเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทำเศรษฐกิจขยายตัวและด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีบทบาทในการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการเกิดสภาพคล่องที่สูงทำให้การจัดสรรเงินออมไปสู่

การลงทุนในกลุ่มประเทศนี้มีประสิทธิภาพมากทำให้เกิดการจับจ่ายกันทั่วถึงทุกพื้นที่ภายในประเทศและนำไปสู่การสนับสนุนกาเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจ โดยยกตัวอย่างประเทศในกลุ่มนี้ คือ ประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรมที่ใหญ่อันดับต้น ๆ ของโลก การพัฒนาทางการเงินมีสภาพคล่องตัวและเข้าถึงทุกภาคส่วนส่งผลให้เงินหมุนเข้าระบบและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

กลุ่มประเทศรายได้ต่ำด้านสินเชื่อกับด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากสถาบันการเงินมีการขยายปริมาณสินเชื่อมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ จึงนำไปสู่การลุงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศ ทำเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจทำเศรษฐกิจรขยายตัว และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างโดยบทบาทในการพัฒนาทางการเงินไม่ส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยอาจเกิดจากสภาพคล่องที่ต่ำจึงทำให้การจัดสรรเงินออมไปสู่การลงทุนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงไม่สนับสนุนให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยยกตัวอย่างประเทศในกลุ่มนี้ ได้แก่ประเทศเวียดนามและกัมพูชา ซึ่งเป็นประเทศที่ค่าครองชีพและต้นทุนต่ำทำให้เกิดการลงทุนขยายฐานการผลิตไปในกลุ่มประเทศเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางการเงินจึงส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นในกลุ่มประเทศนี้

กลุ่มประเทศเอเชียรวมด้านสินเชื่อกับด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างมีทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นบวก โดยสินเชื่อรวมภายในประเทศมีบทบาทของการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการที่สถาบันการเงินมีการขยายปริมาณสินเชื่อมากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และมีมาตรการควบคุมเงินกู้ยืมที่มีประสิทธิภาพ จึงนำไปสู่การลุงทุนในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศหรือทำเงินหมุนเวียนเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจจึงทำให้ไปกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Cesar Calderon (2003) ความ สัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินและการเติบโตทางเศรษฐกิจ พบว่า การพัฒนาทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้าง มีบทบาทในการพัฒนาทางการเงินส่งเสริมให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากการเกิดสภาพคล่องที่สูงทำให้การจัดสรรเงินออมไปสู่การลงทุนต่าง ๆ ที่มีประสิทธิ ภาพมากขึ้น และนำไปสู่การสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Tsangyao Chang (2002) ได้ศึกษาการพัฒนาทางการเงินและการเติบโตทางเศรษฐกิจในจีนแผ่นดินใหญ่ พบว่าการพัฒนาทางการเงินเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นที่ทำให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้น

จะเห็นได้ว่าจากผลศึกษาของแต่ละแบบจำลองที่มีความแตกต่างกันของทั้ง 4 แบบจำลองของทั้ง 2 ด้านการพัฒนาทางการเงิน โดยสำหรับกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง กลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง กลุ่มประเทศที่มีรายได้ต่ำและกลุ่มรวมประเทศเอเชีย เนื่องจากความแตกต่างด้านของนโยบายทางการเงินของธนาคารกลาง อาจมีผลทำให้ตัวชี้วัดทาง การพัฒนาการเงินในด้านสินเชื่อรวมภายในประเทศและด้านปริมาณเงินตามความหมายกว้างของแต่ละกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกัน และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่อาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดในแต่ละกลุ่มประเทศ เช่น สิ่งแวดล้อม ภาวะทางการเมือง เป็นต้น จึงทำให้ผลการศึกษาของแต่ละแบบจำลองมีความแตกต่างกันออกไปตามปัจจัยภายนอกและภายในที่อยู่ในทุกแบบจำลอง

10. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและการวิเคราะห์บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการท่องเที่ยวในเอเชีย เสนอว่า ในบทบาทของสินเชื่อรวมภายในประเทศกับปริมาณเงินตามความหมายกว้าง รัฐบาลควรมีนโยบายหรือมาตรการในการกระตุ้นการท่องเที่ยวและการขยายสินเชื่อเพิ่ม ให้แก่ บุคคลทั่วไปหรือผู้ประกอบการในอุตสาหรรกการท่องเที่ยว นั้นมีสิทธ์เข้าถึงสินเชื่อได้ง่ายและมีประสิทธิภาพในการให้สินเชื่อของภาคธนาคารของรัฐ และเอกชน เพื่อก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจทำให้คนออกไปจับ จ่าย ใช้สอย และให้ผู้ประกอบการได้พัฒนาสถานที่พักหรือแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่าง ประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยว

2. บทบาทของการพัฒนาทางการเงินต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชีย เสนอว่า ผู้วางนโยบายควรมุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาทางการเงินภายในประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากระดับการพัฒนาทางการเงินภายในประเทศจะเป็นตัวกลางที่สำคัญที่จะเชื่อมให้การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศก่อให้เกิดการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อันจะนำมาซึ่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ

11. ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยนี้มีข้อจำกัดอยู่หลายประการ ทั้งข้อจำกัดทางด้านข้อมูลที่ใช้ รวมถึงวิธีการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติและระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ยกตัวอย่างเช่น ข้อมูลของบางประเทศในทวีปเอเชียที่ไม่สมบูรณ์จึงไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ทั้งหมดได้ ควรเพิ่มกลุ่มตัวอย่างของประเทศในทวีปอื่น เช่นทวีปยุโรป เพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบผลในการวิจัยและเพิ่มตัวแปรการชี้วัดการพัฒนางานเงินหรือเพิ่มตัวชีวัดการทางเงินหรือตัวแปรอื่น ๆ ในแบบจำลองเพื่อการทดสอบทางสถิติที่ดีมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชิราภรณ์ วงศ์แสน. (2556). *ผลกระทบของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้บทบาทของการพัฒนาทางการเงิน.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พันธ์ศักดิ์ ทองเวโรจน์. (2556). *การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิไลลักษณ์ โชติภาภรณ์. (2536). *ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาทางการเงินกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและผลต่อความเหลื่อมล้ำทางการเงินของประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐพงศ์ พันธุ์ไชย. (2558). *ค่าเงินบาทกับระบบเศรษฐกิจไทย.* ค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561 จาก https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-074.pdf

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2558). *ภาวะเศรษฐกิจโลกและวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Landing/Pages/Rama_10.aspx

Clement Mathonnat, A. M. (2018). Financial development and the occurrence of banking crises. *Journal of Banking and Finance. 96(1), 344-354.*

Cesar C., L. L. (2003). The direction of causality between financial development and economic growth. *Journal of Development Economics.* 72 (1), 321-334.

Goldsmith, R.W. Financial Structure and Development (1969), *New Haven: Yale University Press.*

Gu, X., Li, G., Chang, X., & Guo, H. (2017), Casino tourism, economic inequality, and housing bubbles. *Tourism Management,* 62, 253–263

Haiyan Song, S. L. (2009). Impacts of the Financial and Economic Crisis on Tourism in Asia. *Journal of Travel Research.* 49(1), 16– 30.

Jin, L., Jiaping, Q. & Chi, W. (2017), Asset tangibility, cash holdings, and financial development. *Journal of Corporate Finance.* S0929-1199 30543-6

Ramphul, O. (2016), The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal.* 3(2017)9–22

Sheng, M., & Gu, C. (2018). Economic growth and development in Macau (1999–2016): The role of the booming gaming industry. *Cities,* 75, 72–80

Sergio Sanplippo-Azofra, B. T.-O. and Marõa Cantero-Saiz, C. L.-G. (2017). Financial Development and Banks Loan Supply in Developing Countries. *Journal of Macroeconomics.* 55(C), 215-234

Tsangyao, C. (2002), Financial development and economic growth in Mainland China: a note on testing demand-following or supply-leading hypothesis. *Journal Applied Economics Letters.* 9, 2002 - 13

Zimmerhackel, J. S., Kragt, M. E., Rogers, A. A., Ali, K., & Meekan, M. G. (2018). Evidence of increased Economic benefits from shark-diving tourism in the Maldives. *Marine Policy.* 100, 21-26

ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

Relationships Between Online Marketing Management and Online Marketing Success of E-commerce Businesses in Thailand

ธนกฤต เงินอินต๊ะ[*] ประทานพร จันทร์อินทร์[2] และแคทลียา ชาปะวัง[3]

Thanakrit Ngerninta[*] Prathanporn Jhundra-indra[2] and Cattaleeya Charpavang[3]

Received : January 28, 2020 Revised : March 10, 2020 Accepted : March 17, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 124 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารการตลาดออนไลน์ในด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดออนไลน์ และลดความเสี่ยงจากการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผล และประสบความสำเร็จของธุรกิจในการดำเนินงาน

คำสำคัญ : การบริหารการตลาดออนไลน์ ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ และธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2,3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2,3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to verify the relationships between online marketing management and online marketing success of E-commerce businesses in Thailand by using a questionnaire as an instrument for collecting data form 124 marketing executives of E-commerce businesses in Thailand. The statistics used for analyzing the collected data were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, and multiple regression analysis.The study found that online marketing management in the aspects of online customer relationship management and technology marketing communication had a positive effect on online marketing success. Therefore, executives of E-commerce businesses in Thailand should focus on online marketing management especially on online customer relationship management, and technology marketing communication in order to have marketing competitive advantage and achieve the success in online business.

Keywords : Online Marketing Management, Online Marketing Success, E-commerce Businesses in Thailand

1. บทนำ

ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามวิวัฒนาการของเทคโนโลยีจากที่เคยเดินทางไปซื้อสินค้าถึงร้าน หรือห้างสรรพสินค้า เปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีตามยุคสมัยที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้รวดเร็วกว่า และสะดวกกว่า ซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน การซื้อขาย แลกเปลี่ยนผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยที่สนับสนุนพฤติกรรมผู้บริโภค โดยส่วนใหญ่ให้ซื้อขาย และแลกเปลี่ยนผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยสิ่งแรกที่ทำให้ผู้บริโภคหันมานิยมการซื้อขาย และแลกเปลี่ยนผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นความสะดวกสบายของการซื้อสินค้า ปัจจัยต่อมาคือการส่งของที่รวดเร็ว เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าได้รับความนิยมและถูกพัฒนาให้มีบริการที่หลากหลายมากขึ้น และปัจจัยสุดท้ายการประหยัดเงิน ไปจนถึงการจัดส่งสินค้าที่ราคาถูกลงรวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562 : เว็บไซต์) ธุรกิจการค้าออนไลน์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเดิมที่มีการค้าขายสินค้าเฉพาะในประเทศ แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาการค้าขายแบบนำเข้าและส่งออกผ่านช่องทางออนไลน์แบบข้ามประเทศที่กำลังเป็นที่นิยมในหลายประเทศ (Cross-border E-commerce) เป็นการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า และขนส่งสินค้าข้ามประเทศส่งผลให้ธุรกิจการค้าขายออนไลน์มีการเติบโตรวดเร็วเพิ่มขึ้นจากเดิม และผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าต้องเร่งเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดกลุ่มนี้ที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต เจ้าของกิจการจึงจำเป็นต้องมีทักษะในการบริหารการตลาดออนไลน์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560 : เว็บไซต์)

การบริหารการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Management) เป็นการดำเนินกิจกรรมในการทำธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้สินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันคนในสังคมนิยมความสะดวกสบาย รวมไปถึงเรื่องของการซื้อขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยการบริหารการตลาดออนไลน์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Customer Relationship Management) 2) เทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด (Technology Marketing Communication) 3) การบริหารจัดการหรือกระบวนการบริหารจัดการ (Management Process) และ 4) กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์

(Online Marketing Strategies and Marketing Activities) (สุรางค์รัตน์ แสงศรี, 2560 : 147) ในปัจจุบันการตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทกับธุรกิจซื้อขายมากขึ้น การบริหารการตลาดออนไลน์จึงมีความสำคัญต่อธุรกิจเพื่อช่วยในการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ธุรกิจออนไลน์ของผู้ประกอบการให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น สร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้าแก่ผู้บริโภค และสามารถช่วยในการรักษาฐานลูกค้าเก่า โดยใช้เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า การเก็บข้อมูลของผู้บริโภคที่เคยทดลองซื้อสินค้าหรือใช้บริการมาแล้ว การปรับแต่งระบบบริการอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้ข้อมูลและบริการตรงต่อความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สามารถตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ที่ช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวให้สอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน เทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นการบริหารการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสมจึงควรให้ความสำคัญเกี่ยวช่องทางที่ลูกค้าสามารถติดต่อ สอบถามได้ตลอด และการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2561 : เว็บไซต์) การบริหารการตลาดออนไลน์มีส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างผลกำไร และการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในด้านการแข่งขัน การวางแผน และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จทางการตลาดออนไลน์ (ธัญญ์ธีรา อภิกุลวราศิษฐ์, 2561 : 18)

ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Success) เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการนำแผนหรือการบริหารการตลาดออนไลน์เข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการตลาดในด้านการขาย และการให้บริการตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยความสำเร็จของธุรกิจนั้นเกิดขึ้นจากการดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการรวมถึงความหลากหลายของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมในด้านต่าง ๆ ที่จะช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ ทำให้เกิดความแตกต่างจากผู้ประกอบการธุรกิจรายอื่น ๆ ความสามารถในการทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งแสดงถึงความจงรักภักดีของลูกค้า และความสามารถในการดำเนินงานของผู้ประกอบการในสื่อออนไลน์ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ และการรักษาคุณภาพของการบริหารการตลาดออนไลน์ให้มีความถูกต้อง ความทันสมัย และความน่าเชื่อถืออยู่อย่างสม่ำเสมอ (ราม ปิยะเกตุ และคณะผู้วิจัย, 2555 : เว็บไซต์) โดยความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการลดต้นทุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising Cost Reductions) 2) ด้านความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) 3) ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Increase) และ4) ด้านประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี (Technology Usage Efficiency) (Maltz, Shenhar and Reilly, 2009 : 134-154) ดังนั้น หากผู้ประกอบการมีแนวทางการบริหารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และโอกาสทางการตลาดในการขายสินค้าและบริการส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จทางการตลาด (ราม ปิยะเกตุ และคณะผู้วิจัย, 2555 : เว็บไซต์)

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2560 มีจำนวนผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตมากกว่า 45 ล้านคน มีมูลค่าตลาด 2,812,592.03 ล้านบาท และในปีพ.ศ. 2561 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 3,058,987.04 ล้านบาท ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 3,800,000 ล้านบาท (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562 : เว็บไซต์) เนื่องจากประชากรให้ความสนใจในการซื้อสินค้าหรือบริการ รวมถึงการทำธุรกรรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะช่วยอำนวยความสะดวก และเป็นการประหยัดเวลาแก่ผู้ใช้งาน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศที่จะเข้าไปเจาะตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ด้วยการบริหารการตลาดออนไลน์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดขององค์กร (สุดารัตน์ เพ็งขุนทด, 2557 : เว็บไซต์)

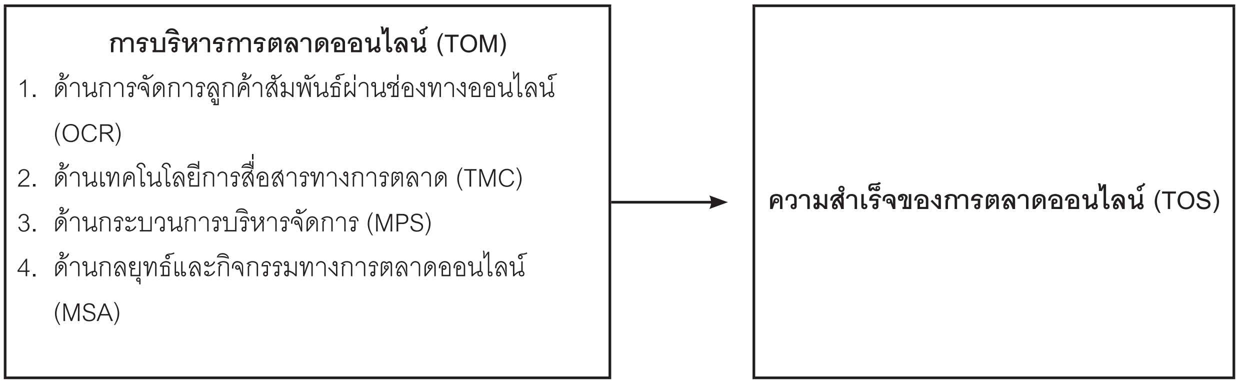
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การบริหารการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์หรือไม่อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับการบริหารการตลาดออนไลน์ให้กับองค์กร โดยการนำข้อมูลมาช่วยในการตัดสินใจสำหรับผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด ด้านกระบวนการบริหารจัดการ และด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการประยุกต์การบริหารการตลาดออนไลน์กับองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำการตลาดออนไลน์ และช่วยพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจในอนาคตต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ การบริหารการตลาดออนไลน์ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการบริหารการตลาดออนไลน์ และความสำเร็จของการตลาดออนไลน์



2.1 การบริหารการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Management)

การบริหารการตลาดออนไลน์ หมายถึง การใช้กระบวนการเข้ามาใช้ในการดำเนินการตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้การดำเนินการนั้นมีประสิทธิภาพที่นำมาซึ่งโอกาสทางการตลาด (สุรางค์รัตน์ แสงศรี, 2560 : 150) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Customer Relationship Management) หมายถึง กระบวนการสานสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าในทุกด้านจากการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้สามารถทราบถึงข้อมูลของลูกค้า และนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ

2.1.2 ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด (Technology Marketing Communication) หมายถึง การใช้เทคโนโลยี หรืออุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัยเหมาะสมกับลักษณะการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดขององค์กร โดยเลือกใช้กับช่องทางที่สามารถสื่อสารเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวก รวดเร็ว สามารถสร้างการรับรู้

และตอบสนองกลุ่มลูกค้าได้อย่างทั่วถึง

2.1.3 ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (Management Process) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายใน ภายนอกองค์กร และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกระบวนการในการจัดการช่องทางจัดจำหน่ายสินค้า และบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.1.4 ด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Strategies and Marketing Activities) หมายถึง การนำอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นส่วนกลางในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ซึ่งทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจการค้า เป็นแหล่งข้อมูล ใช้ศึกษาตลาด หาลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการสื่อสารเพื่อใช้ในการสื่อสารธุรกิจ

2.2 ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Success)

ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Success) หมายถึง ผลลัพธ์ที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเป้าหมายไว้ โดยอาศัยการวัดหรือประเมิน ประกอบด้วย ด้านการลดต้นทุนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ และด้านประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี (Maltz, Shenhar and Reilly, 2009 : 134-154) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการลดต้นทุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising Cost Reduction) หมายถึง การลดค่าใช้จ่ายจากการโฆษณาสินค้าหรือบริการผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางการตลาด และการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.2.2 ด้านความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ขั้นตอนการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อและทำการซื้อซ้ำ รวมถึงการมีความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ซึ่งส่งผลถึงผลกำไรระยะยาวที่ดี การสร้างประสบการณ์ที่ดี ให้กับลูกค้าตลอดเวลา

2.2.3 ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Increase) หมายถึง ความสามารถทางการเงินในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การเพิ่มขึ้นของกำไร การเจริญเติบโตของยอดขาย การลดต้นทุนของการขาย การโฆษณาการประชาสัมพันธ์ และอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ

2.2.4 ด้านประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี (Technology Usage Efficiency) หมายถึง ความสามารถในการนำเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นสื่อกลางในการจัดจำหน่าย การให้บริการ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเต็มศักยภาพ เพื่อการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการบริหารการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ จึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 2 : การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 3 : การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านกระบวนการบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

สมมุติฐานที่ 4 : การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 6,531 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายการตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 40-43) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ได้รับการตอบกลับถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 124 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 31.00 เมื่อเปรียบเทียบกับ จำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

การบริหารการตลาดออนไลน์เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ การจัดเก็บฐานข้อมูลลูกค้า การส่งเสริมให้มีการพัฒนาโปรแกรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 2) ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้า การให้ความสำคัญในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับการให้บริการของพนักงาน การปรับปรุงเทคโนโลยีให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง 3) ด้านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การมุ่งเน้นการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ การวางแผนการปฏิบัติงานภายในองค์กรเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ การให้ความสำคัญในการประเมินผลช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าบริการผ่านสื่อออนไลน์ และ 4) ด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดออนไลน์ การผลักดันการทำแผนกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ การมุ่งเน้นโดยนำกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในสื่อออนไลน์

ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ เป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการลดต้นทุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การขยายฐานการตลาดและลูกค้าออนไลน์ ลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และมีลูกค้ารู้จักมาขึ้นจากการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ 2) ด้านความพึงพอใจลูกค้า ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ การแก้ไขปัญหาให้ลูกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การได้รับการยอมรับจากลูกค้าในการให้บริการหลังการขาย และความเชื่อถือจากลูกค้า 3) ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่าจากการลงทุน การมีฐานะทางการเงินดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดจากการขายสินค้า บริการ 4) ด้านประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วยคำถามจำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมถึง การลดค่าใช้จ่าย ต้นทุนต่าง ๆ จากการนำเทคโนโลยีมาช่วยดำเนินงาน และมีการดำเนินงานที่รวดเร็ว รวมถึงสามารถวางระบบการดำเนินงานบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชั่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการบริหารการตลาดออนไลน์มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.693-0.891 และความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.754-0.935 ซึ่งสอดคล้องกับ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2549 : 442) ได้เสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจ

จำแนกเกินกว่า 0.20 เป็นค่าที่ยอมรับได้ และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการบริหารการตลาดออนไลน์ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.836 – 0.945 และความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.897 – 0.945 ซึ่งสอดคล้องกับ สรายุทธ กันหลง (2555 : 5) ได้นำเสนอว่าค่าความเชื่อมั่นของคำถามต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถอดถอยแบบพหุคูณทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวม ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเขียนสมการ ได้ดังนี้

สมการ $TOS = \beta_0 + \beta_1 OCR + \beta_2 TMC + \beta_3 MPS + \beta_4 MSA + \varepsilon$

เมื่อ TOS แทน ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์

OCR แทน การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์

TMC แทน การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด

MPS แทน การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านกระบวนการบริหารจัดการ

MSA แทน การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวม ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ตัวแปร	TOS	OCR	TMC	MPS	MSA	VIFs
$\overline{X}$	4.082	4.040	4.091	4.042	4.054	
S.D.	0.236	0.224	0.322	0.329	0.645	
TOS		0. 579*	0.304*	0.056	0.102	
OCR			0.076	0.032	0.075	1.010
TMC				0.231*	0.165	1.092
MPS					0.001	1.058
MSA						1.034

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การบริหารการตลาดออนไลน์ มีค่าตั้งแต่ 1.010 – 1.092 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวมของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

การบริหารการตลาดออนไลน์	ความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.994	0.420	2.365	0.020*
ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ (OCR)	0.590	0.075	7.845	0.000*
ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด (TMC)	0.194	0.054	3.577	0.001*
ด้านกระบวนการบริหารจัดการ (MPS)	-0.017	0.052	-0.316	0.753
ด้านกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์(MSA)	-0.006	0.026	-0.224	0.823
F = 17.863 p = 0.000 Adj R^2 = 0.235				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ โดยรวม เนื่องจาก การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ช่วยในเรื่องของการเข้าถึงของข้อมูลลูกค้าได้ง่าย และช่วยในการปรับปรุงการให้บริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นจากการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน รวมถึงช่วยในการประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานขององค์กร ส่งผลให้องค์กรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุริม โอทกานนท์ (2552 : 1-3) พบว่า การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภคเป็นการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้าโดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องด้วยยุทธวิธีต่าง ๆ แต่บางครั้งก็ยังไม่สามารถสร้างคุณค่าเพียงพอที่จะทำให้ลูกค้าอยู่กับองค์กรตลอดไป จึงทำให้เกิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ที่จะเป็นการรวมเอาแนวคิดการตลาดประสาทสัมผัส (Sensory Marketing) และการสร้างความผูกพันกับลูกค้า(Customer Engagement) ไว้ด้วยกัน ดังนั้น ทิศทางในอนาคตของเทคโนโลยีความจริงเสริมในการตลาดเชิงประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าในระยะยาว ซึ่งส่งผลต่อแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีความจริงในการตลาดเชิงประสบการณ์ที่ดีในอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลณา กุลสุวรรณ (2556 : 95) พบว่า การสร้างช่องทางการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้าเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงการรับรู้ความต้องการของธุรกิจกับลูกค้าเพื่อตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และสร้างความคุ้นเคยกับองค์กร ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำ และลูกค้าที่คุ้นเคยกับธุรกิจยังพร้อมหรือยินดีที่จะจ่ายสินค้าหรือบริการในราคาที่แพงกว่าเพื่อรับบริการที่ตรงใจสำหรับลูกค้า

2) การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาด มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ โดยรวม เนื่องจาก การให้ความสำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการสื่อสารทางการตลาด โดยการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารทางการตลาด และเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรมีการดำเนินงานที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า และสภาพแวดล้อมทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาให้เหนือกว่าคู่แข่งขัน รวมถึงช่วยในการประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน ส่งผลให้องค์กรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ระชานนท์ ทวีผล (2560) พบว่า โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์มิราจบีชรีสอร์ท พัทยา มีการใช้รูปแบบการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีแต่ละประเภทอย่างเหมาะสมทั้ง เว็บไซต์ของโรงแรม (Official Website) การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา ทางอินเทอร์เน็ต (Search Engine Optimization : SEO) การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ (Social Media Marketing) การทำการตลาดผ่านอีเมล (E-mail Marketing) การทำการตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) การทำการตลาดแบบเว็บบล็อก (Web Blogger) โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการนำเสนอราคา (Price) และเนื้อหา (Content) ที่นำเสนอลงใส่สื่อแต่ละประเภทต้องมีความชัดเจน ระยะเวลาที่ต่อเนื่องเพื่อดึงดูดความสนใจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ สภาวะทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ คู่แข่งทางธุรกิจ ช่วงระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค และความสามารถของพนักงานฝ่ายการตลาด ที่ธุรกิจต้องปรับตัวและวางแผนในการรับมืออย่างเหมาะสม โดยต้องอาศัยประสบการณ์ และระยะเวลาในการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์ (2559 : 114-116) พบว่าในยุคภาคอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม หรือที่เรียกกันว่าไทยแลนด์ 4.0 นั้นนักการตลาดหรือนักสื่อสารการตลาดรวมถึงผู้ประกอบธุรกิจร้านค้าจะต้องทันต่อความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้าใจเศรษฐกิจพฤติกรรมกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และพร้อมที่จะตัดสินใจปรับแผนธุรกิจ และการวางแผนการตลาดออนไลน์อย่างชาญฉลาด ซึ่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารได้ก่อให้เกิดวิวัฒนาการของรูปแบบการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใหม่ ๆ เช่นการสื่อสารการตลาดแบบไวรัล (Viral Marketing) ที่เกิดจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงสำหรับนักการตลาด ในปัจจุบันการตลาดออนไลน์ได้รับความนิยมโดยองค์กรต่าง ๆ ผ่านทางแพลตฟอร์ม เช่นบล็อก เว็บไซต์ของบริษัท และแอปพลิเคชัน การตลาดออนไลน์สามารถช่วยให้องค์กรเติบโตทางธุรกิจ และประสบความสำเร็จด้วยการใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงลูกค้า รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสามารถช่วยให้องค์กรเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และสามารถพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตรงต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ควรมีการศึกษาผลกระทบ และความสัมพันธ์ของการบริหารการตลาดออนไลน์ในด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การวางแผนทางการตลาดออนไลน์ เทคนิคการบริหารการตลาดออนไลน์ และกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์เชิงรุก เป็นต้น ควรศึกษาตัวแปรตามอื่นที่ไม่ใช่ความสำเร็จทางการตลาด เช่น ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ความสำเร็จขององค์กร และผลการดำเนินงานความได้เปรียบในการแข่งขัน ควรศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยซึ่งจะทำให้องค์กรรับรู้ถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหา และอุปสรรคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาต่อไป และเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยเพิ่มเป็นการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก เพื่อให้ได้รายละเอียดเพิ่มเติม และข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุดโดยสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด และทำให้องค์กรมีโอกาสประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์มากยิ่งขึ้น และเป็นข้อสนเทศการนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร

ทางการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารการตลาดออนไลน์ให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการตัดสินใจ โดยการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์เกี่ยวกับการปรับปรุง และแก้ไขการบริหารงานภายในองค์กรให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย รวมถึงเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย เพื่อตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการตลาดออนไลน์กับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์ของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่า การบริหารการตลาดออนไลน์ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ และด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทางการตลาดมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของการตลาดออนไลน์โดยรวม ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ และบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ เช่น การให้สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิกผ่านช่องทางออนไลน์ในการแลกซื้อสินค้า บริการ หรือการให้ของสมนาคุณ และให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีในการสื่อสารช่องทางออนไลน์เพื่อให้บริการ และการแก้ไขปัญหาผ่านช่องทางออนไลน์แก่ลูกค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา เช่น การส่งข่าวสารที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการตอบรับข้อความต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการขององค์กรอันจะนำพาให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). *ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2019, จาก www.dbd.go.th

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2562). *ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2019, จาก www.dbd.go.th

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). *กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ*. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2562, จาก www.ditp.go.th

ชลลณา กุลสุวรรณ. (2556). *ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์บนอินเทอร์เน็ตที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้าของธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ธัญญ์ธีรา อภิกุลวราศิษฐ์. (2561). *สารพัดวิธี Online Marketing*. กรุงเทพฯ : วิตตี้กรุ๊ป.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). *สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

บุริม โอทกานนท์. (2552). *CEM-การตลาดเชิงประสบการณ์.* วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ระชานนท์ ทวีผล. (2560). ความสำเร็จในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดออนไลน์ กรณีศึกษา : โรงแรมเซ็นทาราแกรนด์มิราจบีชรีสอร์ท พัทยา. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี มหาวิทยาลัยศิลปากร,* 11(2), 31-49.

ราม ปิยะเกตุ และคณะผู้วิจัย. (2555). *โครงการศึกษาวิเคราะห์พัฒนาการของ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.* ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561, จาก www.dbd.go.th

สรายุธ กันหลง. (2555). *การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha*. ค้นเมื่อ 4 ธันวาคม 2562, จาก http://www.ipernity.com/blog/252172/477

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). *ความรู้เกี่ยวกับ E-commerce*. ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2562 จาก www.etda.or.th

สุดารัตน์ เพ็งขุนทด. (2557). *ความสำคัญ และประโยชน์ของ E-Commerce*. ค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2562, จาก www.blog.sogoodweb.com

สุรเดช สุเมธาภิวัฒน์. (2559). การสื่อสารการตลาดในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(2), 114-116.

สุรางค์รัตน์ แสงศรี. (2560). การใช้การตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารราชนครินทร์*, 32(14), 145-151.

Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York : John Wiley and Son.

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. 4th ed. USA : John Wiley & Son.

Maltz, A., S.W. Shenhar & M. Reilly. (2009*). Refining the search for organizational success measures*. New York : Prince. Inc.

ความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

Satisfaction toward Packaging Design of Seasoning and Purchasing Decision Behavior

นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร* กฤษณพร ประสิทธิ์วิเศษ[2] และจารุณี วิเทศ[3]

Nongluck Popichit[*], Gritsanaporn Prasitwisate[2], and Jarunee Wites[3]

Received : January 28, 2020 Revised : March 10, 2020 Accepted : March 37, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตั้งชื่อตราของเครื่องปรุง (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุง และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง ด้านโครงสร้างในระดับมาก อันดับแรกคือเรื่องความสวยงามของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกในระดับมาก อันดับแรกคือเรื่องฉลากสื่อความเป็นไทย และด้านชื่อตราในระดับมากที่สุด อันดับแรกคือชื่อตราอ่านออกเสียงง่าย ส่วนผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านชื่อตรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์ ชื่อตรา เครื่องปรุง ความพึงพอใจ การตัดสินใจซื้อ

---

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรการจัดการบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

* Assistant Professor Management Program, Faculty of Management Science, Suan Dusit University

Abstract

This research aims to study on (1) packaging design and brand naming of seasonings, (2) consumer satisfaction toward packaging and brand name of seasoning, and (3) the relationship between satisfaction toward packaging and brand name of seasoning and future purchasing decisions of customers. The qualitative and quantitative data are collected from significant informants and samples particular included packaging design specialists, marketing experts, and consumers in Bangkok, respectively. The semi-structured interview form and questionnaires are used as research tools. Statistics used in the research are the descriptive statistics consisting of frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as the inferential statistics including of Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The research findings presented that consumers are satisfied with packaging of seasoning with high level regarding to structured aspect which the beauty of the packaging's shape comes to the first. Aspect of graphic design is at high level which the first is the label expressed Thainess. Also, branding aspect is the highest level, the first is easy reading on brand name. Furthermore, the study on relationship between satisfaction toward packaging and brand name of seasoning produced and purchasing decisions of customers. The results found that satisfaction to packaging of seasoning regarding to structured, graphic design and brand name aspects is related to purchasing decision behavior of consumers on the seasoning with statistical significance at the level of 0.01.

Keywords : Packaging Brand Seasoning Satisfaction Purchasing Decision

1. บทนำ

เครื่องปรุงหรือเครื่องปรุงรสอาหารถือว่าเป็นวัตถุดิบที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประกอบอาหารของคนไทยมาตั้งแต่ในอดีต เพื่อให้อาหารมีรสชาติอร่อยกลมกล่อมและมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากจากตลาดภายในประเทศ ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2560 ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศมีมูลค่าสูงถึง 40,400 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.6 ต่อปี เพิ่มขึ้นจากเมื่อปี พ.ศ. 2555 ที่มีมูลค่า 32,429 ล้านบาท (ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2561) เช่นเดียว กับตลาดต่างประเทศที่มีความต้องการเครื่องปรุงจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยจะเห็นได้จากที่มีการขยายไปสู่การวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ และการเพิ่มขึ้นของจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผลักดันให้มูลค่าการส่งออกเครื่องปรุงอาหารของไทยมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่สนใจปรุงอาหารไทยรับประทานเองก็สามารถซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงไปใช้ได้ นอกจากจะได้รับความสะดวกสบายในการปรุงอาหารแล้วยังทำให้ได้รสชาติอาหารตามแบบฉบับของคนไทยอีกด้วย เครื่องปรุงเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรที่มีการขยายตัวของตลาดอย่างต่อเนื่อง สำหรับการเติบโตของตลาดในประเทศเกิดจากการที่คนไทยหันมานิยมบริโภคเครื่องปรุงที่มีความหลากหลายมากขึ้นจากเดิมที่นิยมบริโภคแค่น้ำปลาและซอสถั่วเหลืองเท่านั้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการประกอบอาหาร ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงต้องมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (ฐานเศรษฐกิจ, 2559) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดเครื่องปรุงภายในประเทศ ได้แก่ คุณภาพของวัตถุดิบและส่วนผสมที่ใช้ใน

การผลิต และการเติบโตของกลุ่มธุรกิจ HORECA ประกอบด้วย ธุรกิจโรงแรม (Hotel) ธุรกิจร้านอาหาร (Restaurant) และธุรกิจร้านกาแฟและเบเกอรี่ (Café) ก็มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ตลาดเครื่องปรุงมีการเติบโตด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวที่รัฐบาลให้การส่งเสริมเป็นอย่างมากเพราะมีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นอกจากคุณสมบัติการใช้งานที่ต้องตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเป็นอย่างดีแล้ว สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงคือเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดี ไม่เสื่อมสภาพก่อนกำหนดอายุการใช้งาน ตลอดจนมีบทบาทหน้าที่สำคัญด้านการตลาด (Kotler and Keller, 2016) โดยบรรจุภัณฑ์ใหม่ช่วยสร้างให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งขัน ช่วยไม่ให้ผลิตภัณฑ์ด้านในได้รับความเสียหายจากการขนส่งหรือการจัดเก็บ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ได้ (Perreault et al., 2017) และบรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่เสมือนเครื่องมือทางการตลาด (Ares and Deliza, 2010) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และสะดวกต่อการใช้งาน รวมถึงการตั้งชื่อตราเพื่อสร้างให้เกิดการรู้จักจดจำ (Keller, 2013) เพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ขึ้นสำหรับความสะดวก ความสวยงาม ความน่าเชื่อถือไว้วางใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น (Azzi et al., 2012)

บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นจะต้องมีความเหมาะสมกับเครื่องปรุงแต่ละชนิดและมีความแตกต่างจากตราสินค้าอื่น ซึ่งในงานวิจัยนี้จะพิจารณาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใน 2 ประเด็นหลัก คือ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมและรักษาสภาพเครื่องปรุงได้เป็นอย่างดี สะดวกต่อการใช้งาน เป็นต้น ส่วนอีกด้านคือการออกแบบกราฟิก ซึ่งได้แก่ สี ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและโลโก้ต้องให้ดูทันสมัยและสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงไทย ทั้งนี้ เพื่อให้ทราบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นมานั้นเป็นที่ยอมรับของตลาดเป้าหมายหรือไม่ จะต้องมีการประเมินความเหมาะสมหรือความพึงพอใจโดยผู้ใช้เป้าหมาย เนื่องจากความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค กล่าวคือ หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้าง การออกแบบกราฟิก หรือชื่อตรา จะทำให้เกิดความตั้งใจซื้อและมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงนั้นในที่สุด รวมถึงเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำและการบอกต่อได้ ดังนั้นการประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นประเด็นสำคัญ หากผลการประเมินเป็นที่ยอมรับได้หรือผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ผู้ประกอบการก็สามารถนำไปใช้เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องปรุง เพื่อเข้าสู่ขั้นตอนการทดสอบตลาดและการนำผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตั้งชื่อตราของเครื่องปรุง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการผลิตภาชนะที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ (Kotler and Armstrong, 2014) ในอดีตบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่เก็บรักษาและป้องกันผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดีและเพื่อประโยชน์ใช้สอย แต่ในปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ได้กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญและช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างกำไร ในภาวะที่การแข่งขันเพิ่มมากขึ้นและมีผลิตภัณฑ์มากมายที่อยู่บนชั้นวางสินค้าในร้านค้า

เนื่องจากผู้บริโภคจะเห็นบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นสิ่งแรก บรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์นั้น และยังทำหน้าที่แทนพนักงานขายในการอธิบายข้อมูลและโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภายในระยะเวลาสั้น ๆ ณ จุดขายตลอดจนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดประสบการณ์ที่ดีในระหว่างการเปิดบรรจุภัณฑ์และนำผลิตภัณฑ์นั้นออกมาใช้ (Kotler and Keller, 2016) และบรรจุภัณฑ์ยังเป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้าด้วย

Perreault et al. (2017) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ไว้ 3 ประการ คือ (1) ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ใหม่ช่วยสร้างให้เกิดความแตกต่างที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น บรรจุภัณฑ์ใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีกว่าเดิม ช่วยให้ใช้งานได้ง่ายและปลอดภัยมากขึ้น (2) ช่วยป้องกันบรรจุภัณฑ์ช่วยไม่ให้ผลิตภัณฑ์ด้านในได้รับความเสียหายจากการขนส่งหรือการจัดเก็บ ช่วยป้องกันการปลอมปนและการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรกต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค (3) ช่วยสนับสนุน บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์บางชนิดนำไปรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้ บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารจะต้องรักษาคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้านสี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส และคุณค่าทางโภชนาการของอาหารให้คงอยู่ในลักษณะเดิม ไม่เน่าเสีย รวมถึงต้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารนั้นเสื่อมคุณภาพ เช่น แสง ความร้อน จุลินทรีย์ เป็นต้น (งามทิพย์ ภู่วโรดม, 2554)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design) เป็นการกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อคุ้มครองและป้องกันไม่ให้สินค้าได้รับความเสียหายและยังเป็นการเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ซึ่งต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ (ปัทมาพร ท่อชู, 2559) นอกจากนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ยังเกี่ยวข้องกับการเชื่อมต่อรูปแบบ โครงสร้าง วัสดุ สี รูปภาพ การพิมพ์ และข้อมูลกฎระเบียบ รวมถึงองค์ประกอบเสริมต่าง ๆ เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์เหมาะสำหรับตลาดเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท (นพวรรณ ชีวอารี, 2555) คือ (1) การออกแบบโครงสร้าง (Construction design) เกี่ยวกับรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับคุณลักษณะและคุณสมบัติของสินค้า ความแข็งแรงทนทาน ขนาด รูปแบบการบรรจุ การประกอบหรือขึ้นรูป รวมถึงความเหมาะสมต่อการใช้งาน การขนส่ง การเก็บรักษา การประหยัดต้นทุน (2) การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (Graphic design) เป็นการกำหนดรายละเอียดของลวดลายที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลาก เป็นการนำจุด เส้น ภาพ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ แบบตัวอักษรการจัดวางข้อความ และการใช้สีต่าง ๆ มาประกอบกันตามหลักการอย่างสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดความสนใจให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีจากการมองเห็น และกระตุ้นให้เกิดความทรงจำในผลิตภัณฑ์นั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ชมจันทร์ ดาวเดือน และคณะ (2557) ที่พบว่าการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทยมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตั้งชื่อตรา

ชื่อตรา (Brand name) หมายถึง ชื่อ คำ ตัวอักษร หรือตัวเลข ที่สามารถอ่านออกเสียงได้ ซึ่งชื่อตราเป็นส่วนหนึ่งของตรา (Brand) และเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะสร้างตราเพราะเป็นการสร้างความแตกต่างให้ผู้บริโภครับรู้ในตราในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ในขณะเดียวกันก็เป็นการบอกให้ผู้บริโภคทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นชื่ออะไร โดยใช้ร่วมกับองค์ประกอบอื่น ๆ เพื่อช่วยในการระบุว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีประโยชน์ใช้สอยในเรื่องใด ชื่อตราจึงมีประโยชน์ทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

หลักการพื้นฐานที่ควรคำนึงถึงในการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ (ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม, 2559; Pride, 2015) มีดังนี้ (1) ความง่าย (Simplicity) ใน 3 ด้าน ได้แก่ ออกเสียงง่าย จดจำได้ง่าย และสะกดง่าย โดยหลักการข้อนี้ทำให้ชื่อตราที่สั้นมักได้เปรียบชื่อตราที่กำหนดไว้ค่อนข้างยาว และชื่อตราที่แปลกก็อาจ จะมีความได้เปรียบทั้งในการดึงดูดความสนใจและช่วยให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้ดี การสะกดคำจะต้องใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย เขียนง่าย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (2) ความเชื่อมโยง (Association) กับสิ่งที่ต้องการ การทดสอบความเชื่อมโยงสามารถทำได้โดย

การเอ่ยชื่อตราที่คาดว่าจะตั้งให้กลุ่มเป้าหมายฟัง แล้วตอบว่าเขานึกถึงอะไรเมื่อได้ยินชื่อตรานั้น หรือมีความเชื่อมโยงกับสิ่งใดบ้าง (3) มีความหมายในเชิงบวก (Positive meaning) การตั้งชื่อตราไม่จำเป็นต้องมีความหมายเสมอไป แต่หากจะตั้งชื่อตราให้มีความหมายถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ควรเป็นความหมายในเชิงบวก การตั้งชื่อตราเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยสามารถอ่านออกเสียงและเรียกชื่อได้ถูกต้องด้วย เผื่อในกรณีที่มีการขยายตลาดโดยการส่งออกไปยังต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ม.ป.ป.) (4) การขยาย (Expansion) เป็นการเตรียมชื่อตราให้พร้อมเผื่อไว้สำหรับการเพิ่มรุ่น เพิ่มกลุ่มสินค้า ใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ทุกระดับ และปรับใช้เข้ากับยุคสมัยได้ เพื่อไม่ต้องตั้งชื่อตราขึ้นมาใหม่โดยไม่จำเป็น (Etzel, Walker, and Stanton, 2007) สอดคล้องกับการศึกษาของ อุไรพร สุขเติม (2550) ที่พบว่าปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าของผู้บริโภคที่เห็นว่าลักษณะชื่อตราสินค้าที่ดีของผลิตภัณฑ์ประเภทสิ่งทอไหมควรมีความทันสมัย เป็นสากล เป็นตัวแทนของวัฒนธรรม ง่ายต่อการจดจำและระลึกได้ สื่อความหมายถึงบุคลิกภาพ ง่ายต่อการสะกดและการอ่านออกเสียง สื่อความหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเป็นชื่อที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์

ผู้ที่ทำหน้าที่กำหนดชื่อตราให้กับผลิตภัณฑ์อาจเป็นบุคลากรภายในองค์การธุรกิจนั้น เช่น ผู้บริหาร ทีมนักการตลาด นักพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาชื่อตราเป็นผู้กำหนดชื่อตราสินค้า โดยบริษัทจะทำการวิจัยตลาดเพื่อพัฒนาและทดสอบชื่อตราสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ปณิศา มีจินดา, 2554) ประกอบด้วย (1) การทดสอบความสัมพันธ์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของตราภายในใจของผู้บริโภค (2) ทดสอบการเรียนรู้ เพื่อพิจารณาความง่ายในการสะกดชื่อตราสินค้า (3) การทดสอบความจำ เพื่อพิจารณาความ สามารถในการจดจำชื่อตราสินค้าโดยใช้คำชี้นำที่ทำให้ผู้บริโภคจำได้ (4) การทดสอบความชอบ เพื่อพิจารณาว่าชื่อตราสินค้าชื่อใดที่ผู้บริโภคชอบ หรืออาจใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลต่าง ๆ ในการตั้งชื่อตราแล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อประเมินทางเลือกสุดท้าย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง การรับรู้การทำงานของผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง โดยประเมินความรู้สึกโดยรวมในด้านความคุ้มค่า และความรู้สึกที่เกิดจากการรับรู้ที่มากกว่าความคาดหวังของผู้บริโภค โดยความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อด้วย นั่นคือ ความตั้งใจซื้อในอนาคต ความตั้งใจที่จะบอกต่อ และความเต็มใจที่จะจ่ายในราคาสูง (Schiffman and Wisenblit, 2015) ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นความชื่นชอบ ชื่นชม ในคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการรักษาสินค้า อำนวยความสะดวกในการนำพา จัดเก็บ การวางโชว์ได้น่าสนใจ เปิดบริโภคและบรรจุสินค้าได้สะดวก สามารถตรวจพิจารณาสินค้าภายในได้ แสดงออกถึงลักษณะเฉพาะถิ่น สร้างความทรงจำหรือความน่าประทับใจ สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เด่นชัด (นคเรศ ชัยแก้ว และคณะ, 2556)

การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งจะเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ประเมินผลทางเลือกของชื่อตราหรือความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาชื่อตราและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยผู้บริโภคจะมีความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หากเห็นว่ามีความเหมาะสมและสามารถตอบสนองความพึงพอใจที่คาดหวังได้ จากนั้นจึงเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด โดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ผู้บริโภคชอบมากกว่า แต่ในบางสถานการณ์ความชอบในตราสินค้าก็อาจไม่ได้นำไปสู่พฤติกรรมการซื้อเสมอไป เนื่องจากมีปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่ส่งผลให้ไม่เกิดพฤติกรรมการซื้อขึ้นได้ Assael (1998) ได้สรุปถึงเหตุผล 5 ประการที่ทำให้ผู้บริโภคชะลอพฤติกรรมการซื้อออกไป ได้แก่ (1) ไม่มีเวลาตัดสินใจ (2) ไม่ชอบการซื้อสินค้านั้น (3) การซื้อสินค้านั้นจะไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น (4) การตัดสินใจซื้อผิดพลาดหรือสินค้าที่ซื้อมาจะใช้งานได้ไม่ดีพอ (5) เชื่อว่าสินค้าจะมีราคาถูกลงหรืออาจจะมีสินค้าที่ดีกว่าเข้าสู่ตลาดในอนาคต

นอกจากนี้ ปณิศา มีจินดา (2553) ได้อธิบายว่าสิ่งจูงใจยังเป็นปัจจัยที่กำหนดทิศทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อความต้องการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจในความต้องการของตนด้วย ซึ่งสิ่งจูงใจจะส่งผลต่อเกณฑ์การประเมินก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย สิ่งจูงใจด้านเหตุผล คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความคงทนในการใช้งาน และสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ คือ ความสวยงาม การออกแบบ ความทันสมัย เป็นต้น

Jerzyk (2016) ได้กล่าวถึง บทบาทของบรรจุภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อไว้ว่า ในบรรดาเครื่องมือส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่พบได้ ณ จุดขาย บรรจุภัณฑ์ถือเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในกระบวนการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมาเหมาะสมจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นผลิตภัณฑ์นั้นได้มากขึ้น กระตุ้นให้เกิดความตั้งใจซื้อ รวมถึงสร้างความประทับใจและอารมณ์ในเชิงบวก บรรจุภัณฑ์จึงไม่ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น แต่ยังช่วยสร้างให้เกิดความรู้สึกและประสบการณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคด้วย

สำหรับงานวิจัยนี้จะศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ โดยหากจะเปรียบเทียบในเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์กับสิ่งจูงใจ 2 ด้านดังกล่าวก็อาจเปรียบสิ่งจูงใจด้านเหตุผลได้กับการออกแบบด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และอาจเปรียบสิ่งจูงใจด้านอารมณ์ได้กับการออกแบบด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์นั่นเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ นัทธ์หทัย เถาตระกูล (2562) ที่แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และความพึงพอใจด้านตราสินค้ามีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าในอนาคต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส

จารุวรรณ เจตเกษกิจ (2552) ให้ความหมายของ เครื่องปรุงรส ว่าหมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยเครื่องเทศหรือสารสกัดจากเครื่องเทศจำนวนหนึ่งชนิดหรือมากกว่า ซึ่งเมื่อเติมลงไปในอาหารแล้วจะช่วยเพิ่มรสชาติของอาหาร โดยเฉพาะอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบที่มีความเฉพาะตัวในการประกอบอาหารทำให้อาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากอาหารของชาติอื่น รวมถึงการใช้วัตถุดิบต่าง ๆ มาช่วยในการปรุงรสชาติอาหารให้อร่อยและมีกลิ่นหอมยิ่ง ขึ้น โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในงานวิจัยนี้เป็นการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงจากเครื่องเทศและสมุนไพรไทยที่พัฒนาขึ้นใหม่โดยมีส่วนประกอบของขมิ้น ได้แก่ ซอสข้าวหมก

ข้อมูลจากรายงานของ Economic Intelligence Center (EIC) ของธนาคารไทยพาณิชย์ (2560) เกี่ยวกับตลาดเครื่องปรุงรสประกอบอาหารได้มีการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสไว้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) เครื่อง ปรุงเสริมบนโต๊ะอาหาร ประกอบด้วย ซอสหรือน้ำจิ้มที่ใช้รับประทานคู่กับอาหาร เช่น ซอสพริก น้ำสลัด น้ำจิ้มไก่ (2) เครื่องปรุงรสประกอบอาหารสำเร็จรูป ประกอบด้วย ซุปก้อน ผง ซอสปรุงรสสำเร็จรูป (3) เครื่องปรุงรสประกอบอาหารพื้นฐาน ประกอบด้วย ซอสหรือผงเป็นหลัก เช่น น้ำปลา ซีอิ๊ว เกลือ พริกไทย พริกป่น ซอสน้ำมันหอย (4) เครื่องปรุงรสประกอบอาหารอื่น ๆ เช่น น้ำมะเขือเทศเข้มข้น หรือของหมักดองเปรี้ยว โดยในรายงานยังระบุว่าผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสสำเร็จรูปมีแนวโน้มการเติบโตสูงถึงร้อยละ 8.2 ต่อปี เพราะสามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของแม่บ้านไทยยุคใหม่ได้ดี ปัจจุบันตลาดเครื่องปรุงรสกลุ่มนี้มีสัดส่วนร้อยละ 23 ของมูลค่าตลาด โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ได้แก่ ซอสปรุงรสประกอบอาหารสำเร็จรูป ผงปรุงรสประกอบอาหารสำเร็จรูป และซุปก้อน ซุปผงสำเร็จรูป เนื่องจากช่วยให้การทำอาหารสะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น โดยการเติบโตของมูลค่าตลาดเครื่องปรุงรสประกอบอาหารโดยรวมคาดว่าจะมีแนวโน้มเติบโตได้สูงต่อเนื่องไปจนถึง 5 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2563

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์
- ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
- ด้านชื่อตรา

→ **พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง**

สมมติฐานของการวิจัย

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม (ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และด้านชื่อตรา) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบสอบถาม โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กระบวนการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน เริ่มจาก**ขั้นตอนที่** 1 ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และด้านการตลาด จำนวน 6 คน ร่วมกับการสำรวจความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ด้วยแบบสอบถามแบบมีตัวเลือกให้เลือกตอบจากกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือใช้เครื่องปรุงรส จำนวน 200 คน ซึ่งได้มาจากสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 10 แล้วใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความสะดวกบริเวณจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงในร้านค้าสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร **ขั้นตอนที่** 2 นำข้อมูลมากำหนดรายละเอียดการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ด้านโครงสร้างและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ จากนั้นนำร่างบรรจุภัณฑ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน จำนวน 3 คน **ขั้นตอนที่** 3 ประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง โดยนำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปให้กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือใช้เครื่องปรุงรส จำนวน 385 คน ซึ่งได้มาจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แล้วใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความสะดวกบริเวณจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงในร้านค้าสะดวกซื้อและซูเปอร์มาร์เก็ตในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงโดยใช้แบบสอบถาม และ**ขั้นตอนที่** 4 นำผลการประเมินบรรจุภัณฑ์และข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างมาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

คุณลักษณะของตัวแปรความพึงพอใจต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และชื่อตรา มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดย 1 แทน ระดับน้อยที่สุด และ 5 แทน ระดับมากที่สุด และคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมได้

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือในการวิจัย

คณะผู้วิจัยนำเครื่องมือการวิจัยทั้งแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ได้แก่ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความครอบคลุมของเนื้อหา และความเหมาะสมในการใช้ภาษา แล้วนำคะแนนที่ได้จากการประเมินมาหาค่าความสอดคล้องของคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์/ประเด็นที่ต้องการศึกษา (Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC) ถ้าค่า IOC ที่ได้มีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป หมายความว่า คำถามข้อนั้นสามารถวัดได้ตามวัตถุประสงค์/ประเด็นที่ต้องการศึกษา (ปราณี หลำเบ็ญสะ, 2559) ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ จำนวน 30 ชุด เพื่อวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .950

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการอธิบายข้อมูล และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ในการทดสอบสมมติฐาน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม และความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้วยการสัมภาษณ์ ข้อมูลที่ได้สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตั้งชื่อตราของเครื่องปรุง

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการตลาด มีข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง ดังนี้ (1) เครื่องปรุงที่มีเนื้อสัมผัสแบบกึ่งเหลวกึ่งแข็ง (Paste) เช่น เครื่องแกง นิยมบรรจุในซองฟอยล์แบบทึบหรือแบบใส ในปริมาณพอดีกับการใช้งานครั้งเดียวเพราะมีระยะเวลาเก็บรักษาได้ไม่นานนัก เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการใช้ในปริมาณไม่มากต่อหนึ่งครั้ง อาจจำหน่ายแบบซองเดี่ยวหรือแบบแพ็ค เช่น 3, 6 ซอง โดยมีบรรจุภัณฑ์ชนิดกล่องห่อหุ้มภายนอกอีกชั้นหนึ่ง (2) สีที่ใช้กับผลิตภัณฑ์อาหารนิยมใช้สีแดง เหลือง เขียว ขาว สีของโลโก้อาจเลือกใช้สีที่ตัดกันและสามารถปรับเข้ากับความสว่างหรือความมืดของสีฉลากพื้นหลังได้ สีที่เป็นที่นิยมของตลาดผู้บริโภคในแต่ละช่วงเวลาอาจมีความแตกต่างกันและบางครั้งก็ไม่เป็นไปตามหลักวิชาการได้ เช่น สีดำ ในอดีตไม่นิยมนำมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร แต่ปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามแนวคิดและวัฒนธรรมของชาวตะวันตกมากขึ้น (3) ตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดตามความเหมาะสมของพื้นที่และเป็นไปตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) (4) รูปภาพที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ต้องสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างชัดเจนว่าเป็นสินค้าอะไรหรือใช้ประโยชน์ด้านใด ถ้าระบุเจาะจงว่าเครื่องปรุงนั้นใช้สำหรับปรุงอาหารชนิดใดก็ควรมีภาพอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วเป็นส่วนประกอบด้วย และควรจัดแต่งจานให้มองเห็นส่วนประกอบสำคัญที่สื่อถึงชนิดของอาหาร (5) โลโก้ควรสื่อถึงแนวคิดผลิตภัณฑ์ (Product concept) หากต้องการสื่อถึงเครื่องปรุงสำหรับอาหารไทยอาจใช้ภาพที่มองเห็นแล้วเข้าใจได้ทันที เช่น อุปกรณ์การทำอาหาร เชฟหรือผู้ปรุงอาหาร ขนาดโลโก้ไม่จำเป็นต้องใหญ่มากแต่ต้องให้สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน (6) ชื่อตราอาจใช้ภาษาต่างประเทศควบคู่กับภาษาไทย หากต้องการส่งออกไปจำหน่ายยังตลาดต่างประเทศ

กลุ่มผู้บริโภค มีความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงที่สามารถป้องกันและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายในได้ (ร้อยละ 24.19) รองลงมาคือ มีความสะดวกในการจัดเก็บ (21.61) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงแบบพร้อมปรุง (Ready to cook) ชนิดซอง เป็นซองฟอยล์แบบแบน (ร้อยละ 64.00) การออกแบบฉลากบนบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงที่เน้นภาพอาหาร (ร้อยละ 30.85) รองลงมาคือ การออกแบบที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 27.65) ต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีชื่อตราที่จดจำง่าย (ร้อยละ 64.93) รองลงมาคือ ชื่อตรามีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุง (ร้อยละ 21.64) ต้องการให้ผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงใช้โลโก้เป็นสัญลักษณ์หรือรูปที่สื่อความหมายถึงการปรุงอาหาร (เช่น รูปกระทะ ตะหลิว หม้อ) (ร้อยละ 55.65) รองลงมาคือ ใช้ลวดลายกราฟิก (ร้อยละ 39.13) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัชฎาพร ใจมั่น และคณะ (2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการให้เน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าได้ดี สร้างภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบเรียบง่ายแต่มีความทันสมัย

คณะผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคมาใช้ในการตั้งชื่อตราผลิตภัณฑ์ว่า “ไทยเมด” ในภาษาไทย และ “Thai Made” ในภาษาอังกฤษ จากนั้นทำการออกแบบร่างต้นแบบชื่อตราและบรรจุภัณฑ์ภายนอกของเครื่องปรุง ดังรูปภาพประกอบ 2 และ 3

รูปภาพประกอบ 2 ร่างต้นแบบชื่อตราของเครื่องปรุง

รูปภาพประกอบ 3 ร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของเครื่องปรุง

จากนั้นนำภาพร่างบรรจุภัณฑ์ไปผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Mockup) และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ประเมิน เพื่อนำผลที่ได้จากการประเมินมาปรับต้นแบบบรรจุภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1. การปรับสัญลักษณ์ชื่อตรา โดย (1) ปรับโทนสีให้เหลือเพียง 2 สี คือ สีขาวและน้ำตาล เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตราสินค้า และง่ายต่อการนำไปใช้ผลิตภัณฑ์อื่นหรือการนำเสนอในรูปแบบอื่น (2) ปรับการจัดวางข้อความและตัวอักษร โดยเน้นชื่อตราคำว่า “ไทยเมด” ภาษาไทยเป็นหลักเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภคชาวไทย

รูปภาพประกอบ 4 การปรับต้นแบบโลโก้ชื่อตราของเครื่องปรุง

2. การปรับฉลากบรรจุภัณฑ์ โดย (1) ปรับโทนสีดำของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นสีน้ำตาล เพื่อลดความรู้สึกเรื่องไม่ควรใช้สีดำกับผลิตภัณฑ์อาหาร (2) ปรับโทนสีให้มีการกระจายตัวมากขึ้น เพื่อแสดงถึงความชัดเจนของผลิตภัณฑ์ (3) ปรับขนาดและการจัดวางภาพของอาหารให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และวางในตำแหน่งกลางผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจนว่าเครื่องปรุงนั้นนำไปประกอบอาหารชนิดใด (4) ปรับขนาดและตำแหน่งของตัวอักษรที่ระบุข้อมูลตัวผลิตภัณฑ์ทั้งข้อมูลส่วนประกอบ ข้อมูลโภชนาการ และวิธีการใช้ ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และวางตำแหน่งให้เหมาะสม เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนมากขึ้น (5) ปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษชั้นนอกให้มีขนาดเล็กลง เหมาะสมกับขนาดของซองฟอยล์ที่บรรจุอยู่ภายใน

ขั้นตอนต่อไปหลังจากการปรับปรุงเรียบร้อยแล้วคือการผลิตสินค้าต้นแบบ (Mockup) และนำไปทดสอบตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค โดยให้ผู้บริโภคตอบแบบประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง

รูปภาพประกอบ 5 การปรับต้นแบบของบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง

4.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุง

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านชื่อตราในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.32) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.02) และด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.00) ตามลำดับ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง

บรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง	ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.02	0.590	มาก
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	4.00	0.613	มาก
3. ด้านชื่อตรา	4.32	0.613	มากที่สุด
รวม	**4.11**	**0.468**	**มาก**

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง ด้านโครงสร้าง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.02) เมื่อพิจารณาในรายประเด็นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างทุกประเด็นในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในประเด็นความสวยงามของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ เป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.19) รองลงมาคือ ความโดดเด่นเมื่ออยู่บนชั้นวาง ($\bar{x}$ = 4.12) ความสะดวกในการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.09) โครงสร้างเหมาะสมกับชนิดของเครื่องปรุง ($\bar{x}$ = 4.04) การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน ($\bar{x}$ = 3.85) และการปกป้องผลิตภัณฑ์ภายใน ($\bar{x}$ = 3.83) ตามลำดับ ดังตาราง 2 สอดคล้องกับที่ Clement et al. (2013) กล่าวไว้ว่าบรรจุภัณฑ์แบบซองฟอยล์และกล่องกระดาษสามารถป้องกันและรักษาคุณภาพเครื่องปรุงที่บรรจุอยู่ภายในได้ดี สะดวกต่อการใช้งาน และมีรูปทรงที่สวยงาม และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นพวรรณ ชีวอารี (2555) ที่ชี้ให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ซึ่งช่วยส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์นั้น

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. โครงสร้างเหมาะสมกับชนิดของเครื่องปรุง	4.04	.814	มาก
2. การปกป้องผลิตภัณฑ์ภายใน	3.83	.851	มาก
3. การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	3.85	.842	มาก
4. ความสะดวกในการใช้งาน	4.09	.823	มาก
5. ความสวยงามของรูปทรงบรรจุภัณฑ์	4.19	.805	มาก
6. ความโดดเด่นเมื่ออยู่บนชั้นวาง	4.12	.803	มาก
รวม	**4.02**	**.590**	**มาก**

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง ด้านการออกแบบกราฟิก พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.00) เมื่อพิจารณาในรายประเด็นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ด้านการออกแบบกราฟิกทุกประเด็นในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในประเด็นฉลากสื่อความเป็นไทยในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.29) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นรายละเอียดบนฉลากมีความครบถ้วน ($\bar{x}$ = 4.15) ภาพลักษณ์ความทันสมัยของฉลาก ($\bar{x}$ = 4.08) ความเหมาะสมของขนาดภาพและตัวอักษร ($\bar{x}$ = 3.98) ความเหมาะสมของการจัดวางองค์ประกอบ ($\bar{x}$ = 3.98) รูปภาพบนฉลากสื่อถึงชนิดของอาหารที่ใช้ปรุง ($\bar{x}$ = 3.98) การระบุวิธีการใช้งานบนฉลาก ($\bar{x}$ = 3.78) และสีสันของฉลาก ($\bar{x}$ = 3.73) ตามลำดับ ดังตาราง 3 สอดคล้องกับผลการ ศึกษาของ ชมจันทร์ ดาวเดือน และคณะ (2557) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่อง สำอางสมุนไพรไทย ด้านภาพประกอบสื่อความหมายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ภาพประกอบมีขนาดและการจัดวางที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์และสื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัชฎาพร ใจมั่น และคณะ (2559) ที่พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกของผลิตภัณฑ์ขนมไทย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการและผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญกับเรื่องความสวยงาม

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	**ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค**		
	$\bar{x}$	S.D.	**แปลผล**
1. ฉลากสื่อความเป็นไทย	4.29	.750	มากที่สุด
2. ภาพลักษณ์ความทันสมัยของฉลาก	4.08	.751	มาก
3. รายละเอียดบนฉลากมีความครบถ้วน	4.15	.774	มาก
4. การระบุวิธีการใช้งานบนฉลาก	3.78	.792	มาก
5. สีสันของฉลาก	3.73	.871	มาก
6. รูปภาพบนฉลากสื่อถึงชนิดของอาหารที่ใช้ปรุง	3.98	.813	มาก
7. ความเหมาะสมของขนาดภาพและตัวอักษร	3.98	.790	มาก
8. ความเหมาะสมของการจัดวางองค์ประกอบ	3.98	.802	มาก
รวม	4.00	.547	**มาก**

ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อชื่อตราของเครื่องปรุง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.32) เมื่อพิจารณาในรายประเด็นพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อชื่อตราของเครื่องปรุงทุกประเด็นในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในประเด็นชื่อตราอ่านออกเสียงง่าย เป็นอันดับแรก ($\bar{x}$ = 4.40) รองลงมาคือ ชื่อตราจดจำง่าย ($\bar{x}$ = 4.33) และชื่อตราสื่อถึงความเป็นไทย ($\bar{x}$ = 4.24) ตามลำดับ ดังตาราง 4 สอดคล้องกับหลักการตั้งชื่อตรา (ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม, 2559; Pride, 2015) ที่ว่า ชื่อตราควรออกเสียงได้ง่าย จดจำได้ง่าย และสะกดง่ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คำว่า ไทย (Thai) ยังสื่อถึงการเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงของคนไทยที่ให้รสชาติความอร่อยแบบไทย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อุไรพร สุขเติม (2550) ที่พบว่า ลักษณะชื่อตราสินค้าที่ดีควรมีความทันสมัยและเป็นสากล รวมถึงเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อชื่อตราของเครื่องปรุง

ชื่อตราของเครื่องปรุง	ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ชื่อตราจดจำง่าย	4.33	0.752	มากที่สุด
2. ชื่อตราอ่านออกเสียงง่าย	4.40	0.726	มากที่สุด
3. ชื่อตราสื่อถึงความเป็นไทย	4.24	0.759	มากที่สุด
รวม	4.32	0.613	**มากที่สุด**

4.3 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.65) ดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง

	ระดับพฤติกรรม		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง	3.65	0.759	มาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม (ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และด้านชื่อตรา) มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวมและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) พบว่า ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p = 0.000) ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ในระดับต่ำ (r = 0.243) ดังตาราง 5 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นัทธ์หทัย เถาตระกูล (2562) ที่แสดงว่าความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์และด้านตราสินค้ามีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มธุรกิจชุมชนของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Jerzky (2016) ที่ได้สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์จำแนกในแต่ละด้าน พบว่า มีผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม ดังตาราง 6 ดังนี้

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p = 0.000) ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับต่ำ (r = 0.267)

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p = 0.002) ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับต่ำ (r = 0.161)

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านชื่อตรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p = 0.002) ในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับต่ำ (r = 0.156) ดังตาราง 6

ซึ่งชื่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่มองเห็นได้ชัดเจนจะดึงดูดความสนใจและทำให้ผู้ซื้อเกิดการจดจำได้ดีกว่า (Krishna et al., 2017) นอกจากนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ยังช่วยผู้บริโภคเกิดการรับรู้ที่ดีและมีความพึงพอใจต่อตัวผลิตภัณฑ์ได้ (Timney and Chamberlain, 2017) ดังนั้นองค์ประกอบต่าง ๆ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดต้องให้ความสำคัญ

ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์	พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุง		
	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (r)	**P**	**ทิศทางของความสัมพันธ์**
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	0.267**	0.000	ทิศทางเดียวกัน
ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์	0.161**	0.002	ทิศทางเดียวกัน
ด้านชื่อตรา	0.156**	0.002	ทิศทางเดียวกัน
ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม	**0.243****	**0.000**	**ทิศทางเดียวกัน**

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2-tailed)

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุง ดังนี้ (1) ควรมีการศึกษาในกลุ่มของผู้บริโภคชาวต่างชาติด้วยเนื่องจากลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และชื่อตราสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารไทย หากประสบความสำเร็จในการทดสอบตลาดอาจนำไปสู่การส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศได้ในอนาคต (2) ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ รสชาติของเครื่องปรุง รสชาติของอาหารภายหลังการปรุง ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพราะพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นด้วยนอกจากบรรจุภัณฑ์และชื่อตรา (3) ควรศึกษาแนวทางการนำนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (4) ศึกษาแนวทางการสื่อสารการพัฒนาตราสินค้าใหม่และการสร้างการรับรู้คุณค่าในตราสินค้าใหม่ของผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรสเพื่อให้เป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับ และเป็นการขยายตลาดมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงและผู้สนใจทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงอาหารชนิดอื่นได้ ดังนี้

(1) ควรมีการออกแบบโครงสร้างและขนาดของบรรจุภัณฑ์จำแนกระหว่างผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มร้านอาหารกับกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องปรุงไปใช้ในครัวเรือน เนื่องจากมีความต้องการใช้ในปริมาณที่แตกต่างกัน โดยบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงสำหรับผู้ใช้กลุ่มร้านอาหารควรออกแบบให้มีขนาดบรรจุหรือมีปริมาณมากกว่าและไม่เน้นเรื่องความสวยงาม เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามจะมีราคาสูงกว่า

(2) เนื่องจากผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงที่ศึกษาในงานวิจัยมีส่วนประกอบจากเครื่องเทศและสมุนไพรไทยที่ดีต่อสุขภาพ จึงอาจเลือกใช้สีเอิร์ธโทน สีน้ำตาล สีเขียว เพื่อสื่อความหมายของการมาจากแหล่งธรรมชาติ ปราศจากสาร เคมีปลอดภัยกับผู้ที่รับประทาน หรือใช้สีโทนที่ให้ความรู้สึกถึงการมีสุขภาพแข็งแรง การมีอายุยืนยาว เช่น สีเหลือง สีส้ม สีเขียวอ่อน สีน้ำเงิน เป็นต้น

(3) การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เป็นลายรดน้ำ มีโลโก้เป็นรูปศาลาทรงไทย และตั้งชื่อตราว่า ไทยเมด คณะผู้วิจัยต้องการสื่อถึงความเป็นเครื่องปรุงอาหารรสชาติแบบไทย ซึ่งอาจใช้สื่อสารและสร้างการยอมรับได้เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นชาวต่างชาติที่ชื่นชอบในความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย แต่อาจไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวไทยมากนัก ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องปรับให้มีการผสมผสานระหว่างความเป็นไทยร่วมกับลวดลายกราฟิกแบบเรขาคณิต เพื่อให้เกิดความดึงดูดใจของทั้งผู้บริโภคที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติ

(4) หากมีเครื่องปรุงหลายชนิดควรใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบชุด โดยใช้เอกลักษณ์หรือลักษณะบางประการที่คล้ายคลึงกันเพื่อเชื่อมโยงให้ผู้บริโภครู้ว่าเป็นเครื่องปรุงจากเครื่องเทศและสมุนไพรไทยชุดเดียวกัน แม้ว่าจะใช้สี รูปทรง หรือขนาดบรรจุที่แตกต่างกัน เช่น ใช้โลโก้และตัวอักษรแบบเดียวกัน จัดวางองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ในตำแหน่งเดียวกัน เพื่อแสดงถึงความมีเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงใหม่ ๆ ไปทดลองใช้ ถ้าเครื่องปรุงชนิดเดิมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมาก่อนแล้ว

(5) ควรให้ข้อมูลกับผู้บริโภคด้วยว่าเครื่องปรุงนั้นสามารถใช้ในการปรุงอาหารได้มากกว่าหนึ่งรายการ เนื่องจากชื่อของผลิตภัณฑ์ คือ ซอสข้าวหมก มีความเฉพาะเจาะจงถึงชื่ออาหาร อาจทำให้เกิดความเข้าใจว่าใช้ได้เฉพาะกับเมนูข้าวหมกเท่านั้น ดังนั้นบนบรรจุภัณฑ์จึงควรแนะนำตัวอย่างเมนูที่สามารถนำเครื่องปรุงไปประยุกต์ได้

6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตั้งชื่อตราของเครื่องปรุง คณะผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงชั้นนอกเป็นแบบกล่องกระดาษและบรรจุภัณฑ์ชั้นในเป็นซองฟอยล์ โดยตั้งชื่อตราว่า "ไทยเมด" สำหรับการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุง พบว่า (1) ด้านโครงสร้าง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นความสวยงามของรูปทรงบรรจุภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ความโดดเด่นเมื่ออยู่บนชั้นวาง เป็นอันดับสอง และความสะดวกในการใช้งาน เป็นอันดับสาม (2) ด้านการออกแบบกราฟิก ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในประเด็นฉลากสื่อความเป็นไทย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในระดับมากในประเด็นรายละเอียดบนฉลากมีความครบถ้วน เป็นอันดับสอง และภาพลักษณ์ความทันสมัยของฉลาก เป็นอันดับสาม (3) ด้านชื่อตรา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดในประเด็นชื่อตราอ่านออกเสียงง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ชื่อตราจดจำง่าย เป็นอันดับสอง และชื่อตราสื่อถึงความเป็นไทย เป็นอันดับสาม ส่วนการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และชื่อตราของเครื่องปรุงกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์เครื่องปรุงทั้งด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านชื่อตรา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องปรุงของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากผลการวิจัยดังกล่าวจึงมีแนวโน้มว่าหากนำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบและใช้ชื่อตรา "ไทยเมด" ไปบรรจุเครื่องปรุงแล้วนำไปทดสอบตลาดจะทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจที่จะซื้อไปทดลองบริโภคได้ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านรสชาติของเครื่องปรุงด้วย

เอกสารอ้างอิง

งามทิพย์ ภู่วโรดม. (2554). *การบรรจุอาหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จารุวรรณ เจตเกษกิจ. (2552). *นวัตกรรมเครื่องปรุงรส ใส่รสชาติใหม่ให้ชีวิตด้วยแนวคิดสร้างสรรค์. อุตสาหกรรมสาร, 52* (มกราคม-กุมภาพันธ์) : 29-31.

ชมจันทร์ ดาวเดือน, เกสร ธิตะจารี, นิรัช สุดสังข์ และศุภรัก สุวรรณวัจน์. (2557). ผลการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรไทย. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 5*(2), 86-102.

ฐานเศรษฐกิจ. (2559). *จับตากลุ่มสินค้าซอสปรุงรส ขยายตัวก้าวกระโดด.* ค้นเมื่อ 27 เมษายน 2559, จาก http:// www.thansettakij.com/index.php/content/48486.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS ครอบคลุมทุกเวอร์ชั่น* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ธนาคารไทยพาณิชย์ (2560). *ปรุงรส ปรุงสุขภาพ มัดใจแม่บ้านยุคใหม่.* ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2560 , จาก https://www. scbeic.com/th/detail/file/product/4019/eu80p1jztw/Note_TH-_Sauce-dressing-and-condiments_20171004.pdf.

นคเรศ ชัยแก้ว, อุดมศักดิ์ สาริบุตร, สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ และผดุงชัย ภู่พัฒน์. (2556). การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง จังหวัดลำพูน. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3*(2), 86-95.

นพวรรณ ชีวอารี. (2555). *การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม.* ปริญญานิพนธ์ ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นัทธ์หทัย เถาตระกูล. (2562). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 11*(2), 100-117.

ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ปราณี หลำเบ็ญสะ. (2559). *การหาคุณภาพของเครื่องมือวัดและประเมินผล*. ยะลา : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ปัทมาพร ท่อชู. (2559). การทำความเข้าใจ การออกแบบการบรรจุภัณฑ์. *Industrial Technology Review, 22*(281), 100-106.

รัชฎาพร ใจมั่น, ปลูกเกษม ซูตระกูล และพัชราภา ศักดิ์โสภิณ. (2559). *การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบชุดสำหรับผลิตภัณฑ์นราขนมไทย*. การประชุมวิชาการระดับชาติ “นเรศวรวิจัย” ครั้งที่ 12 วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ. วันที่ 21-22 กรกฎาคม 2559 ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 1833-1845.

ศรัณยพงศ์ เที่ยงธรรม. (2559). *ปฐมบทเรื่อง BRAND/BRANDING: การตั้งชื่อตรา.* Marketeer. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2559, จาก http://marketeer.co.th/archives/71432.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปณิศา มีจินดา. (2554). *การบริหารตราเชิงกลยุทธ์และการสร้างคุณค่าตรา*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร. (2561). *ตลาดเครื่องปรุงรสในประเทศ*. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2561, จาก http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=174.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). *Brand สำคัญมากนะ จะบอกให้*. ค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2559, จาก http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1480.

สุกฤตา หิรัณยชวลิต. (2554). กว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์. *วารสารนักบริหาร, 31*(2), 241-247.

อุไรพร สุขเติม. (2550). *การตั้งชื่อตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์สิ่งทอไหมอีรี่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Ares, G. & Deliza, R. (2010). Studying the influence of package shape and color on consumer expectations of milk desserts using word association and conjoint analysis. *Food Quality and Preference, 21*(8), 930-937.

Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action*. Ohio : South Western.

Azzi, A., Battinia, D., Persona, A. & Sgarbossa, F. (2012). Packaging design: General framework and research agenda. *Packaging Technology and Science, 25*, 434-456.

Clement, J., Kristensen, T., & Grønhaug, K. (2013). Understanding consumers' in-store visual perception: The influence of package design features on visual attention. *Journal of Retailing and Consumer Services,* 20(2), 234-239.

Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2007). *Marketing* (14th ed.). Boston : McGraw-Hill.

Jerzyk, E. (2016). Design and communication of ecological content on sustainable packaging in young consumers' opinions. *Journal of Food Products Marketing, 22*(6), 707-716.

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management* (3rd ed.). New Jersey : Prentice-Hall.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing* (15th ed.). Boston : Pearson Education.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Boston : Pearson Higher Education.

Krishna, A., Cian, L., & Aydinoglu, N. Z. (2017). Sensory aspects of package design. *Journal of Retailing, 93*(1), 43-54.

Perreault, W. D., Cannon, J. P., & McCarthy, E. J. (2017). *Essentials of marketing: A marketing strategy planning approach* (15th ed.). New York : McGraw-Hill.

Pride, W. M., Ferrell, O. C., Lukas, B. A., Schembri, S., & Niininen, O. (2015). *Marketing principles* (2nd ed.). China : Cengage.

Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). London : Pearson Education.

Timney, T. & Chamberlain, P. (2017). Integrated package design: an interdisciplinary approach to package design that benefits consumer experience and brand perception. *Computer-Aided Design & Applications, 14*, 33-40.

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

The Analysis of the Relationship Between Financial Factors and Industrial Concentration of Commercial Banks in Thailand

กัญญารัตน์ ไชยสงคราม* ชิดชนก วงศ์เครือ[2] อารยา อริยา[3] จิระประภา คำราช[4] และประเสริฐ ยังปากน้ำ[5]

Kanyarut Chaisongkram* Chitchanok Wongkhrua[2] Araya Ariya[3] Chiraprapa Kamrach[4] and Prasert Yongpaknam[5]

Received : September 30, 2019 Revised : March 7, 2020 Accepted : March 31, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างของตลาดธนาคารพาณิชย์ พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ตามทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปีพ.ศ. 2543 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2562 รวมทั้งหมด 74 ค่าสังเกต โดยใช้แบบจำลองเวกเตอร์ออโตรีเกรสซีพ ผลการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสปัจจุบัน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในไตรมาสที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังพบว่า การจุกตัวของธนาคารพาณิชย์ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีเพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลกระทบ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสที่ผ่ามา

คำสำคัญ : การกระจุกตัวอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ โครงสร้างตลาด เวกเตอร์ออโตรีเกรซซีพ

---

*,2,3,4,5 อาจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจและภาครัฐ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

*,2,3,4,5 Lecture, Business and Public Sector Economics Program, Management Sciences School, Lampang Rajabhat University

Abstract

The research objective is to analyze the commercial bank structure, firm's behavior, performance report of commercial banks following by commercial bank theory and analyzing the correlation of financial factors and commercial bank concentration in Thailand. Seventy-four observations are the quarter time-series form the third quarter in 2000 to the second quarter in 2019. These data are run with Vector Regressive model. The results show that the factor affecting commercial banks concentration are 1) loan rate 2) commercial banks' concentration 3) deposit rate and 4) return on assets in the previous quarter. The factor affecting loan rate is the loan rate and deposit rate in the previous quarter. In addition, the commercial banks' concentration and return on assets in the previous quarter have affected the return on assets. The factor affecting the deposit rate is the only loan rate in the last quarter.

Keywords : Industrial Concentration of Commercial Bank, Market Structure, Vector Autoregressive

1. บทนำ

ธนาคารพาณิชย์ถือเป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทสำคัญในการทำให้ระบบการเงินและเศรษฐกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างราบรื่นและต่อเนื่องรวมถึงเป็นช่องทางหลักในการส่งผ่านการดำเนินนโยบายการเงินของทางการ โดยการดำเนินนโยบายทางการเงินธนาคารกลางจะเปลี่ยนแปลงอัตราดอกเบี้ยนโยบายซึ่งจะส่งผลต่อช่องทางการส่งผ่าน 5 ช่องทางหลัก ได้แก่อัตราดอกเบี้ย สินเชื่อ ราคาสินทรัพย์ อัตราแลกเปลี่ยน และการคาดการณ์ของประชาชน โดย ช่องทางอัตราดอกเบี้ย เป็นช่องทางส่งผ่านที่สำคัญที่สุดในปัจจุบัน โดยหากคณะกรรมการนโยบายการเงินประกาศลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย อัตราดอกเบี้ยในตลาดเงินและของธนาคารพาณิชย์ก็จะปรับลดลงตาม ทั้งในส่วนของดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ ซึ่งอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่ลดลงทำให้ผู้ประกอบการมีแรงจูงใจที่จะกู้ยืมเพื่อลงทุนมากขึ้น ขณะเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่ต่ำลงก็จะลดแรงจูงใจของประชาชนที่จะนำเงินมาฝากออมไว้กับธนาคาร และอาจนำเงินเหล่านั้นไปจับจ่ายใช้สอยแทน ดังนั้น ในภาพรวม อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำลงจึงช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเงินเฟ้อ ตรงกันข้าม หากอัตราดอกเบี้ยนโยบายปรับสูงขึ้น กิจกรรมทางเศรษฐกิจก็จะมีแนวโน้มชะลอลง จะเห็นว่าหากธนาคารพาณิชย์ขาดเสถียรภาพทั้งจากการได้รับผลขาดทุน หรือการมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อระบบการเงินและเศรษฐกิจโดยรวม ผลกระทบที่เกิดขึ้นอาจจะอยู่ในรูปของการที่ผู้ฝากเงินรวมกันถอนเงินอย่างกะทันหัน หรือที่เรียกว่า Bank Run จนอาจแพร่กระจายไปสู่สถาบันการเงินอื่นในระบบ รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อการทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการส่งผ่านเงินทุนระหว่าง “ผู้ออมและผู้กู้” และทำให้ภาคธุรกิจจริงประสบปัญหาจนทางการอาจต้องใช้เงินทุนจากภาษีของประชาชนในการช่วยเหลือธนาคารพาณิชย์ที่ประสบปัญหาความเสียหายจากความไม่มั่นคงดังกล่าว ทำให้ทางการมีหน้าที่ต้องกำกับดูแลธนาคารพาณิชย์โดยออกกฎเกณฑ์หรือเงื่อนไขการเข้าไปตรวจสอบการดำเนินงาน เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์มีระบบการบริหารความเสี่ยงที่ดีและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่เหมาะสม นอกเหนือจากการกำกับดูแลของทางการเพื่อป้องกันผลกระทบจากการขาดเสถียรภาพของธนาคารพาณิชย์ต่อระบบการเงินและเศรษฐกิจแล้ว ธนาคารพาณิชย์ก็ต้องดำเนินการเพื่อจัดให้มีระบบการบริหารความเสี่ยงอย่างเพียงพอที่ทำให้การดำเนินธุรกิจของตนมีกำไร และควบคุมความเสี่ยงที่เผชิญให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

ธนาคารพาณิชย์เป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง ดังนั้น เป้าหมายของการบริหารธนาคารพาณิชย์ก็เช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ คือการแสวงหากำไรสูงสุดให้แก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นนั่นเอง ภายใต้สภาพคล่องและเงินกองทุนที่มีอยู่ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป้าหมายของการบริหารธนาคารพาณิชย์ คือการที่ผู้บริหารธนาคารต้องตัดสินใจบริหารธนาคารที่จะทำให้ราคาหุ้นของธนาคารสูงสุด นั่นคือ ผู้บริหารธนาคารต้องรับผิดชอบต่อเจ้าของธนาคาร ซึ่งได้แก่ผู้ถือหุ้นโดยทำกำไรให้ได้สูงสุดนั่นเอง อย่างไรก็ตาม นอกจากการแสวงหากำไรสูงสุดแล้ว ธนาคารพาณิชย์อาจมีเป้าหมายอื่น ๆ อีก เช่น การสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของธนาคาร การสร้างความมั่นคงของธนาคาร เป็นต้น นอกเหนือจากบทบาทที่สำคัญของธนาคารพาณิชย์ที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจตามที่ได้กล่าวมา ยังพบว่ามีการศึกษาที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจธนาคารพาณิชย์โดยทำการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีธุรกิจการธนาคารพาณิชย์ ซึ่งทำการศึกษาตามแบบจำลอง โครงสร้างการตลาด พฤติกรรมของหน่วยผลิต ผลการการดำเนินงาน (S-C-P model) ได้แก่การศึกษาของ Muhammad Tahir, Syed Sadaqat Ali Shah และ Muhammad Asim Afridi (2016) ที่ทำการศึกษาลักษณะของการแข่งขันในภาคธนาคารของประเทศปากีสถาน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาของNafisah Mohammed, Abdul Ghafar Ismail และJunaina Muhammad (2015) ซึ่งทำการศึกษาการกระจุกตัวของตลาดในสองระบบธนาคารของประเทศมาเลเซีย และการศึกษาของ Habib Hussain Khan , Ali M. Kutan , Rubi Binti Ahmad และ Chan Sok Gee (2017) ศึกษาการกระจุกตัวของธนาคารที่สูงขึ้นลดระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรมการธนาคารหรือไม่? หลักฐานเพิ่มเติมจากตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นการศึกษาผ่านทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ โดยทำการศึกษาในเรื่องโครงสร้างการตลาด พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ นอกจากการศึกษาผ่าน S-C-P model ยังทำการศึกษาปัจจัยหรือผลกระทบที่ส่งผลต่อโครงสร้างของธนาคารพาณิชย์หรือระดับการแข่งขันของธนาคารพาณิชย์ ได้แก่การศึกษาของ Nafisah Mohammed, Abdul Ghafar Ismail และ Junaina Muhammad (2015) การศึกษาของ Malgorzata Pawlowska (2016) และการศึกษาของ Enzo Dia และ David VanHoose (2018) โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ได้แก่ วิธี OLS และวิธี Generalized method of moments (GMM) จากการศึกษาที่ผ่านมาและความสำคัญของบทบาทของธนาคารพาณิชย์ ในประเทศไทยยังไม่มีการศึกษาโครงสร้างของตลาดธนาคารพาณิชย์ พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการการดำเนินงาน ตามทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้จะทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยปัจจัยทางการเงินที่นำมาศึกษาได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นต้นทุนของธนาคารพาณิชย์ที่จะต้องจ่ายให้กับผู้ฝากเงิน อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นรายได้ของธนาคารพาณิชย์ และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรจากสินทรัพย์ที่มีอยู่ของธนาคารพาณิชย์ โดยจะทำการศึกษาผ่านแบบจำลอง เวกเตอร์ออโตรีเกรสซีพ (VAR) เนื่องจากข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา และแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองที่สามารถศึกษาผลของตัวแปรในอดีตของตัวแปรเองที่ส่งผลต่อตัวแปรในปัจจุบันได้ ดังนั้นเพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินนโยบายทางการเงินและการกำกับดูแลของธนาคารพาณิชย์ในประเทศ ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศ ในการส่งผ่านนโยบายทางการเงินผ่านธนาคารพาณิชย์ จึงทำการศึกษาโครงสร้างของธนาคารพาณิชย์และผลการดำเนินงาน โดยใช้แบบจำลอง เวกเตอร์ออโตรีเกรสซีพ และ S-C-P Model มาทำการศึกษาในครั้งนี้

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของงานวิจัย

2.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

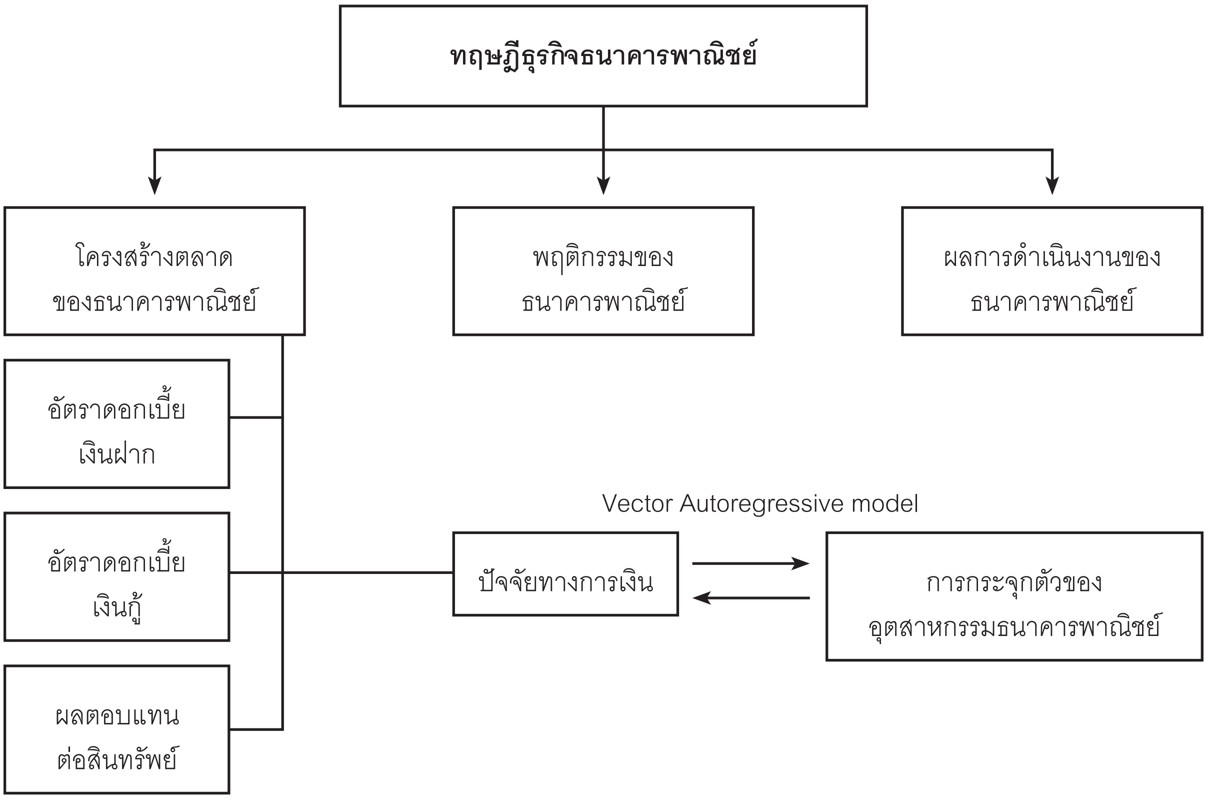
1) วิเคราะห์โครงสร้างของตลาดธนาคารพาณิชย์ พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ตามทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์

2) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

ในการวิจัยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจากวัตถุประสงค์สามารถสรุปกรอบแนวคิดจากการวิจัยได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

กรอบแนวคิดการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย



2.2 ทฤษฎีของธุรกิจการธนาคารพาณิชย์ (The Theory of the Banking Firm)

ระบบธนาคารพาณิชย์ (Banking System) ถือเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ดังที่เรียกเป็นภาษาอังกฤษว่า “Banking Industry” ทั้ง ๆ ที่ไม่ได้ผลิตสินค้าที่นำไปอุปโภคบริโภคได้ดังเช่นธุรกิจอื่น ๆ หากทว่าธนาคารพาณิชย์ให้บริการทางด้านการเงิน เวลาที่เราได้ยินคำว่า “อุตสาหกรรม” เรามักนึกถึงโรงงานเครื่องจักรขนาดใหญ่และมีการผลิตสินค้าที่จับต้องได้ออกมาขายสู่ตลาด ถึงแม้ว่าธนาคารพาณิชย์ไม่ได้ใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่ แต่ก็ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง เพราะว่าธนาคารพาณิชย์เหมือนกับธุรกิจอื่น ๆ ตรงที่ว่า ธนาคารพาณิชย์มีการใช้ปัจจัย

การผลิตไม่ว่าจะเป็นที่ดิน แรงงาน ทุน และผู้ประกอบการ แล้วนำไปผ่านกระบวนการผลิตจนได้ผลผลิต สำหรับในหัวข้อนี้เป็นการอธิบายโมเดล โครงสร้างตลาด พฤติกรรมของหน่วยผลิต ผลการดำเนินงาน หรือ Structure-Conduct-Performance (S-C-P) ซึ่งมีกรอบในการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

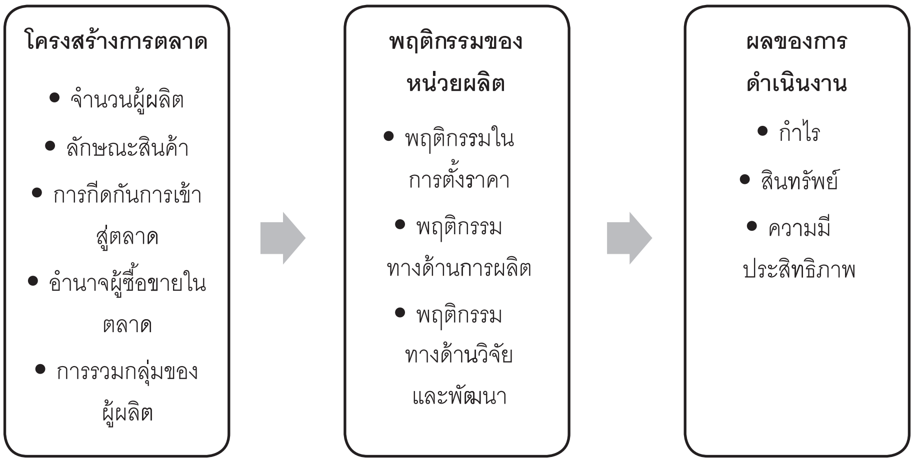
เนื่องจากธุรกิจการธนาคารพาณิชย์เป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง ดังนั้น เราสามารถนำทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคที่ใช้วิเคราะห์อุตสาหกรรมอื่น ๆ มาวิเคราะห์ระบบธนาคารพาณิชย์ได้ ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในหัวข้อนี้คือแนวคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของโครงสร้างการตลาด พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการดำเนินงาน หรืออาจรวมกันเรียกว่า Structure-Conduct-Performance (S-C-P) model

Structure-Conduct-Performance (S-C-P) model ถือว่าโครงสร้างการตลาดเป็นปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของหน่วยผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของหน่วยผลิตและอุตสาหกรรมต่อไป และในขณะเดียวกันผลของการดำเนินงานและพฤติกรรมของหน่วยผลิต ก็มีผลย้อนกลับมามีส่วนในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการตลาดไปด้วย ตาม Structure-Conduct-Performance (S-C-P) model พฤติกรรมของผู้ผลิตแต่ละรายซึ่งในกรณีนี้คือธนาคารพาณิชย์ จะถูกกำหนดโดยปัจจัยต่อไปนี้ เช่น จำนวนผู้ผลิต จำนวนลูกค้า และอุปสรรคในการเข้ามาเปิดกิจการ เป็นต้น

รูปภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่าในการวิเคราะห์เรื่องโครงสร้างตลาดนั้นจำเป็นต้องศึกษาประเด็นใดบ้าง ในการจะตอบคำถามว่าธุรกิจธนาคารพาณิชย์อยู่ในโครงสร้างตลาดแบบใดนั้น เราต้องพิจารณาปัจจัยที่อยู่ภายใต้โครงสร้างการตลาด ดังต่อไปนี้ (เพลินพิศ สัตย์สงวน, 2554)

รูปภาพประกอบ 2

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาด พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการดำเนินงาน



การกระจุกตัวของธุรกิจการธนาคารพาณิชย์

เราสามารถใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมดั้งเดิมหรือ S-C-P Approach มาวัดการกระจุกตัวของธุรกิจการธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีวิธีวัดที่นิยมกัน 2 วิธี คือ

Concentration Ratio (CR)

สูตรการคำนวณ $$CR_n = \sum_{i=1}^{N} S_i$$

โดยที่ $0 \leq CR_n \leq 100$

S_i คือส่วนแบ่งการตลาดของธนาคารที่ i

n คือจำนวนธนาคารที่ใช้ในการคำนวณ

1. Herfindahl-Hirschman Index (HHI) เป็นดัชนีที่ใช้วัดขนาดของบริษัทเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรม และเป็นตัวบ่งชี้ถึงการแข่งขันระหว่างบริษัท ซึ่งสามารถคำนวณโดยสูตรดังต่อไปนี้

สูตรการคำนวณ $$HHI = \sum_{i=1}^{N} S_i^2$$

โดยที่ $0 \leq HHI \leq 1$

N จำนวนผู้ผลิตทั้งหมดในตลาด (เพลินพิศ สัตย์สงวน, 2554)

2.3 แหล่งที่มาเงินทุนของธนาคารพาณิชย์

แหล่งที่มาของเงินทุนประกอบ ด้วยเงินฝาก บัญชีทุนของธนาคารพาณิชย์ และเงินกู้ยืมจากแหล่งอื่น แหล่งที่มาของเงินทุนที่ใหญ่ที่สุดคือ เงินฝากประเภทต่าง ๆ ของธนาคารพาณิชย์และผู้ฝากเงินรายใหญ่ก็คือเอกชนในประเทศ แหล่งที่มาของเงินทุนที่สำคัญ ของธนาคารพาณิชย์ จึงประกอบด้วย

2.3.1 เงินกองทุน คือ มูลค่าของสินทรัพย์ ที่เหลือจากหักชำระหนี้แก่บุคคลภายนอกทั้งหมดแล้ว เงินกองทุนของธนาคารพาณิชย์ประกอบด้วย

- มูลค่าที่หุ้นชำระแล้ว
- เงินสำรองต่าง ๆ เช่น เงินสำรองค่าเสื่อมหรือหนี้สูญ เงินสำรองตามกฎหมาย เงินสำรองกำไรสะสม
- กำไรที่ยังไม่ได้รับการจัดสรรประจำปี

เงินกองทุนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำรงไว้ซึ่งระบบการธนาคารที่มั่นคงให้ความมั่นใจแก่ผู้ฝากเงินและเจ้าหนี้ต่าง ๆ ของธนาคาร ให้ปลอดภัยจากการสูญเสียที่จะเกิดขึ้นกับเงินฝาก และสิทธิเรียกร้องใด ๆ ที่มีธนาคารนั้น ๆ เมื่อดำเนินงานล้มเหลวและขาดทุน เงินกองทุนซึ่งเป็นส่วนของเจ้าของจะสามารถรับภาระผลสูญเสียที่เกิดขึ้นได้โดยไม่กระทบกระเทือนกับผู้ฝากเงินหรือเจ้าหนี้ หากธนาคารมีทุนน้อย ผลสูญเสียที่เกิดขึ้นย่อมกระทบกระเทือนเจ้าหนี้และผู้ฝากเงินได้มาก

2.3.2 เงินขอกู้ (Borrowings) ธนาคารพาณิชย์บริหารสภาพคล่องได้ด้วยการขอกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินทุนที่สำคัญเป็นอันดับสอง เช่น กู้จากเงินสดสำรองส่วนเกินของธนาคารอื่น หรือกู้โดยออกบัตรเงินฝาก หรือการกู้ยืมภายใต้สัญญาซื้อคืน

2.3.3 เงินฝาก การรับฝากเงินและการใช้ประโยชน์จากเงินฝากนั้น

2.3.4 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เป็นรายได้ของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งได้มาจากการให้สินเชื่อ (พรนพ พุกกะพันธุ์ และประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์, 2544)

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ 19 ธนาคาร อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เฉลี่ยของทุกประเภท อัตราดอกเบี้ยเงินฝากเฉลี่ย และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ซึ่งเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปีพ.ศ. 2543 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2562 รวมทั้งหมด 74 ค่าสังเกต โดยทำการรวบรวมข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบจำลอง Vector Auto Regressive และเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งมีขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทดสอบ Unit Root ของตัวแปร การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ โดยวิธี ADF Test ถ้าข้อมูลมีความนิ่ง (Stationary) โดยที่มี Order of Integration เท่ากับ 0 หรือ I(0) ก็สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ผลได้ แต่หากข้อมูลไม่นิ่ง ให้ปรับข้อมูลในนิ่ง ที่ระดับ I(1)

ขั้นตอนที่ 2 หาความล่าช้า (Lag) ที่เหมาะสม โดยใช้วิธีการ AIC และ SC ในการทดสอบโดยจะเลือกจำนวน Lag จากค่าที่มีค่าน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ โดย แบบจำลอง Vector Autoregressive โดยใช้ข้อมูล y_t ดังนี้ (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์,2547)

$$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 y_{t-1} + \alpha_2 y_{t-2} + \ldots + \alpha_p y_{t-p} + \varepsilon_t$$

โดยที่ y_t คือ เวกเตอร์ของตัวแปรที่ทำการศึกษา ณ เวลา t ดังนั้น

α_i คือเวกเตอร์ของเทอม intercept

$y_{t-1},\dots,y_{t-p}$ คือเวกเตอร์ของตัวแปรที่ทำการศึกษา ณ เวลา t -1 ถึง t-p

p คือ จำนวน lag

ε_t คือเวกเตอร์ของค่าคลาดเคลื่อน $u_t | s_t \sim N\left(0, \Sigma_{s_t}\right)$

ขั้นตอนที่ 4 เลือกแบบจำลองที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากค่า AIC ที่ต่ำที่สุด

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

4.1.1 ผลการศึกษาโครงสร้างตลาด

ทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เป็นการนำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาคมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการอธิบายโมเดลโครงสร้างการตลาด-พฤติกรรมของหน่วยผลิต-ผลของการดำเนินงาน หรือ Structure-Conduct-Performance Model

การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธนาคารพาณิชย์จะพิจารณาเช่นเดียวกับตลาดสินค้าและบริการ ซึ่งได้แก่ จำนวนผู้ผลิต ลักษณะสินค้า การกีดกันการเข้าสู่ตลาด อำนาจผู้ซื้อขายในตลาด และการรวมรวมของผู้ผลิต ในปี พ.ศ.2562 มีธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยจำนวน 22 ธนาคาร ดังนี้ต่อไปนี้ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562)

1. ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
2. ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
3. ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
4. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
5. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)
6. ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)
7. ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)
8. ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)
9. ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
10. ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน)
11. ธนาคารธนชาต จำกัด (มหาชน)
12. ธนาคารทิสโก้ จำกัด (มหาชน)
13. ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน)
14. ธนาคารไอซีบีซี (ไทย) จำกัด (มหาชน)
15. ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน)
16. ธนาคารไทยเครดิต เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน)
17. ธนาคาร เอไอจี เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน)
18. ธนาคารเมกะ สากลพาณิชย์ จำกัด (มหาชน)
19. ธนาคารจีอี มันนี่ เพื่อรายย่อย จำกัด (มหาชน)
20. ธนาคารแห่งประเทศจีน(ไทย) จำกัด (มหาชน)
21. ธนาคารเอเอ็นแซด (ไทย) จำกัด (มหาชน)
22. ธนาคารซูมิโตโม มิตซุย ทรัสต์ (ไทย) จำกัด (มหาชน)

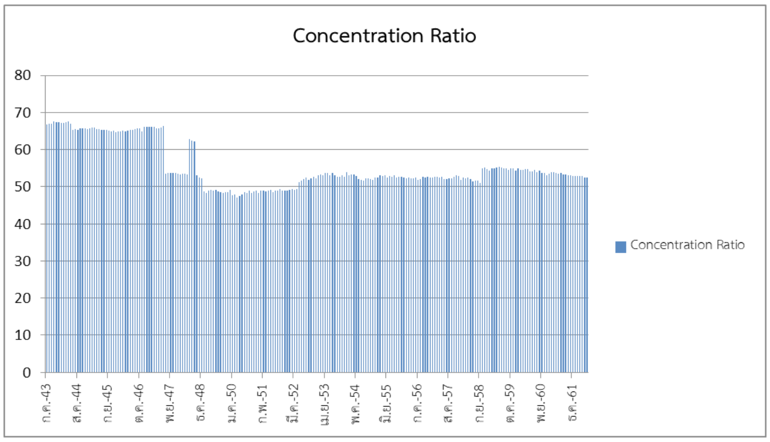
จากข้อมูลของจำนวนธนาคารดังกล่าว ทำให้เราทราบว่าธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยไม่ได้อยู่ในตลาดผูกขาด (Monopoly) เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยมีมากกว่า 1 ธนาคาร และไม่ได้อยู่ในตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competitive market) ทั้งนี้เพราะจำนวนธนาคารไม่ได้มีมากถึงหมื่นหรือแสนธนาคาร ซึ่งธนาคารพาณิชย์แต่ละแห่งมีอำนาจในการตั้งราคาในระดับหนึ่ง โดยธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยสามารถกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ตามที่ตนเห็นสมควรเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด (Maximize Profit)

เมื่อธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยไม่ได้จัดอยู่ในตลาดผู้ขาด (Monopoly) หรือตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect competitive) จึงเหลืออีกสองตลาดที่ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยจะจัดอยู่ได้ นั่นคือตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) หรือตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic competitive market) ซึ่งเราจะพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของแต่ละธนาคารโดยใช้แนวคิดจากเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมมาวัดการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีวิธีวัดที่นิยมใช้กัน 2 วิธี คือ Concentration Ratio (CR) และ Herfindahl-Hirschman Index (HHI)

เราสามารถคำนวณค่า Concentration Ratio (CR) และHerfindahl-Hirschman Index(HHI) ของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลด้านสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทย ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2543 ถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562 ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 3

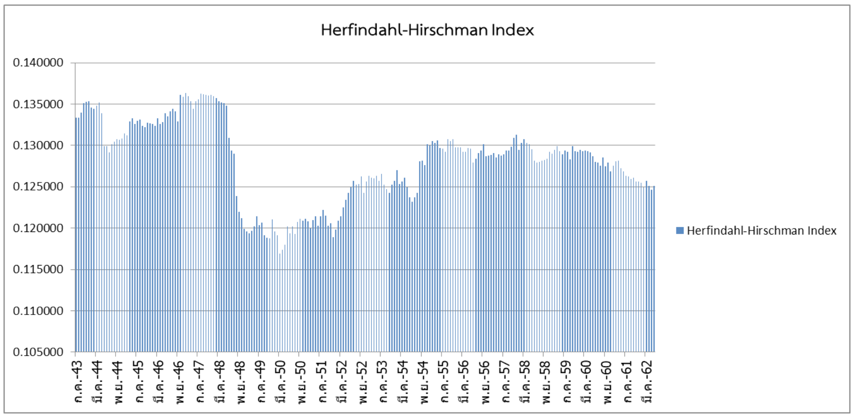
การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์โดยวิธี Concentration Ratio



จากการคำนวณค่า CH_4 ซึ่งบอกถึงการกระจุกตัวของ 4 ธนาคารขนาดใหญ่ จะเห็นว่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 4 ธนาคาร ตั้งแต่เดือนกรกฎคม พ.ศ. 2543 ถึง เดือนสิงหาคมพ.ศ. 2547 มีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าร้อยละ 60 หลังจากนั้นมีส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงมา และในช่วงปี พ.ศ.2548 ถึงปี พ.ศ.2551 มีส่วนแบ่งการตลาดต่ำกว่าร้อยละ 50 และเพิ่มขึ้น ซึ่งตั้งแต่ปีพ.ศ.2552 จนถึง เดือนมิถุนายน พ.ศ.2562 มีส่วนแบ่งการตลาดสูงกว่าร้อยละ 50 ซึ่งถ้าหากเราใช้เกณฑ์ของประเทศสหรัฐอเมริกาในการพิจารณาโครงสร้างตลาด ซึ่งระบุว่า ถ้า CH_4 มีค่าเกินร้อยละ 40 ถือว่ามีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดผู้ขายน้อยราย และถ้าค่า CH_4 มีค่าต่ำกว่าร้อยละ 40 ถือว่าอยู่ในโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด ดังนั้นหากเราใช้เกณฑ์ของประเทศสหรัฐอเมริกาจะได้ว่าธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยอยู่ภายใต้โครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย

รูปภาพประกอบ 4

การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์โดยวิธี Herfindahl-Hirschman Index



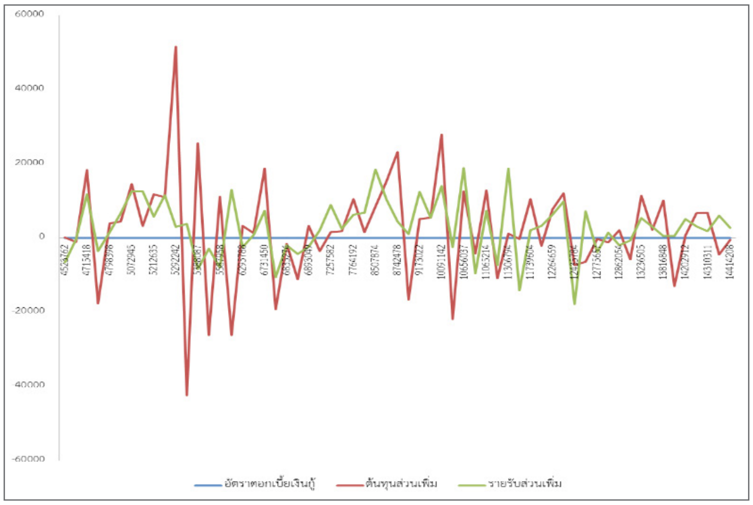
สำหรับการคำนวณการกระจุกตัวโดยใช้วิธี Herfindahl-Hirschman Index (HHI) จะเป็นตัววัดที่ดีกว่า Concentration Ratio (CR) เนื่องจากว่า HHI ได้นำเอาขนาดของบริษัทเข้ามาพิจารณาด้วย กล่าวคือจะนำข้อมูลสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์มาคำนวณหาค่าการกระจุกตัว ซึ่งจากรูปภาพประกอบ4 จะเห็นว่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์มีลักษณะการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการคำนวณ CH_4 แต่มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่คลายคลึงการกล่าวคือ ในช่วงปี พ.ศ.2548 ส่วนแบ่งการตลาดของธนาคารพาณิชย์มีลักษณะลดลงไปจนถึงปี พ.ศ.2551 และหลังจากนั้นก็เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2552 ซึ่งถ้าหากเราดูค่า HHI ที่คำนวณได้ จะพบว่ามีค่าค่อนข้างต่ำที่ประมาณ 0.1 แสดงว่าการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยไม่สูงมากนักและมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นธุรกิจธนาคารพาณิชย์ในช่วงนั้นถือว่าอยู่ในโครงสร้างตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด

4.1.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของหน่วยผลิต

ต่อไปเราจะพิจารณาพฤติกรรมของหน่วยผลิตว่าเป็นไปตามทฤษฎีธุรกิจการธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยอยู่ภายใต้โครงสร้างตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ซึ่งจากทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ภายใต้โครงสร้างตลาดที่มีการแข่งขันไม่สมบูรณ์จะขึ้นอยู่ปริมาณสินเชื่อที่ปล่อยกู้ ซึ่งปริมาณเงินกู้ที่ทำให้ธนาคารได้รับกำไรสูงสุดจะอยู่ ณ ระดับต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost of Loans) เท่ากับรายรับส่วนเพิ่ม (Marginal Revenue) และธนาคารพาณิชย์จะกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ตามปริมาณความต้องการกู้เงิน (อุปสงค์เงินกู้) ซึ่งจะได้กราฟการกำหนดขึ้นเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นดังนี้

รูปภาพประกอบ 5

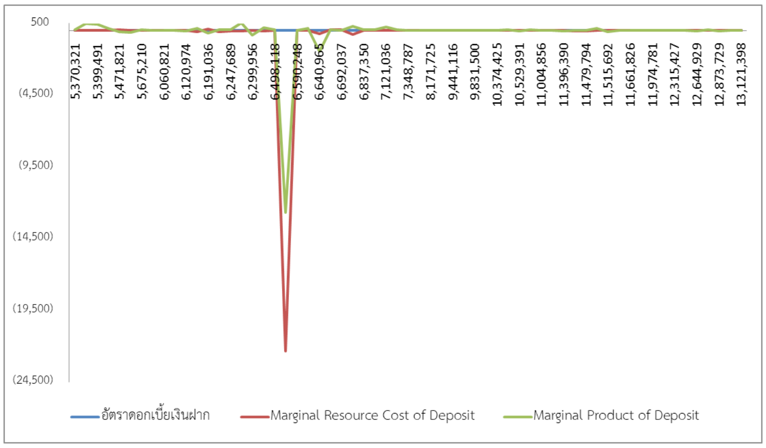
กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ต้นทุนส่วนเพิ่ม และรายรับส่วนเพิ่ม



สำหรับการกำหนดขึ้นเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและปริมาณเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในตลาดที่ไม่มีการแข่งขันสมบูรณ์นั้น จะพิจารณารายรับของธนาคารที่เพิ่มขึ้น (The Marginal Product of Deposit) และต้นทุนเพิ่มขึ้นของเงินฝาก (Marginal Resource Cost of Deposit) โดยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจะขึ้นอยู่กับปริมาณของเงินฝาก (อุปทานของเงินฝาก) ซึ่งจะได้กราฟการกำหนดขึ้นเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นดังนี้

รูปภาพประกอบ 6

กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ต้นทุนเพิ่มขึ้นของเงินฝาก และรายรับของธนาคารที่เพิ่มขึ้น

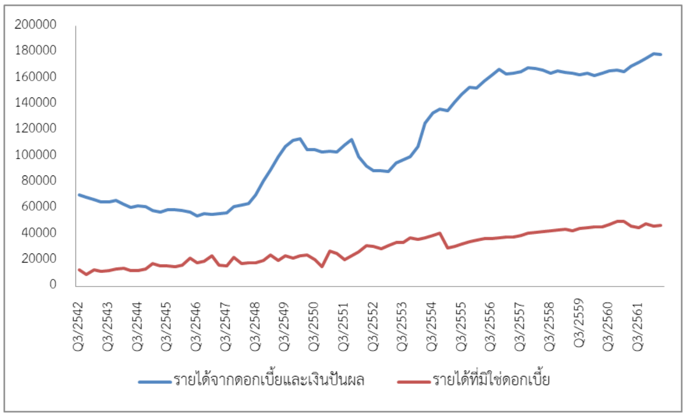


4.1.3 ผลการศึกษาผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยได้รายได้จากดอกเบี้ยและเงินปันผลเป็นรายได้ที่สำคัญที่สุด ซึ่งได้มาจากดอกเบี้ยรับจากการปล่อยกู้ให้กับภาคธุรกิจและครัวเรือน รายการระหว่างธนาคารและตลาดเงิน การเช่าซื้อและสัญญาเช่าการเงิน และการนำเงินไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ โดยความแตกต่างระหว่างรายได้จากดอกเบี้ยและเงินปันผลกับรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย เป็นดังนี้

รูปภาพประกอบ 7

กราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้จากดอกเบี้ยและเงินปันผล และรายได้ที่ไม่ใช่ดอกเบี้ย

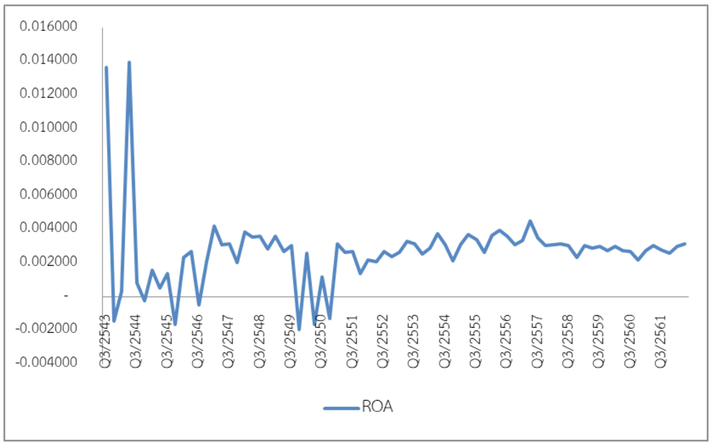


การพิจารณาผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์นอกจากจะพิจารณาจากรายได้สุทธิซึ่งหาได้จากรายได้จากผลการดำเนินงานหักค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน ภาษี และเงินสำรองเผื่อหนี้สูญ ยังสามารถพิจารณาได้จากผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets –ROA) จากรูปภาพประกอบ 8 จะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยในช่วงไตรมาสที่3 ปี 2544 ผู้บริหารของธนาคารพาณิชย์ได้ใช้สินทรัพย์ของธนาคารได้มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งสอดคล้องจากการรายงานสภาวะเศรษฐกิจของภาคการเงินพบว่า

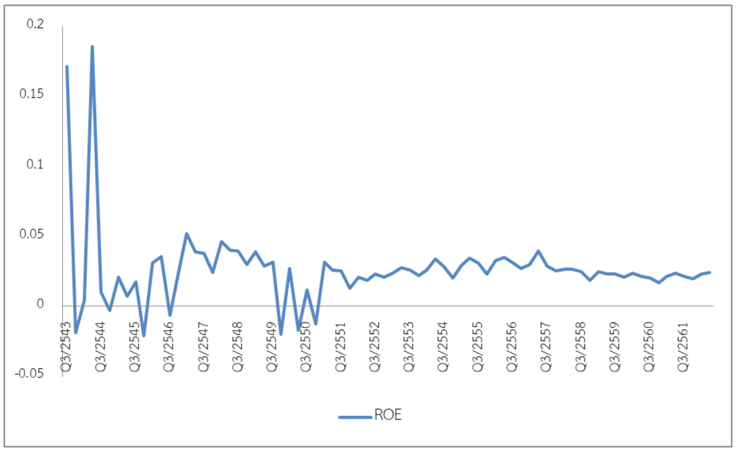
สภาพคล่องภาคการเงินของธนาคารยังอยู่ในระดับสูงเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปีไตรมาสที่ 1 ปี 2554 จากสภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวจึงทำให้ ธนาคารพาณิชย์ยังระมัดระวังการปล่อยกู้ยืมเงิน แต่ในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2549 ถึงไตรมาสที่ 3 ปี 2550 จะเห็นว่าค่าผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีลักษณะต่ำลง เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มีการปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเพื่อรักษาระดับของเงินฝาก รวมถึงการลดลงของสินเชื่อที่ให้แก่สถาบันการเงินอื่นและการชะลอตัวลงของสินเชื่อที่ให้แก่ภาคธุรกิจ

อย่างไรก็ตามถึงแม้ตัวเลขของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets –ROA)จะมีประโยชน์ แต่ไม่เป็นที่สนใจของผู้เป็นเจ้าของธนาคารหรือผู้ถือหุ้นของธนาคาร ข้อมูลที่ผู้ถือหุ้นของธนาคารสนใจคือ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity :ROE) ซึ่งคำนวณได้โดยนำเอาเงินทุนของธนาคารไปหารรายได้สุทธิ โดยอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นของธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศ จากรูปภาพประกอบ 9 จะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นมีลักษณะเดียวกับอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้บริหารมีการใช้สินทรัพย์อย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้อัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นดีไปอีกด้วย

รูปภาพประกอบ 8 กราฟผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

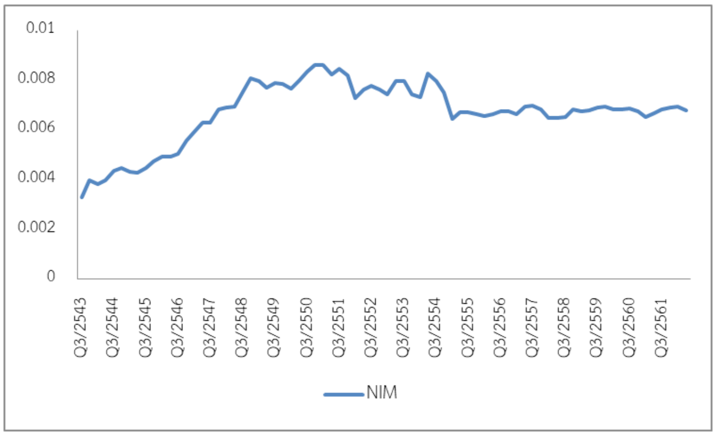


รูปภาพประกอบ 9 กราฟอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น



นอกจากข้อมูลผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets –ROA)และ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return on Equity :ROE) ยังมีข้อมูลอีกตัวหนึ่งที่นักวิเคราะห์ทางการเงินใช้ในการดูถึงผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์ นั่นคือ Net Interest Margin :NIM ซึ่งหาได้จากความแตกต่างระหว่างดอกเบี้ยรับกับดอกเบี้ยจ่ายหารด้วยสินทรัพย์ โดยจากรูปภาพประกอบ 10 จะเห็นว่าลักษณะผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์มีผลประกอบการที่สูงขึ้นตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี 2543 ถึง ไตรมาสที่ 3 ปี2548 จากนั้นมีลักษณะคงที่ และมีลักษณะต่ำลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงไตรมาสที่3 ปี 2554

รูปภาพประกอบ 10 กราฟ Net Interest Margin



4.2 ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

การศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยใช้แบบจำลอง VAR ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 จะทำการศึกษาโดยใช้ตัวแปร การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ (HHI) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ $(LOAN)$ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก (DEP) และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปีพ.ศ. 2543 ถึงไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2562 รวมทั้งหมด76ค่าสังเกต มาใช้ในการศึกษา ซึ่งจากการศึกษาด้วยวิธีการทางสถิติ และเครื่องมือทางเศรษฐมิติตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้อาศัยข้อมูลอนุกรมเวลามาใช้ในการศึกษา ซึ่งข้อมูลอาจมีลักษณะไม่นิ่งและทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์และให้ผลการศึกษาได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ดังนั้นก่อนการนำข้อมูลไปวิเคราะห์และให้ผลการศึกษาจึงต้องมีการทดสอบความนิ่งของข้อมูลเพื่อดูว่าข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษามีลักษณะนิ่งหรือไม่ก่อนจะมีการนำข้อมูลไปศึกษาในขั้นตอนต่อไป ซึ่งการทดสอบความนิ่งของข้อมูลในครั้งนี้ทดสอบด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller (ADF) โดยแบ่งรูปแบบตามโครงสร้างได้เป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ None Intercept และ Trend and Intercept ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ณ ระดับ Level ข้อมูลที่นำมาทดสอบส่วนใหญ่มีลักษณะไม่นิ่ง จึงต้องทำการแก้ไขด้วยการทดสอบข้อมูลที่ระดับ Order of Integration ที่สูงขึ้นในลำดับต่อไป คือที่ระดับ Order of Integration เท่ากับ 1 หรือ I(1) จากการปรับข้อมูลให้อยู่ในระดับ I(1) และนำมาทดสอบ ความนิ่งของข้อมูล พบว่า ข้อมูลที่นำมาทดสอบสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักในการทดสอบความนิ่งของข้อมูล ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ0.01 ทั้งในโครงสร้างสมการทุกรูปแบบ ได้แก่ None Intercept และTrend and Intercept ดังตารางที่ 1 โดยสรุปแล้ว ข้อมูลที่นำมาใช้

ในการศึกษามีลักษณะนิ่งที่ระดับ I(1) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ดังนั้น สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ในแบบจำลอง VAR ในลำดับต่อไปได้

ตารางที่1 ตารางแสดงผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลโดยวิธี Augmented Dickey-Fuller

Variable	None		Intercept		Intercept and Trend	
	At Level	1st Diff	At Level	1st Diff	At Level	1st Diff
HHI	-0.6564	-5.5927***	-2.5179	-5.5927***	-2.4569	-5.5764***
LOAN	0.3959	-7.9373***	-1.7494	-7.9204***	-1.9857	-7.9098***
DEP	-1.7411*	-7.4388***	-3.0165**	-7.4348***	-2.8153	-7.4280***
ROA	-2.0381**	-9.9196***	-6.9349***	-9.8891***	-7.1526***	-10.016***

หมายเหตุ: *,**,*** คือระดับนัยสำคัญ 0.10 ,0.05 และ0.01 ตามลำดับ

ที่มา : จากการคำนวณ

4.2.2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบจำลอง Vector Autoregressive (VAR) เมื่อพิจารณาค่า AIC ของแต่ละแบบจำลอง พบว่าแบบจำลองที่ดีที่สุดคือ แบบจำลอง VAR(2) จากผลการศึกษาพบว่าการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่สนใจสามารถอธิบายได้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละตัวแปร (Autoregressive Parameters) ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย

	ΔHHI	$\Delta LOAN$	ΔDEP	ΔROA
Intercept	-0.000184 [-1.14614]	0.035480 [0.60420]	-0.014923 [-0.62038]	1.38×10^{-5} [0.06309]
$\Delta HHI(-1)$	0.283196** [2.06387]	-8.751640 [-0.17423]	-18.43012 [-0.89572]	0.008051 [0.04307]
$\Delta HHI(-2)$	-0.113233 [-0.99281]	-29.83851 [-0.71468]	1.499400 [0.08767]	0.288082* [1.85394]
$\Delta LOAN(-1)$	0.000920** [2.42315]	0.313090** [2.25313]	-0.021950 [-0.38561]	0.000309 [0.59654]
$\Delta LOAN(-2)$	-0.000267 [-0.79406]	-0.144892 [-1.17615]	0.108390** [2.14788]	-0.000382 [-0.83232]
$\Delta DEP(-1)$	-0.001789* [-1.99818]	1.211322*** [3.69499]	0.032163 [0.23950]	-4.68×10^{-5} [-0.03840]
$\Delta DEP(-2)$	-0.001283 [-1.23663]	-0.686117* [-1.80708]	0.083580 [0.53739]	-0.000893 [-0.63196]
$\Delta ROA(-1)$	-0.114511* [-1.80963]	7.046712 [0.30421]	2.632512 [0.27744]	-0.784591*** [-9.10065]
$\Delta ROA(-2)$	-0.004530 [-0.08477]	-0.193734 [-0.00990]	8.967170 [1.11916]	-0.567568*** [-7.79635]
Log-Likelihood 743.4239		AIC-19.38148	SC-18.25193	

หมายเหตุ: *,**,*** คือระดับนัยสำคัญ 0.10 ,0.05 และ0.01 ตามลำดับ

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 พบว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผลต่างของการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสที่ผ่านมาร้อยละ1 ส่งผลให้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 28.32 ในทิศทางเดียวกัน และเมื่อการเปลี่ยนแปลงผลต่างของการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในสองไตรมาสที่ผ่านมาร้อยละ1 ส่งผลให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 28.80 ในทิศทางเดียวกัน และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของผลต่างอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสที่ผ่านมา ร้อยละ 1 ส่งผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.09 และ 31.31 ในทิศทางเดียวกัน ตามลำดับ นอกจากนี้เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของผลต่างอัตราดอกเบี้ยเงินฝากร้อยละ 1 ส่งผลให้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงร้อยละ 0.18 ในทิศทางตรงข้าม และร้อยละ 121.1 ในทิศทางเดียวกันตามลำดับ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในสองไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงร้อยละ 68.61 ในทิศทางตรงข้าม และการเปลี่ยนแปลงผลต่างของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ในไตรมาสที่ผ่านมาร้อยละ1 ส่งผลให้การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 11.45 และ 78.45 ในทิศทางตรงข้าม ซึ่งมีสอดคล้องกับการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการกระจุกตัวและการแข่งขันในตลาดธนาคารอิสลามและธนาคารทั่วไปใน ประเทศมาเลเซีย (Nafisah et al.,2015) และการเปลี่ยนแปลงผลต่างของผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในสองไตรมาสที่ผ่านมาร้อยละ1 ส่งผลให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 56.76 ในทิศทางตรงข้าม

5. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ ดังนี้

5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของธุรกิจธนาคารพาณิชย์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสปัจจุบัน คือ 1.การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสที่ผ่านมา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากโครงสร้างตลาดของธุรกิจธนาคารพาณิชย์เป็นตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ ทำให้มีข้อกีดกันในการเข้าสู่ตลาด จึงทำให้การคงอยู่ของการกระจุกตัวของตลาดธนาคารพาณิชย์ในรายไตรมาสนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2.อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ โดยมีผลในทิศทางเดียวกันซึ่งมีความสอดคล้องกับที่มาของทุนของธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เป็นส่วนหนึ่งของรายได้ของธนาคารพาณิชย์ 3.อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก ซึ่งมีผลในทิศทางตรงข้าม เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นส่วนหนึ่งของรายจ่ายของธนาคารพาณิชย์ 4.ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์โดยมีผลในทิศทางตรงข้าม ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ หากผลต่อแทนต่อสินทรัพย์เพิ่มขึ้น แสดงในเห็นว่าธนาคารสามารถบริหารสินทรัพย์ที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งแสดงถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ นั่นคือการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ลดลง

5.2 ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสปัจจุบัน คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในไตรมาสที่ผ่านมาโดยมีผลในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการทางเศรษฐกิจของธนาคารแห่งประเทศไทยในการคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในรายไตรมาส นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากในสองไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในปัจจุบันในทิศทางตรงข้าม ซึ่งเป็นไปตามการปรับตัวของวัฏจักรธุรกิจ

กล่าวคือหากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเพิ่มขึ้น จะทำให้เกิดการลงทุนลดลงเนื่องจากการออมที่เพิ่มมากขึ้น ธนาคารจึงต้องลดอัตราดอกเบี้ยลงเพื่อกระตุ้นการลงทุน

5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากในปัจจุบันคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสที่ผ่านมาในทิศทางเดียวเดียวกัน ซึ่งเป็นผลมาจากมาตรการทางเศรษฐกิจของธนาคารแห่งประเทศไทยในการคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายในรายไตรมาส

5.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนต่อสินทรัพย์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสปัจจุบัน คือ 1.การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสที่ผ่านมา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งไปตามวัฏจักรธุรกิจ กล่าวคือหากมีการกระจุกตัวสูงขึ้น แสดงว่าการแข่งขันในตลาดธนาคารพาณิชย์ลดลง ธนาคารพาณิชย์จะมีการปรับตัวทางด้านการแข่งขันมากขึ้นจากการบริหารสินทรัพย์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น 2.อัตราดอกเบี้ยเงินฝากในไตรมาสที่ผ่านมาซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม ซึ่งเป็นไปตามลักษณะของธุรกิจธนาคารพาณิชย์เนื่องจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากเป็นส่วนหนึ่งของรายจ่ายของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ 3.อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสที่ผ่านมา ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามและเป็นไปตามวัฏจักรของธุรกิจ

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการเงินและการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย โดยแบบจำลอง Vector Autoregressive จากผลการศึกษาจะเห็นว่าปัจจัยทางการเงินต่าง ๆ มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ ในทิศทางที่แตกต่างกันซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำกับดูแลธุรกิจธนาคารพาณิชย์ นอกจากนี้ยังพบว่าความสัมพันธ์ของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจากการใช้เครื่องมือนโยบายการเงินโดยผ่านอัตราดอกเบี้ยนโยบายของธนาคารแห่งประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ โดยวิธี Vector Autoregressive ข้อมูลการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ที่ใช้เป็นการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ที่จดทะเบียนในประเทศ ในการศึกษาครั้งต่อไปสามารถนำแบบจำลองทำศึกษาในปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของสาขาธนาคารในต่างประเทศ บริษัทเงินทุน และบริษัทเครดิตฟองซิเอร์

7. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยคือวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธนาคารพาณิชย์ พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ตามทฤษฎีธุรกิจพาณิชย์ จากผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างตลาดของธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทยเป็นตลาดแบบผู้ขายน้อยราย และหากศึกษาพฤติกรรมของหน่วยผลิตแล้ว พบว่าลักษณะของการเกิดขึ้นเป็นอัตราดอกเบี้ยเงินกู้มีการปรับตัวสอดคล้องกับต้นทุนส่วนเพิ่มและรายรับส่วนเพิ่มตามทฤษฎีธุรกิจธนาคารพาณิชย์ เช่นเดียวกับการปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยเงินฝากซึ่งมีลักษณะการปรับตัวสอดคล้องกับต้นทุนส่วนเพิ่มของเงินฝากและรายรับของธนาคารพาณิชย์ที่เพิ่มขึ้น และเมื่อพิจารณาผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีลักษณะสอดคล้องกับอัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น กล่าวคือมีลักษณะสูงในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2544 และมีลักษณะ

ลดลงในช่วงไตรมาสที่ 3 ปี 2549 และเมื่อพิจารณาผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์ พบว่า ผลประกอบการของธนาคารพาณิชย์เพิ่มสูงในปี 2543 จนถึงปี 2548 นอกจากวิเคราะห์โครงสร้างตลาดของธนาคารพาณิชย์ พฤติกรรมของหน่วยผลิต และผลการดำเนินงานของธนาคารพาณิชย์ ตามทฤษฎีธุรกิจพาณิชย์แล้ว เรายังทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ การกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลต่อการกระจุกตัวของอุตสาหกรรมธนาคารพาณิชย์ในปัจจุบัน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากไตรมาสที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังพบว่า การการจุกตัวของธนาคารพาณิชย์ และอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ในไตรมาสที่ผ่านมาส่งผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ในไตรมาสที่ผ่านมา ส่งผลต่ออัตราดอกเบี้ยเงินฝากในปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา สังขมณี. (2550). *การเงินและการธนาคาร.* กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เรืองแสงการพิมพ์ (2002) จำกัด.

ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2547). *เศรษฐมิติทฤษฎีและการประยุกต์*. เชียงใหม่ : คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *กลไกการส่งผ่าน.* ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/MonetPolicyKnowledge/Pages/TransmissionMechanism.aspx

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). *จำนวนสาขาธนาคารพาณิชย์.* ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562, จาก https://www.bot.or.th/Thai/Statistics/FinancialInstitutions/Pages/StatNumberofBranches.aspx.

พรนพ พุกกะพันธุ์ และ ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์. (2544). *การบริหารธนาคารพาณิชย์ (The Commercial Bank Management)*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

พิพิธภัณฑ์ธนาคารไทย. (2562). *กำเนิดธนาคารแห่งแรก.* ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2562, จาก https://www.thaibankmuseum.or.th/exhibition-permanent/detail?id=2349.

เพลินพิศ สัตย์สงวน. (2554). *เศรษฐศาสตร์การเงินและการธนาคาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Enzo, D. & David, V. (2018). Fixed costs and capital regulation: Impacts on the structure of banking markets and aggregate loan quality. *Journal of Financial Stability,* 36, 53-65.

Habib. H. K., Ali M. Kutan, Rubi, B. A. & Chan, S. G. (2017). Does higher bank concentration reduce the level of competition in the banking industry? Further evidence from South East. *International Review of Economics and Finance* , 52, 91-106.

Horst, F. (2015). Banking system concentration and un employment in developing countries. *Journal of Economics and Business*, 77, 60-78.

Malgorzata, P. (2016). Does the size and market structure of the banking sector have and effect on the financial stability of the European Union?. *The Journal of Economics and Asymmetries*, 14, 112-127.

Muhammad, T., Syed, S. A. S. & Muhammad, A. A. (2016). Assessing nature of competition in banking sector of Pakistan. *The Journal of Financial and Data science* , 2, 244-253.

Nafisah, M., Abdul, G. I., Junaina, M. (2015). Evidence on market concentration in malaysian dual banking system. *Social and Behavioral Sciences*, 172, 169-176.

ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Effects of Information Technology Skills on Effectiveness of Accounting Information Services of Small and Medium Enterprises Accountants in the Northeast

เมธาพร นามศรี* ณัฐวงศ์ พูนพล[2] และสุมิตรา จิระวุฒินันท์[3]

Metaporn Namsri* Nuttavong Poonpool[2] and Sumittra Jirawuttinunt[3]

Received : February 26, 2020 Revised : March 25, 2020 Accepted : March 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 145 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ประกอบด้วย ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า ดังนั้นนักบัญชีจึงควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยพัฒนาความรู้ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง จนเกิดเป็นทักษะในการจัดการสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่มีความเข้าใจได้ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้และเปรียบเทียบกันได้ส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

คำสำคัญ : ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] รองศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Associate Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The objective of this research was to test the effects of information technology skills on effectiveness of accounting information services of small and medium enterprises accountants in the northeast. Questionnaires were used as a tool for data collection of 145 small and medium enterprises accountants in the Northeast. The statistical methods for data analysis were multiple correlation analysis, simple regression analysis, and multiple regression analysis. According to analyses of relationships and effects were found Information technology skills include accounting software knowledge, information technology expertise and technology advancement management, and accounting database transfer capability is a positive relationship and effect on the effectiveness of accounting information services include equalize information services, fast information services, adequate information services, continuous information services, and progressive information services Therefore, accountants should pay more attention to information technology skills to apply in their operations. by developing knowledge continuous information technology capabilities until it becomes a skill for managing information efficiently and able to present accounting data that is understandable decision making reliable and comparable, resulting in maximum benefits to the organization.

Keyword : Information Technology Skills, Effectiveness of Accounting Information Services, Small and Medium Enterprises Accountants

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น ทำให้แต่ละธุรกิจได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้มากยิ่งขึ้น เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการระบบงานต่าง ๆ ซึ่งการที่นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยนั้นทำให้การดำเนินงานด้านต่าง ๆ มีประสิทธิภาพ และยังช่วยเพิ่มศักยภาพความสามารถของธุรกิจนั้นให้เหนือคู่แข่งขันมากยิ่งขึ้น (พรพิชิต โพธิ์ศรี, 2559: 1-3) นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจในปัจจุบันโดยการช่วยเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการทำงาน และสามารถนำมาจัดการระบบสารสนเทศให้เป็นระเบียบสร้างความสะดวกรวดเร็วได้ยิ่งขึ้น โดยทำให้ธุรกิจมีการเตรียมความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ความรู้ ความสามารถและทักษะความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการจัดทำรายงานทางการเงินตามความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (พรรณี ส้มเช้า, 2553: 1) ดังนั้น บุคลากรที่มีทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศจะสามารถทำให้การพัฒนาระบบงานต่าง ๆ ในองค์กรเกิดประสิทธิภาพได้ จึงทำให้นักบัญชีมีต้องมีการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านการบัญชีอย่างเหมาะสม

ทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Skills) เป็นความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ การจัดการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสามารถในการถ่ายโอนข้อมูลที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านการจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (Accounting Software Knowledge) 2) ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Expertise) 3) ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technology Advancement Management) และ 4) ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี (Accounting

Database Transfer Capability) ดังนั้น นักบัญชีที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี สามารถนำความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้าสู่การปฏิบัติงานทางด้านการบัญชี เพื่อนำส่งข้อมูลทางการเงินการบัญชีที่มีคุณภาพสำหรับการประกอบการตัดสินใจและการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป (รุจิจันทร์ วิชิวานิเวศน์, 2560: 34-35)

ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี (Effectiveness of Accounting Information Services) เป็นผลลัพธ์จากการประมวลผลข้อมูลทางการเงินและนำส่งข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีที่มีคุณภาพ ที่สามารถนำมาใช้ในการประมาณการและพยากรณ์เหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน (Equalize Information Services) 2) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว (Fast Information Services) 3) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ (Adequate Information Services) 4) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Continuous Information Services) และ 5) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า (Progressive Information Services) ปัจจุบันผู้บริหารได้ให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี โดยเฉพาะในการบริการข้อมูลที่มีในรายงานทางการเงิน โดยนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงาน เนื่องจากประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ถือว่าเป็นแนวทางที่มีการปฏิบัติงานทางการบัญชีที่เหมาะสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีการปรับตัวทางด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศทางการบัญชี (พัชริน วิเศษประสิทธิ์, 2552: 4)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะในการบริหารงานอย่างอิสระ ทั้งด้านการผลิต การให้บริการ การค้าส่งและค้าปลีก มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพสำหรับกระบวนการผลิตหรือควบคุมคุณภาพการผลิต รวมถึงการลดความสูญเสียในกระบวนการต่าง ๆ ให้เหลือน้อยที่สุด ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาบริหารจัดการภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง ความแม่นยำและความรวดเร็วทันต่อการนำมาใช้ประโยชน์ตลอดจนการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560: เว็บไซต์)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนสามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค์ที่เกิดจากทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญช

ทักษะด้านเทคโนโล ยีสารสนเทศ (ITS)
1. ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (IASK)
2. ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IITE)
3. ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (ITAM)
4. ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี (IADTC)

→

ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี (EAIS)
1. ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน (EEIS)
2. ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว (EFIS)
3. ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ (AIS)
4. ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (ECIS)
5. ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า (EPIS)

2.1 **ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ** (Information Technology Skills) หมายถึง ความรู้ ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจที่มีความหลากหลายในปัจจุบัน และจัดเตรียมทรัพยากรให้มีความพร้อมในด้านความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และการจัดการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รุจิจันทร์ วิชิวานิเวศน์, 2560: 34-35) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (Accounting Software Knowledge) หมายถึง การเรียนรู้ระบบและกลไกของโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการด้านบัญชี โดยแสดงออกมาในรูปของงบการเงิน เพื่อการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถให้ข้อมูลทางการบัญชีอย่างเพียงพอแก่ผู้ใช้ข้อมูล

2.1.2 ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Expertise) หมายถึง ความสามารถของนักบัญชีในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและจัดทำข้อมูลทางบัญชี ความสามารถในการใช้สารสนเทศเพื่อวางแผนและตัดสินใจ คิดออกแบบ สร้างสรรค์ ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลงานจากสารสนเทศที่มีอยู่เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างเพียงพอต่อเนื่องของข้อมูลและความรวดเร็วทันต่อการนำมาใช้ประโยชน์ปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย

2.1.3 ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technology Advancement Management) หมายถึง กระบวนการการวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การควบคุม การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้ได้รับข้อมูลอย่างก้าวหน้า ทันสมัย และทันต่อความต้องการของผู้ใช้

2.1.4 ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี (Accounting Database Transfer Capability) หมายถึง การปฏิบัติงานของบุคลกรที่สามารถส่งข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์หลักในระบบเครือข่ายเทคโนโลยี มาบันทึกไว้ที่คอมพิวเตอร์ของผู้ใช้เครือข่าย เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานไม่ต้องบันทึกข้อมูลรายการจำนวนมากด้วยตนเอง ซึ่งช่วยให้ผู้ที่ใช้ข้อมูลนั้น ได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็ว และทันต่อความต้องการ

2.2 ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี (Effectiveness of Accounting Information Services) หมายถึง การให้บริการสารสนเทศทางการบัญชีได้อย่างเท่าเทียม รวดเร็วเพียงพอ ต่อเนื่อง และอย่างก้าวหน้า เพื่อให้ความสามารถให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลในงบการเงินที่มีความถูกต้องและเที่ยงธรรมตามมาตรฐานการบัญชี เพียงพอที่จะให้ผู้ใช้งบการเงินนำข้อมูลในอดีตมาใช้ประโยชน์ในการประมาณการและคาดการณ์ในอนาคต เพื่อใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจได้ (Millett, 2012: 397-400) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน (Equalize Information Services) หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการเงินและการบัญชี การที่ให้ข้อมูลนั้นต้องเป็นไปด้วยเสมอภาค และการยึดถือนโยบายหรือวิธีการต่าง ๆ โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยปฏิบัติในรอบระยะเวลาบัญชีก่อน ส่งผลให้ผู้ใช้ข้อมูลนั้นเกิดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานน้อยที่สุด

2.2.2 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว (Fast Information Service) หมายถึง ความทันเวลาในการให้บริการข้อมูลทางการเงินและการบัญชี สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับหมอบหมายให้สำเร็จตามระยะเวลามีการตอบสนองต่อผู้ใช้ได้เร็ว ตีความหมายสารสนเทศได้ทันต่อเหตุการณ์หรือความต้องการ ข้อมูลทางการบัญชีที่ทันสมัย และสามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารได้

2.2.3 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ (Adequate Information Services) หมายถึง เป็นการนำเสนอข้อมูลด้านการเงินและการบัญชีที่เหมาะสม และข้อมูลที่มีความสมบูรณ์เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้ สามารถช่วยให้การตัดสินใจเป็นไปด้วยความถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2.2.4 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Continuous Information Services) หมายถึง การให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยเป็นการนำเสนอข้อมูลการเงินและการบัญชีแก่ผู้รับบริการตลอดจนผู้รับบริการพึงพอใจ ที่เน้นความพร้อมที่ให้บริการอยู่ตลอดเวลา มีการเตรียมตัวอยู่ตลอดเวลา และมีความเข้าใจอยู่เสมอ

2.2.5 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า (Progressive Information Services) หมายถึง การพัฒนาวิธีการในการให้บริการข้อมูลด้านการเงิน การบัญชี ให้มีความทันสมัยมีคุณภาพ ทั้งด้านประมาณงานและคุณภาพ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการให้บริการให้มีความเหมาะสม

ทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อส่งผลต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี เนื่องจากเป็นการนำความรู้ ความสามารถของนักบัญชีที่มีอยู่ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและจัดทำข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานที่เกี่ยวกับข้อมูลที่รวบรวมโดยนักบัญชีจะมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และนำมาใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านการจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น นักบัญชีที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี สามารถนำความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้าสู่การปฏิบัติงานทางด้านการบัญชี เพื่อนำส่งข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพสำหรับการประกอบการตัดสินใจและการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหน่วยงานอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินรัศมิ์ นนทะชัย (2559: บทคัดย่อ) พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศจึงควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของตนเองและ

บุคลากรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคตและสามารถใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีเพื่อการวิเคราะห์ปัญหา การตัดสินใจและการวางแผนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รพีรัตน์ ลือชานิติโพธ (2557: บทคัดย่อ) พบว่าทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการปฏิบัติงานบัญชี ดังนั้นผู้ทำบัญชีต้องมีการศึกษา และพัฒนาความรู้ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นทักษะการจัดการสารสนเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่มีความเข้าใจได้ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เชื่อถือได้ และเปรียบเทียบกันได้ส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : ทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อส่งผลต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20,215 คน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560: เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 121) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งชั้นภูมิตามจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 162 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 145 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 37.18 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001: 1) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความรู้ ความสามารถ และการนำไปใช้ 2) ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับความสามารถในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศ 3) ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับกระบวนการการวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การควบคุม การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่และ 4) ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลกรที่สามารถส่งข้อมูลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ และการสั่งผ่านแฟ้มข้อมูลจากคอมพิวเตอร์ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไปบันทึกไว้

ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี สามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลทางการเงินและการบัญชีให้ข้อมูลนั้นต้องเป็นไปด้วยเสมอภาค และการยึดถือนโยบายหรือวิธีการต่าง ๆ 2) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้บริการข้อมูลทางการเงินและการบัญชี ตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน สามารถปฏิบัติงานที่ได้รับหมอบหมายให้สำเร็จตามระยะเวลาหรือมาตรฐานที่องค์กรตั้งไว้ 3) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลด้านการเงินและการบัญชีที่เหมาะสม และความสมบูรณ์ของสารสนเทศขึ้นอยู่กับการรวบรวมข้อมูลและวิธีการทางปฏิบัติ 4) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการให้บริการที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอ

ข้อมูลการเงินและการบัญชีแก่ผู้รับบริการตลอดจนผู้รับบริการพึงพอใจ และการจัดอบรม เพื่อซักซ้อมความพร้อม ความเข้าใจอยู่เสมอ 5) ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการพัฒนาวิธีการในการให้บริการข้อมูลด้านการเงิน การบัญชี ให้มีความทันสมัยมีคุณภาพ

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.453 - 0.902 ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลการทางบัญชี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.434 - 0.909 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2553: 90) ได้เสนอเกณฑ์การพิจารณา ค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพดี และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.788 - 0.903 ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.717 - 0.911 ซึ่งเป็นค่าที่ (Hair, J.F.,Black, W.C.,Anderson, 2006) แสดงความเห็นว่าค่าความเชื่อมั่นต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเนื้อหาในแบบสอบถามจะถือว่ายอมรับได้ ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1. ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ		
1.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี		0.902
1	0.754	
2	0.828	
3	0.902	
4	0.669	
1.2 ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ		0.788
1	0.546	
2	0.680	
3	0.453	
4	0.737	
1.3 ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี		0.812
1	0.540	
2	0.800	
3	0.716	
4	0.497	

ตาราง 1 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อ	ค่าอำนาจจำแนก (r)	ค่าความเชื่อมั่น
1.4 ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี		0.903
1	0.703	
2	0.795	
3	0.880	
4	0.770	
2. ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี		0.717
2.1 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน		
1	0.434	
2	0.680	
3	0.516	
2.2 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว		0.911
1	0.805	
2	0.909	
3	0.848	
4	0.647	
2.3 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ		0.885
1	0.820	
2	0.773	
3	0.655	
4	0.770	
2.4 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง		0.850
1	0.610	
2	0.670	
3	0.721	
4	0.771	
2.5 ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า		0.852
1	0.645	
2	0.817	
3	0.644	
4	0.682	

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $EAIS = \beta_0 + \beta_1 IASK + \beta_2 IITE + \beta_3 ITAM + \beta_4 IADTC + \varepsilon$

เมื่อ EAIS แทน ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม

IASK แทน ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี

IITE แทน ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

ITAM แทน ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

IADTC แทน ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	EAIS	IASK	IITE	ITAM	IADTC	VIFs
	3.92	4.14	4.10	4.04	4.06	
S.D	0.51	0.58	0.59	0.52	0.50	
EAIS	-	0.469 *	0.519 *	0.678 *	0.526*	
IASK		-	0.578 *	0.535 *	0.593*	1.815
IITE			-	0.566 *	0.542*	1.763
ITAM				-	0.728*	2.347
IADTC					-	2.452

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.469 - 0.678 และตัวแปรอิสระทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าตั้งแต่ 1.763 – 2.452 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Hair และคณะ, 2006: 585)

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	**ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม** (EAIS)		t	p-valaue
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	0.860	0.281	3.064*	0.003
ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (IASK)	0.077	0.071	1.086	0.279
ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IITE)	0.144	0.070	2.069*	0.040
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี(ITAM)	0.546	0.092	5.917*	<0.0001
ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี (IADTC)	-0.014	0.096	-0.145	0.885
F = 33.713 p>0.0001 Adj R^2 = 0.476				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน (EEIS) นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	**ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน** (EEIS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	1.074	0.324	3.316	<0.0001
ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IITE)	0.200	0.078	2.556	0.012
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (ITAM)	0.494	0.090	5.495	<0.0001
F = 38.678p>0.0001 Adj R^2 = 0.344				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว (EFIS) นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว (EFIS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	1.187	0.333	3.565	<0.0001
ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IITE)	0.194	0.081	2.406	0.017
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี(ITAM)	0.501	0.092	5.427	<0.0001
F = 38.678p>0.0001 Adj R^2 = 0.344				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 6 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ (AIS) นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ (AIS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	0.515	0.294	1.753	0.082
ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี (IASK)	0.208	0.073	2.842	0.005
ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IITE)	0.138	0.075	1.849	0.047
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี(ITAM)	0.496	0.083	6.005	<0.0001
F = 46.493p>0.0001 Adj R^2 = 0.487				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 7 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (ECIS) นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	**ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง** (ECIS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	0.920	0.362	2.540	0.012
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี(ITAM)	0.721	0.089	8.125	<0.0001
F = 66.016p>0.0001 Adj R^2 = 0.311				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 8 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า (EPIS) นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	**ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า** (EPIS)		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	1.273	0.326	3.898	<0.0001
ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (ITAM)	0.801	0.108	7.443	<0.0001
ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี (IADTC)	0.144	0.109	2.320	0.019
F = 45.519p>0.0001 Adj R^2 = 0.382				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 – 8 พบว่า 1) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ เนื่องจาก ความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเป็นการเรียนรู้ระบบและกลไกของโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการด้านบัญชี โดยแสดงออกมาในรูปของงบการเงิน เพื่อการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถให้ข้อมูลทางการบัญชีอย่างอย่างเพียงพอ แก่ผู้ใช้ข้อมูล

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรินทร์ ขำคมเขตต์ (2555: บทคัดย่อ) พบว่า ผู้ทำบัญชีควรพัฒนาความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดความเชี่ยวชาญพร้อมทั้งความรู้ด้านการบัญชีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีที่มีความต้องการข้อมูลให้เพียงพอต่อความต้องการ และเพื่อให้องค์กรมีระบบการบริหารจัดการทางบัญชีที่สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้องค์กรประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับทางบัญชีของธุรกิจในอนาคตต่อไป

2) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว และด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ เนื่องจาก ความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นความสามารถของนักบัญชีในการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและจัดทำข้อมูลทางบัญชี ความสามารถในการใช้สารสนเทศเพื่อวางแผนและตัดสินใจ คิดออกแบบ สร้างสรรค์ ปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาผลงานจากสารสนเทศที่มีอยู่เพื่อให้ได้ข้อมูลอย่างเพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาดา ศิริ (2557: บทคัดย่อ) พบว่า ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ดังนั้น ผู้ทำบัญชี จึงควรนำข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดความเชี่ยวชาญเพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในอนาคต อันนำไปสู่ความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี ให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานสูงสุดต่อไป

3) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเท่าเทียมกัน ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างรวดเร็ว ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า เนื่องจาก การจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นกระบวนการการวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การควบคุม การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยการจัดการการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้ได้รับข้อมูลอย่างก้าวหน้า ทันสมัย และทันต่อความต้องการของผู้ใช้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปรัชญนันท์ นิลสุข (2551: 38-39) กล่าวว่า การจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างมาก เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี ทำให้การสร้างที่พักอาศัยมีคุณภาพมาตรฐาน สามารถผลิตสินค้าและให้บริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ระบบการผลิตสามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมากและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-zwyalif (2013: 83) พบว่า การกำกับดูแลด้านเทคโนโลยีที่มีประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมต่อการใช้ประโยชน์ของข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชี ผลลัพธ์ที่ได้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้บริหารระดับสูงที่ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าในการกำกับดูแลกิจการด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการสร้างประโยชน์ให้ข้อมูลทางการบัญชีที่นำเสนอในงบการเงินให้มีความถูกต้องปราศจากข้อผิดพลาด และข้อมูลมีความปลอดภัย และปรับปรุงความสามารถของสารสนเทศทางการบัญชีในการสร้างข้อมูลทางการบัญชีให้มีความเพียงพอ ต่อเนื่อง และสามารถให้บริการข้อมูลทางการบัญชีได้อย่างเท่าเทียมแก่ผู้ใช้ข้อมูล และมุ่งเน้นการเพิ่มประโยชน์ของข้อมูลทางการบัญชีให้กับผู้ใช้ข้อมูลภายในและภายนอกองค์กร

4) ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี ด้านการให้บริการข้อมูลอย่างก้าวหน้า เนื่องจากความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี การปฏิบัติงานของบุคลากรที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลผ่านการเชื่อมต่อระหว่างโปรแกรมประเภทต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีสามารถง่ายต่อการใช้ ดังนั้นการที่ผู้ใช้ต้องมีความ

สามารถในการสั่งผ่านข้อมูลและมีความรู้ในเรื่องของการใช้โปรแกรมเป็นอย่างดีถึงสามารถส่งต่อข้อมูลให้กับผู้ที่ต้องการใช้ได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็วทันต่อการใช้งานต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของ ปัทมา เกรัมย์ (2556: 37-38) กล่าวว่า ความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี เป็นการเชื่อมต่อภายในองค์กรเป็นการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีในการจัดทำงบการเงินอาจเป็นโปรแกรมขนาดเล็ก ใช้งานคนเดียว หรือโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง สามารถใช้ร่วมกันระหว่างผู้ใช้หลายคน หรือกับคอมพิวเตอร์หลายเครื่อง หรือที่เรียกว่าใช้งานแบบเครือข่าย ระบบบัญชีในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เชื่อมต่อระบบงานต่าง ๆ ภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชี เช่น ด้านการนำเข้าข้อมูล ด้านการคิดวิเคราะห์ความรู้ ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นต้น เพื่อนำข้อมูลไปประยุกต์ในการทำบัญชีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.2 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้องค์กรนำปัญหา และอุปสรรคไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็น

5.1.3 ควรเพิ่มวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นการสอบถามแบบเชิงลึก (Indepth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากที่สุด และถูกต้อง สามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงกับความต้องการ และก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี โดยการเรียนรู้ระบบและกลไกของโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการด้านบัญชี เพื่อการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและสามารถให้ข้อมูลทางการบัญชีอย่างเพียงพอแก่ผู้ใช้ข้อมูล

5.2.2 นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศไปใช้ เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศและจัดทำข้อมูลทางบัญชีและพัฒนาผลงานจากสารสนเทศที่มีอยู่ ให้ได้ข้อมูลอย่างเพียงพอต่อเนื่องของข้อมูลและความรวดเร็วทันต่อการนำมาใช้ประโยชน์ปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมาย

5.2.3 นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยจะต้องมี กระบวนการการวางแผน การสั่งการ การประสานงาน การควบคุม การพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลให้ได้รับข้อมูลอย่างก้าวหน้า ทันสมัยและทันต่อความต้องการของผู้ใช้

5.2.4 นักบัญชีควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการบัญชี โดยมีการปฏิบัติงานที่สามารถส่งข้อมูล และจัดการเครือข่ายระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานและช่วยให้ผู้ที่ใช้ข้อมูลนั้น ได้รับข้อมูลอย่างรวดเร็ว และทันต่อความต้องการ

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและประสิทธิผล ประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความรู้เกี่ยวกับโปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชี ด้านความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการจัดการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และด้านความสามารถในการโอนถ่ายฐานข้อมูลทางการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิผลในการบริการข้อมูลทางการบัญชีของนักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น นักบัญชีธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนาความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญการจัดการเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ และความสามารถในการถ่ายโอนข้อมูลที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานทางด้านการจัดทำรายงานทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปรัชญนันท์ นิลสุข. (2551). การจัดการเทคโนโลยี สารสนเทศฯ. *วารสารวิทยบริการ*,19(3), 38–39.

ปัทมา เกรัมย์. (2556). *ผลกระทบของความสามารถในการประยุกต์ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีที่มีต่อผลการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พรพิชิต โพธิ์ศรี. (2559). *ผลกระทบของกลยุทธ์เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พรรณี ส้มเช้า. (2553). *สมรรถภาพทางเทคโนโลยีสารสนเทศของครูในวิทยาลัยเทคนิคสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาอาชีวศึกษา คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พัชริน วิเศษประสิทธิ์. (2552). *ผลกระทบของความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของธุรกิจSMEs ในเขตภาคเหนือ.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ไพรินทร์ ขำคมเขตต์. (2555). *ผลกระทบของความรอบรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อความสามารถในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

มลีทอง จารุพงษ์. (2558). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการกำหนดนโยบายการบัญชีที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

รุจิจันทร์ วิชิวานิเวศน์. (2560). *สารสนเทศทางธุรกิจ (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม).* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

รพีรัตน์ ลือชานิติโพธ. (2557). *ผลกระทบของทักษะทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อคุณภาพการปฏิบัติงานบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออก.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วรินรัศมิ์ นนทะชัย. (2559). *ผลกระทบของทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจผลิตและประกอบคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *ความเป็นมาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.* ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์, 2562, จาก http://www.sme.go.th.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *รายงานสถานการณ์ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.* ค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธุ์ 2562, จาก http://www.sme.go.th

สุชาดา ศิริ. (2557). *ผลกระทบของความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Al-zwyalif, I. M. (2013). IT governance and its impact on the usefulness of accounting information reported in financial statements. *International Journal of Business and Social Science*, *4*(2), 83–95.

Aaker, D.A., V. Kumar & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed). New York: John Wiley & Sons.

Hair, J.F.,Black, W.C.& Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data. Analysis* (6th ed). Multivaria: NJ: Pearson Education International.

Millett, J. D. (2012). *Management in the public service; the quest for effective performance*. Retrieved March 2, 2019, from New York: McGraw-Hill.

ผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

The Effect of Accounting Information System Security on Internal Control Efficiency of Listed Companies in Thailand

อรอนงค์ จำปาแก้ว* อุเทน เลานำทา[2] และกิตติพล วิแสง[3]

Onanong jumpakeaw* Uthen Laonamtha[2] and Kittipol Wisaeng[3]

Received : January 28, 2020 Revised : March 3, 2020 Accepted : March 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 156 คน ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ในวันที่ 8 กรกฎาคม 2562 - 21 ตุลาคม 2562 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณตัวแปรอิสระในงานวิจัย คือ ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี 2) ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง 3) ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน และ4) ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี ตัวแปรตามคือ ประสิทธิภาพการควบคุมภายในซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการดำเนินงาน 2) ด้านการรายงานทางการเงิน และ 3) ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15) และผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.23) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี จำนวน 4 ด้าน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม จำนวน 3 ด้าน คือ 1) ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี 2) ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน และ3) ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจการต่อไป

คำสำคัญ: ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีประสิทธิภาพการควบคุมภายในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2,3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2,3] Assistant Professor Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this research was to study The effect of accounting information system security on internal control efficiency of listed companies in Thailand. Data were collected from 156 accounting executives of listed companies in Thailand. The time it takes for data collection From 8 July 2019 - 21 October 2019. The statistics used in this research were mean, standard deviation, multiple correlation analysis, multiple regression analysis. The independent variables in research are accounting information system security which consists of 4 areas which are 1) accounting information security policy 2) top management support 3) employee awareness and 4) accounting information access control, the variables are internal control efficiency which consists of 3 areas which are 1) operation 2) financial reporting and 3) compliance with applicable laws and regulations.

The findings revealed that accounting executives of listed companies in Thailand had opinions about accounting information system security as a whole and in each of all ($\overline{X}$ = 4.15) and accounting executive listed companies in Thailand. There are also opinions regarding the efficiency of the overall internal control ($\overline{X}$ = 4.23). The accounting information system security in 4 areas have a positive relationship and impact on overall internal control efficiency in 3 aspects which are 1) accounting information security policy 2) employee awareness and 3) accounting information access control. Therefore, listed companies in Thailand can use research results as a guideline to improve the security of accounting information systems. To increase the efficiency of the business operation.

Keywords : Accounting Information System Security, Internal Control Efficiency, Listed Companies in Thailand

1. บทนำ

ในปัจจุบันระบบสารสนเทศทางการบัญชีถือได้ว่าเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สำคัญทุกด้านที่ประกอบไปด้วยข้อมูลด้านการตลาด การเงิน การผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดซื้อรวมทั้งการจัดการทรัพยากรบุคคลมาประมวลผลให้เป็นสารสนเทศทางการบัญชีและรายงานที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้ภายในและผู้ใช้ภายนอกกิจการ เช่น นักลงทุน ผู้ถือหุ้น สถาบันการเงิน หน่วยงานราชการ เจ้าหนี้ คู่แข่ง นักวิชาการ และผู้ใช้ภายนอกอื่น เป็นต้น (วัชนีพร เศรษฐสักโก, 2560: 2) แต่การเข้าถึงสารสนเทศโดยไม่ได้รับอนุญาตอาจทำให้ข้อมูลนั้นเสียหายหรือถูกทำลาย เกิดการถ่ายโอนข้อมูลอย่างไม่เหมาะสม หรือแม้กระทั้งเกิดภัยคุกคามต่อความสมบูรณ์ของสารสนเทศ ดังนั้น การโจมตีที่เกิดจากภายนอกองค์กรอาจสามารถเฝ้าระวัง และปกป้องเพื่อลดความเสียหายด้วยการโจมตีภายในองค์กรที่ป้องกันได้กลายเป็นความเสี่ยงที่สำคัญ และส่งผลกระทบที่รุนแรง (ฐิติพร โชติรอด และวุฒิพงษ์ ชินศรี, 2560: 191) โดยเฉพาะการปกป้องสารสนเทศทางการบัญชีให้มีความมั่นคงปลอดภัยกลายเป็นสิ่งที่องค์กรต้องคำนึงเป็นอันดับแรกเพื่อให้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีความมั่นคงปลอดภัย

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System Security) เป็นการทำให้มั่นใจได้ว่าทรัพยากรสารสนเทศทางการบัญชีที่มีอยู่ปลอดภัย เนื่องจากการรักษาความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพื่อให้มั่นใจว่าทรัพยากรได้รับการคุ้มครองอย่างดี ความปลอดภัยของข้อมูลไม่ได้เป็นเพียงแค่เรื่องของการกำหนดการเข้าถึงของข้อมูลผ่านชื่อผู้ใช้และรหัสผ่านเท่านั้น ที่จริงแล้วการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลกลายเป็น

ส่วนสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนขององค์กร เช่น ระดับความเชื่อมั่น และความไว้วางใจของผู้มีส่วนได้เสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นต้น ประสิทธิภาพของข้อมูลความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Chaudhry et al., 2012: 118) ประกอบด้วย นโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information Security Policy) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (Top Management Support) การตระหนักรู้ของพนักงาน (Employee Awareness) การควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information Access Control) การสูญเสียข้อมูลหรือการผ่อนปรนเรื่องความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลอาจแสดงให้เห็นถึงปัญหาร้ายแรงต่อความเชื่อมั่นในงบการเงิน การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบต่าง ๆ อาจทำให้ได้รับบทลงโทษหลายประการซึ่งอาจส่งผลเสียต่อองค์กร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2557: 18) จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมภายในให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน (Internal Control Efficiency) เป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่ถูกกำหนดขึ้นร่วมกันกับคณะกรรมการ ผู้บริหาร บุคลากรทุกระดับชั้น และถือปฏิบัติภายในองค์กร เพื่อปกป้องรักษาทรัพย์สินขององค์กร รวมทั้งปกป้องและตรวจสอบการทุจริต ความผิดพลาด ความถูกต้อง ความครบถ้วนในการบันทึกบัญชี การจัดทำข้อมูลที่เป็นตัวเงิน และไม่เป็นตัวเงินที่น่าเชื่อถือได้ ทันเวลา เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และส่งเสริมให้มีการดำเนินงานเป็นไปตามแผนงานตามที่วางไว้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2549: 2) ได้แก่ การดำเนินงาน (Operation) การรายงานทางการเงิน (Financial Reporting) การปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Compliance with Applicable Laws and Regulations) หากองค์กรมีการควบคุมภายในที่ดีมีประสิทธิภาพแล้วจะทำให้องค์กรดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

จากเหตุผลที่กล่าวมาผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในหรือไม่อย่างไร ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปเป็นข้อสนเทศในการพัฒนา ปรับปรุง และวางแผนการดำเนินงานด้านความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีในบริษัทซึ่งจะทำให้ลดข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการใช้งานของระบบสารสนเทศทางการบัญชี และก่อให้เกิดการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ระบบข้อมูลองค์กร (Enterprise Information Systems : EIS) เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วทั้งบริษัทที่ใช้เพื่อรวมรูปแบบของข้อมูลสำหรับธุรกิจหลาย ๆ อย่างไว้ในคลังข้อมูลเดียวเพื่อช่วยให้บริษัทสามารถรวมข้อมูลจากรูปแบบต่าง ๆ ที่ใช้ทั่วทั้งองค์กร จากเทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงทำให้การตัดสินใจทางธุรกิจง่ายขึ้นสำหรับผู้จัดการโดยไม่ต้องกลัวว่าจะมีข้อมูลที่ขาดหายไปหรือทับซ้อนกัน ซึ่งปัญหาที่เกิดจากความสะดวกสบายนี้คือข้อมูลของบริษัททั้งหมดมีอยู่ในที่เดียว ศูนย์กลางนี้ทำให้ทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อได้เปรียบในการแข่งขันหลักมีความเสี่ยงมากขึ้น ช่องโหว่ด้านความปลอดภัยด้วยความตั้งหรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม อาจส่งผลให้เกิดการหยุดชะงักต่อเนื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลลดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการดำเนินงาน และแม้แต่อาจมีผลทางกฎหมาย เหตุการณ์ปัจจุบันของปัญหาความปลอดภัยของข้อมูลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงข้อมูล เช่น พนักงานของบริษัทตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจที่จะทำลายข้อมูลที่เก็บไว้โดยรวมแล้วบริษัทจะต้องปกป้องพนักงานของพวกเขาให้เข้าถึง ข้อมูลที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่นบัญชีผู้ใช้งาน และรหัสผ่านที่ปกป้องข้อมูลหลายประเภทตั้งแต่ข้อมูลบัตรเครดิต ข้อมูลบุคลากรทรัพยากรบุคคลรายงานทางการเงินภายในและแผนการวิจัยและพัฒนา ซึ่งประกอบไปด้วย นโยบายความปลอดภัยของข้อมูล การสนับสนุนจากผู้บริหาร การตระหนักรู้ของพนักงาน การควบคุมการเข้าถึง

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิด กรอบแนวคิดความปลอดภัยของระบบข้อมูลองค์กร ของ (Chaudhry et al., 2012: 118) มาเป็นกรอบแนวคิดของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี

ภาพประกอบ 1

โมเดลของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี และประสิทธิภาพการควบคุมภายใน

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISS)
- ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี (AISP)
- ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (TMS)
- ด้านตระหนักรู้ของพนักงาน (EPA)
- ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี (AIAC)

→

ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน (ICE)
- ด้านการดำเนินงาน (OT)
- ด้านการรายงานทางการเงิน (FR)
- ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (CALR)

2.1 **ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี** (Accounting Information System Security)

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี หมายถึง การทำให้ข้อมูลมีความปลอดภัยเพื่อปกป้องจากผู้ที่ไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึง การใช้งาน การเปิดเผยข้อมูล หรือการให้บริการรวมถึงการเปลี่ยนแปลงแก้ไขข้อมูล การสนับสนุนจากผู้บริหารให้มีนโยบายเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชีให้สอดคล้องกับความต้องการทางธุรกิจ กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง สร้างความตระหนัก ให้ความรู้ และฝึกอบรมด้านความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้กับพนักงานและหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องประยุกต์จาก (Chaudhry et al., 2012: 118) ประกอบด้วย 4 ด้านดังนี้

2.1.1 ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information Security Policy) หมายถึง การกำหนดกฎ ระเบียบ ข้อบังคับด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษร มีการประกาศหรือแจ้งแนวปฏิบัติให้ผู้มีส่วนได้เสีย บุคลากร จัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงาน และปรับปรุงคู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับระบบต่าง ๆ ให้เจ้าหน้าที่นำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง ปลอดภัย รวมทั้งควบคุมการแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศทางการบัญชีผ่านช่องทางการสื่อสารในรูปแบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

2.1.2 ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (Top Management Support) หมายถึง การส่งเสริมการปฏิบัติงานด้านการรักษาความมั่นคงปลอดภัยให้กับระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่สอดคล้องกับกฎ ระเบียบของหน่วยงานมีการมอบหมายภารกิจให้กับเจ้าหน้าที่อย่างชัดเจน การกำหนดขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศทางการบัญชีใหม่ ๆ ให้ทำงานร่วมกับระบบสารสนเทศเดิมได้

2.1.3 ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน (Employee Awareness) หมายถึง การกำหนดบทบาทหน้าที่ของพนักงานอย่างชัดเจนให้ประพฤติปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี มีการกำหนดบทลงโทษสำหรับพนักงานที่ฝ่าฝืนนโยบายหรือระเบียบวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยและให้พนักงานเข้าร่วมการฝึกอบรมด้านการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลอย่างต่อเนื่องมีการติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงานด้านความมั่นคงปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ

2.1.4 ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information Access Control) หมายถึง การใส่รหัสเพื่อป้องกันข้อมูลรั่วไหล การควบคุมอุปกรณ์ประเภทพกพา และการปฏิบัติงานจากภายนอก เพื่อป้องกันการขโมยข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต มีการลงทะเบียนบัญชีผู้ใช้งาน กำหนดสิทธิ์ในการเข้าถึง การเข้าใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชี กำหนดให้ผู้ใช้งานระบุตัวตนในการเข้าใช้งานทุกครั้ง

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การรักษาความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้มีความปลอดภัย ที่เกิดจากช่องโหว่ การโจรกรรม การทำลาย หรือการถูกดัดแปลง แก้ไข เพื่อนำไปใช้แสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเอง หรือให้ผู้อื่นที่ไม่มีสิทธิ์เข้าถึง ตั้งแต่ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ข้อมูลภาระผูกพันระหว่างองค์กรและคู่ค้า ตลอดจนข้อมูล ทางบัญชี ดังนั้น เพื่อปกป้องรักษาทรัพย์สินขององค์กร รวมทั้งการป้องกันให้มั่นได้ว่าทรัพยากรสารสนเทศเกิด ความปลอดภัย เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การรายงานทางการเงิน และมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ได้ วางไว้ ซึ่งต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากคณะกรรมการ ผู้บริหาร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรเกิดความตระหนักรู้ และเกิดการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี

2.2 ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน (Internal Control Efficiency)

ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน หมายถึง ขั้นตอนการปฏิบัติงานที่เกิดจากบุคลากรในองค์กรร่วมกันกำหนด ขึ้นและถือปฏิบัติ เพื่อป้องกันและดูแลทรัพย์สินของกิจการ รวมถึงการใช้ทรัพยากรในการดำเนินงานอย่างคุ้มค่าและ ก่อให้เกิดประโยชน์ให้สูงที่สุดโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ไม่ว่าจะเป็น เวลา วัตถุดิบ แรงงาน ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการดำเนินงาน (Operation) หมายถึง การกำกับการใช้ทรัพยากรทุกประเภทขององค์กร ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประหยัดได้ผลคุ้มค่า และบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้ และการดูแลป้องกัน ทรัพยากรทุกประเภทให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และปลอดภัยจากการรั่วไหล สิ้นเปลือง สูญเปล่า หรือการกระทำ ทุจริตที่เกิดจากการกระทำของบุคลากรในองค์กร

2.2.2 ด้านการรายงานทางการเงิน (Financial Reporting) หมายถึง งบการเงิน ที่มีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์เชื่อถือได้ และทันต่อเวลา เพื่อให้รายงานที่นำเสนอมีคุณภาพเหมาะสำหรับประกอบการพิจารณา และการตัดสินใจของผู้บริหาร เจ้าหนี้ ผู้ถือหุ้น และผู้ลงทุน ผู้บริหารจึงมีหน้าที่และความรับผิดชอบเพื่อให้เกิดความ มั่นใจว่างบการเงินนั้นให้ข้อมูลที่มีคุณภาพตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป หรือมาตรฐานการรายงานทางการเงิน

2.2.3 ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Compliance with Applicable Laws and Regulations) หมายถึง การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับแผนงาน นโยบาย เป้าประสงค์หรือเป็นไปตามบทบัญญัติ หรือข้อกำหนดทางกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจนั้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิด ผลเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากการละเมิดการไม่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ เหล่านั้น

ประสิทธิภาพการควบคุมภายในถือเป็นกระบวนการปฏิบัติงานที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยองค์กรบรรลุ วัตถุประสงค์และป้าหมายที่ตั้งไว้ เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้การดำเนินงานขององค์กรมีการขยายตัว และมีความซับซ้อนมากขึ้น ความเสี่ยงที่องค์กรจะประสบกับสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอาจเกิดขึ้นได้ทุกเวลา องค์กรจึงจำเป็น ต้องหาวิธีการที่จะหลีกเลี่ยงหรือลดระดับความเสี่ยงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ หากองค์กรไม่ให้ความสำคัญ กับการควบคุมภายในอาจก่อให้เกิดความเสียหาย ไม่ว่าจะเป็นการสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ การสูญเปล่าของทรัพยากร ความผิดพลาดหรือการกระทำทุจริตของบุคลากรหรือผู้บริหารได้ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงาน มีประสิทธิภาพประสิทธิผล บรรลุเป้าหมายที่ผู้บริหารขององค์กรกำหนดไว้ส่งผลให้การดำเนินงานองค์กรมีกำไร และให้ปลอดจากการรั่วไหล สิ้นเปลือง สูญเปล่า หรือการกระทำทุจริตของพนักงาน และรายงานหรืองบการเงิน ที่ใช้ภายในหรือภายนอกองค์กร มีความเชื่อถือได้ ทันเวลานำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่สอดคล้อง ตามบทบัญญัติ ข้อกำหนด

ของกฎหมาย นโยบาย ข้อบังคับ ระเบียบ เพื่อป้องกันมิให้เกิดผลเสียหายใด ๆ จากการละเว้นการไม่ปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎ ระเบียบ เหล่านั้น จึงจำเป็นต้องมีการควบคุมภายในที่มีประสิทธิภาพ

2.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.3.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบกับความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านการตระหนักรู้ของพนักงานกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2.4 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 : ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 : ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการตระหนักรู้ของพนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ 4 : ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย (Population Samples) ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 746 ราย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2562b: เว็บไซต์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 746 ชุด เป็นแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนทั้งหมดจำนวน 156 ชุด คิดเป็นอัตราผลตอบกลับร้อยละ 21.05 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker และคณะ (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ รวมระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล 105 วัน

3.2 การวัดค่าตัวแปร

การวัดค่าตัวแปรของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำข้อมูลที่ได้มาหาค่าวิเคราะห์ทางสถิติซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและสรุปผลการวิจัย โดยกำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 99-100) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1 คะแนน

จากนั้นดำเนินการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของคำตอบโดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 99-100)

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นตัวแปรอิสระสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การกำหนดนโยบาย การประกาศแจ้งนโยบาย การจัดทำคู่มือ การเก็บข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลในรูปแบบทั่วไปและรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์อย่างสม่ำเสมอ 2) ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การส่งเสริมสนับสนุนเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการ การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบข้อบังคับ และสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรให้เกิดการเรียนรู้ และพัฒนาระบบสารสนเทศให้พร้อมใช้งานอย่างเป็นรูปธรรม 3) ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ บทลงโทษ การฝึกอบรม และการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อทบทวนกระบวนการดำเนินงาน 4) ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การมีระบบควบคุมการใช้อุปกรณ์พกพา การกำหนดวิธีการเข้ารหัสสำหรับการถ่ายโอนข้อมูล การกำหนดมาตรการเกี่ยวกับสิทธิ์ การใช้สิทธิ์ และการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นความลับและการควบคุมการเข้าถึงซอฟต์แวร์ทางธุรกิจ ประสิทธิภาพการควบคุมภายในสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการดำเนินงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การกำกับดูแลการใช้ทรัพยากร การป้องกัน และลดความเสียหายและการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงาน เพื่อได้ผลตอบรับจากลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง 2) ด้านการรายงานทางการเงิน จำนวน 3 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การนำเสนอรายงานทางการเงิน การเปิดเผยข้อมูลได้อย่างถูกต้อง น่าเชื่อถือ เพื่อไปใช้ในการพิจารณาตัดสินใจทางธุรกิจของผู้ใช้งบการเงินทุกกลุ่ม 3) ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเกี่ยวกับ การสร้างจิตสำนึกให้ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ นโยบาย เพื่อลดความสูญเสียของทรัพย์สิน ดำเนินงานตามบทบัญญัติทางกฎหมาย และละเว้นความขัดแย้งระหว่างกิจการและสังคม และปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในอย่างเคร่งครัด

3.3 **คุณภาพของเครื่องมือวัด**

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.580-0.768และประสิทธิภาพการควบคุมภายใน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.481-0.823 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552: 90) ได้เสนอว่า ค่าอำนาจจำแนก ที่มีค่าเกิน 0.40 ขึ้นไป หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach ซึ่งความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.872-0.881 และประสิทธิภาพการควบคุมภายใน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.885-0.902ซึ่งสอดคล้องกับ Hair และคณะ(2006) ได้เสนอว่า ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่มีค่าเกิน 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณทดสอบ ผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

สมการ $\text{ICE} = \beta_0 + \beta_1\text{AISP} + \beta_2\text{TMS} + \beta_3\text{EPA} + \beta_4\text{AIAC} + \varepsilon$

เมื่อ ICE แทน ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน

AISP แทน ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี

TMS แทน ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง

EPA แทน ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน

AIAC แทน ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีโดยรวม และเป็นรายด้านของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี	$\bar{X}$	S.D.	**ระดับความคิดเห็น**
1. ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี	4.20	0.59	มาก
2. ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง	4.25	0.59	มาก
3. ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน	3.96	0.71	มาก
4. ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนทศทางการบัญชี	4.21	0.65	มาก
โดยรวม	4.15	0.56	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้

ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ($\overline{X}$ = 4.25) ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี ($\overline{X}$ = 4.21) และด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี ($\overline{X}$ = 4.20)

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวมและเป็นรายด้านของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ประสิทธิภาพการควบคุมภายใน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการดำเนินงาน	4.01	0.63	มาก
2. ด้านการรายงานทางการเงิน	4.46	0.58	มาก
3. ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง	4.22	0.61	มาก
โดยรวม	4.23	0.53	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการรายงานทางการเงิน ($\overline{X}$ = 4.46) ด้านการปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ($\overline{X}$ = 4.22) และด้านการดำเนินงาน ($\overline{X}$ = 4.01)

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตัวแปร	ICE	AISP	TMS	EPA	AIAC	VIFs
$\overline{X}$	4.238	4.205	4.256	3.961	4.211	
S.D	0.536	0.592	0.599	0.710	0.652	
ICE	-	0.709*	0.695*	0.708*	0.681*	
AISP		-	0.736*	0.674*	0.679*	2.534
TMS			-	0.739	0.709	3.060
EPA				-	0.703*	2.654
AIAC					-	2.502

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีค่าตั้งแต่ 2.502 – 3.060 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

ตาราง 4 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISS)	**ประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม (ICE)**		t	p-value
	สัมประสิทธิ์ถดถอย	**ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน**		
ค่าคงที่ (a)	1.109	0208	5.344*	>0.0001
ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี (AISP)	0.263	0.071	3.676*	>0.0001
ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง (TMS)	0.130	0.078	1.679	0.095
ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน (EPA)	0.205	0.061	3.362*	0.001
ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี (AIAC)	0.156	0.064	2.420*	0.017

F = 63.905 p>0.0001 Adj R^2= 0.619

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 พบว่า 1) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านนโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม เนื่องจากระบบสารสนเทศทางการบัญชีได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้นข้อมูล ช่วยลดความผิดพลาดข้อมูล ป้องกันการสูญหาย โดยไม่มีการละเมิดการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับการอนุญาตเพื่อให้กิจการสามารถปฏิบัติงานได้ตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงินเป็นไปตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินได้อย่างถูกต้องน่าเชื่อถือ เกิดความเชื่อมั่นในการนำไปใช้ในการตัดสินใจไม่ก่อให้เกิดความเสียหายจากการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดหรือกฎระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ อภิญญา รัตนาตรานุรักษ์ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า การตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยส่งอิทธิพลทางตรงต่อความตั้งใจที่จะปฏิบัตินโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัย โดยหากพนักงานเกิดความตั้งใจที่จะปฏิบัติตามนโยบายและตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาความมั่นคงปลอดภัยแล้วนั้นก็จะส่งผลโดยตรงทำให้เกิดการแสดงออกถึงพฤติกรรมในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยทางด้านสารสนเทศด้วย

2) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการแข่งขันที่ไร้พรมแดน ซึ่งโลกกำลังอยู่ในยุคของเทคโนโลยี ข่าวสาร และความรู้ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันการเปลี่ยนแปลงจึงค่อนข้างรวดเร็วและเทคโนโลยีใหม่เข้ามาแทนที่เทคโนโลยีเก่า เมื่อผู้บริหารไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะไม่สามารถจัดการกับการเปลี่ยนแปลงได้ในบางครั้งผู้บริหารหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเข้าใจถึงสาเหตุที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลง แต่อาจจะมองข้ามหรือขาดความเอาใจใส่เพราะคิดว่าคู่แข่งขันทางธุรกิจก็ประสบกับปัญหาแบบเดียวกัน

3) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการตระหนักรู้ของพนักงานมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม เนื่องจากระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีความสำคัญต่อบริษัท ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีความตระหนักรู้ในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล ซึ่งพนักงานเป็นส่วน

สำคัญที่ช่วยปกป้องรักษาความปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศภายในบริษัทเพื่อกำกับดูแลการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิผล ประสิทธิภาพและประหยัด ป้องกันและลดความเสียหายที่เกิดจากความผิดพลาด และทุจริต เพื่อให้สามารถดำเนินงานตามบทบัญญัติทางกฎหมาคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม คุณธรรมจริยธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ki-Aries และ Faily (2017: บทคัดย่อ) พบว่า การรักษาความปลอดภัย และการปกป้องข้อมูลเป็นปัญหาสำคัญสำหรับธุรกิจ การรั่วไหลของข้อมูลจำนวนมากยังมีสาเหตุมาจากการทำงานของมนุษย์โดยไม่ได้ตั้งใจหรือตั้งใจซึ่งนำไปสู่การสูญเสียทางการเงินหรือชื่อเสียงของธุรกิจ และการตระหนักถึงความปลอดภัยของข้อมูลโดยมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในดำเนินการ และเสนอการสนับสนุนเชิงบวกต่อการลดความเสี่ยง และความปลอดภัยของข้อมูล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Metalidou et al., (2014: 427) พบว่า การตระหนักถึงความปลอดภัยของข้อมูลเป็นกุญแจสำคัญในการบรรเทาภัยคุกคามความปลอดภัยที่เกิดจากจุดอ่อนของมนุษย์ องค์กรจำเป็นต้องสร้างและรักษาวัฒนธรรมที่มีพฤติกรรมด้านความปลอดภัยที่เป็นบวก ความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของข้อมูลที่พนักงานต้องเผชิญในชีวิตประจำวันจะต้องเข้าใจและแก้ไข ซึ่งรูปแบบความปลอดภัยจะต้องมีความหมายและถูกคุกคามน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชญา อาชวิรดา (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า การฝึกอบรมและให้ความรู้ ความเข้าใจในระบบสารสนเทศล้วนส่งผลต่อการตระหนักถึงความปลอดภัย และเมื่อพนักงานเกิดความตระหนักแล้วยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบสารสนทศในองค์กรทำให้เกิดความตระหนักในการใช้งานมากขึ้น สุดท้ายก่อให้เกิดระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยที่สูงขึ้นนั่นเอง

4) ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายในโดยรวม เนื่องจาก การควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชีเพื่อป้องกันการนำข้อมูลไปใช้โดยไม่ได้รับอนุมัติ ป้องกันการเปิดเผยข้อมูล และการเปลี่ยนแปลงแก้ไข รวมทั้งป้องกันการเสียหาย และการสูญหายของข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่างบการเงินและรายงานทางการเงินที่จัดทำขึ้นถูกต้อง ครบถ้วน และน่าเชื่อถือ ทันต่อเวลา อีกทั้งสินทรัพย์ ข้อมูล และเอกสารที่สำคัญได้รับการป้องกันจากการสูญหาย ถูกฉ้อฉล หรือถูกนำไปใช้ในทางมิชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนะเมศฐ์ ธนโชติสุขวัฒน์ (2558: บทคัดย่อ) พบว่า การควบคุมภายในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการควบคุมข้อมูลออกมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านความเข้าใจได้ ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านเชื่อถือได้ และด้านการเปรียบเทียบกันได้ เนื่องจาก กระบวนการทางการบัญชี มีขั้นตอนในการรวบรวมรายการหรือเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยผ่านกระบวนการของการวิเคราะห์และจำแนกข้อมูล การบันทึกข้อมูล และการสรุปผลลัพธ์ของขอมูล ซึ่งแสดงหรือนำเสนออยู่ในรูปของรายงานทางการเงินและรายงานในรูปแบบต่าง ๆ จากนั้นรายงานที่ได้จะนำไปตีความหมายเพื่อช่วยในการวางแผน จัดการ และตัดสินใจต่อการดำเนินงาน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลกระทบของความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการควบคุมภายในของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชี ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป ควรเปลี่ยนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม เป็นแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูงในการรักษาความปลอดภัยของระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยในครั้งนี้

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงความปลอดภัยของระบบสารสนเทศทางการบัญชีให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เกิดการป้องกันข้อมูลจากการถูกทำลายหรือถูกเปลี่ยนแปลง การตรวจพบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับระบบทุกครั้ง เพื่อรับการโจมตีต่าง ๆ และเป็นแนวทางที่ผู้ดูแลระบบหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านความมั่นคงปลอดภัย กำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยระหว่างการพัฒนาระบบซึ่งสามารถดูแลงานด้วยตนเองในทุก ๆ วัน และใช้ความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญที่มีการปรับปรุงกลไกควบคุมความปลอดภัยให้มีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่

6. สรุปผลการวิจัย

ความมั่นคงปลอดภัยระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้าน นโยบายความปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชี ด้านการตระหนักรู้ของพนักงาน และด้านการควบคุมการเข้าถึงสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการควบคุมภายใน ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีควรให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูล แลกเปลี่ยนข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลของการใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีทั้งในรูปแบบทั่วไปและในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบข้อบังคับของหน่วยงานกำกับในด้านการควบคุม และการตรวจสอบภายในของระบบสารสนเทศ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่หรือบุคคลภายนอกที่หน่วยงานว่าจ้างในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศทางการบัญชีไว้อย่างชัดเจน และการควบคุมการเข้าถึงของซอฟต์แวร์ทางธุรกิจและเครือข่ายที่ตนได้รับอนุมัติเท่านั้น

เอกสารอ้างอิง

ฐิติพร โชติรอด และวุฒิพงษ์ ชินศรี. (2560). ความตระหนักรู้ของพนักงานบริษัทประกันชีวิตต่อการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลสารสนเทศในองค์กร. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต* ประจำปี 2560.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2549). *แนวทางการควบคุมภายในที่ดี*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2557). *การกำกับดูแลการรักษาความมั่นคงปลอดภัยด้านข้อมูลสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ธนะเมศฐ์ ธนโชติสุขวัฒน์. (2558). ผลกระทบของการควบคุมภายในด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วัชนีพร เศรษฐสักโก. (2560). *ระบบสารสนเทศทางการบัญชี*. กรุงเทพฯ: วี.เจ.พริ้นติ้ง

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุพิชญา อาชวิรดา. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของระบบสารสนเทศในองค์กร. *วารสารระบบสารสนเทศด้านธุรกิจ*, 2 (2) : 67-79

อภิญญา รัตนาตรานุรักษ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรแสดงออกถึงพฤติกรรมในการปฏิบัติตามนโยบายการรักษาความมั่นคงปลอดภัย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Barton, K. A. (2014). *Information System Security Commitment: A Study of External Influences on Senior Management.* Ph.D. Dissertation in information systems with concentration in information security, Nova Southeastern University, Florida, United States.

Black, K. (2006). *Business statistics : for contemporary decision making.* (4th ed.). Business Statistics for Contemporary Decision Making. New York : John Wiley and Sons.

Hair,J.F., Black, W.C. & Alderson, R. E. (2006). *Multivariate Data Analysis*. (6th ed.). New Jersey: pearson.

Ki-Aries, D. & Faily, S. (2017). Persona-centred information security awareness. *Computers and Security*,70, 663-674.

Metalidou, E. et al. (2014). The human factor of information security: unintentional damage perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences,* 147, 424-428.

Peggy, C. et al. (2012). Enterprise information systems security : A conceptual framework. *Lecture Notes in Business Information Processing.* 105, 118-128.

ปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งต่อผลประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

Causal factors, for Accounting data quality, Accounting information system quality, E- services quality, Perceived value of e- accounting, and User satisfaction of e-accounting affecting the efficiency of e-accounting for small and medium enterprises (SMEs) in Thailand

สุกัญญา คลังทอง* สุพิน ฉายศิริไพบูลย์ [2] และอัจฉราพร โชติพฤกษ์[3]

Sukanya Klungthong* Supin chaisiripaibool[2] and Atcharaporn Chotipurk[3]

Received : November 7, 2019 Revised : April 7, 2020 Accepted : May 28, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหาร พนักงานบัญชีของธุรกิจ (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 800 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM)

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสอดคล้องและเหมาะสม โดยที่ (1) คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (2) การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการใช้งานระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจ (SMEs) ในประเทศไทย (3) แบบจำลอง (Model) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนี ความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี χ^2/df = 1.337, CFI = 1.00, GFI = 0.99, AGFI = 0.98, RMSEA = 0.021 และ SRMR = 0.021

คำสำคัญ : คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

---

* นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

* Doctor Student, Doctor of Business Administration, College of management, Sripatum University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

[2] Assistant Professor, College of management, Sripatum University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

[3] Assistant Professor, College of management, Sripatum University

Abstract

The objective of this research is to study was causal, factors. Which Accounting data quality, Accounting information systems quality, E-service quality, Perceived value of e-accounting and User satisfaction of e-accounting affects the efficiency of e-accounting for small and medium-sized businesses (SMEs) in Thailand. The research has designed into a combination method between qualitative and quantitative research. The sample used in this study are executives, accountants, of small and medium-sized businesses in Bangkok area with 800 sample collecting data with a questionnaire was analyze the data using Structural Equation Modeling .The results of the research indicated that variable was consistent and appropriate with (1) Accounting data quality, Accounting information systems quality, E-services quality have a direct positive influence on the perceived value of e-accounting and user satisfaction of e-accounting (2) The perceived value of e-accounting and user satisfaction of e-accounting have a direct positive influence on the efficiency of e-accounting for SMEs in Thailand (3) The Model was consistent with the data and The six harmony indexes that passed the acceptance criteria were index χ^2 / df = 1.337, CFI = 1.00, GFI = 0.99, AGFI = 0.98, RMSEA = 0.021 and SRMR = 0.021.

Keywords : Accounting data quality, Accounting information systems quality, E- service quality, Perceived value of e-accounting, User satisfaction of e-accounting

1. ความสำคัญและปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันโลกเริ่มเข้าสู่ยุคระบบเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล ที่เทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ได้เป็นเพียง เครื่องมือสนับสนุนการทำงานเฉกเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป หากแต่จะหลอมรวมเข้ากับชีวิตคนอย่างแท้จริง และจะเปลี่ยนโครงสร้างรูปแบบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ กระบวนการผลิต การค้า การบริการ และกระบวนการทางสังคมอื่น ๆ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอย่างสิ้นเชิง ประเทศไทยจึงต้องเร่งนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ โดยในบริบทของประเทศไทย เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถตอบปัญหาความท้าทายที่ประเทศกำลังเผชิญอยู่ หรือเพิ่มโอกาสในการพัฒนา ทางเศรษฐกิจและสังคม (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559) ระบบบัญชีมีหน้าที่ในการวิเคราะห์และตรวจสอบสภาพทางการเงินของบริษัท การจัดเตรียมเอกสารที่จำเป็นสำหรับการคำนวณภาษี การให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการทำงานขององค์กรด้านอื่น ๆ เช่นการผลิต การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการวางแผนเชิงกลยุทธ์ หากไม่มีระบบดังกล่าวจะเป็นเรื่องยากสำหรับธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในการกำหนดประสิทธิภาพ การระบุยอดคงเหลือในบัญชีลูกค้า ผู้จัดจำหน่ายและคาดการณ์ ผลการดำเนินงานในอนาคตขององค์กร (Stefanou, 2006)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนับเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของประเทศ การใช้ข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจสามารถเชื่อมโยงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจได้ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในด้านเศรษฐกิจและสังคม การแข่งขันที่สูงขึ้นระหว่างธุรกิจ ผู้บริหารจึงต้องการข้อมูลทางการบัญชีที่ทันสมัย ถูกต้อง และทันเวลา เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับโอกาสและตอบปัญหาได้อย่างรวดเร็ว กล่าวอีกนัยหนึ่งคือมีการปรับปรุงการบริหารจัดการเกี่ยวกับการเงินและบัญชี การใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์(E-Accounting) สามารถวัดความเสี่ยงของการดำเนินงานบางอย่างหรือทำนายรายได้ในอนาคตด้วยแอพพลิเคชั่นซอฟต์แวร์ทางสถิติที่มีความซับซ้อน การจัดเก็บ และลงทะเบียนเอกสารและการจัดเตรียมตารางทางการเงินในสภาพแวดล้อมทางอิเล็กทรอนิกส์และ

การส่งข้อมูลไปยังบุคคลที่เกี่ยวข้องผ่านทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งประโยชน์ทั้งหมดเหล่านี้ได้รับการพัฒนาและทดสอบในธุรกิจขนาดใหญ่ และควรขยายไปยังธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วย (Fernando & António, 2013)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย งานวิจัยเน้นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้ มีสัดส่วนการถือครองมากกว่า 90% ของธุรกิจในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงกับความต้องการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ในการนำข้อมูลจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี มาใช้วางแผนในการตัดสินใจทางธุรกิจ และเพื่อประเมินสถานะของการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ประโยชน์และอุปสรรคของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ในการนำบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (E-accounting) มาใช้

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

2.2 ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (E-accounting)

เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นใหม่ในด้านการบัญชี ในระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เอกสารต้นฉบับและการบันทึกทางบัญชีมีอยู่ในรูปแบบดิจิทัลแทนรูปแบบกระดาษ แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับในระดับสากล ช่วยประหยัดเวลาและประหยัดพลังงานประหยัดกระดาษและลดค่าใช้จ่ายในองค์กรประเภทใดก็ได้ เป็นเทคโนโลยีขั้นสูงที่นำซอฟต์แวร์ใหม่มาช่วยสำหรับการบันทึกรายการบัญชี การบัญชีเป็นหนึ่งในหน้าที่ที่สำคัญของทุกองค์กร เป็นภาพสะท้อนของธุรกิจ การบัญชีแบบดั้งเดิมเป็นกระบวนการที่ต้องเสียเวลามากในการทำบัญชีและผลที่ตามมา คือต้องรอการสรุปผลของรายงานประจำปี ซึ่งเป็นการจัดทำบัญชีแบบเดิม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลัง เมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการบัญชีที่ทันสมัย ซึ่งจะได้รับผลลัพธ์ทันทีจากการประมวลผลของคอมพิวเตอร์เพียงครั้งเดียว (Ritu, 2016)

Shraddha (2016) ศึกษาปัญหาและความเชื่อมั่นของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ พบว่าการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของงานด้านบัญชี รายงานงบประมาณ การควบคุมและการตรวจสอบ ซึ่งอาจสะท้อนถึงประสิทธิภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี การศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า ผลกระทบที่สำคัญที่สุดของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์คือผลการปฏิบัติงานด้านบัญชี การรายงานและการจัดทำงบประมาณตามลำดับ

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model : TAM)

Davis (1989) ได้พัฒนารูปแบบการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model) เพื่อหาสาเหตุที่ทำให้ผู้คนยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานเป็นความเชื่อที่สำคัญที่สุด โดยทั้ง 2 ปัจจัยจะนำไปสู่ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลให้มีการนำไปใช้และเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับ หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นที่บุคคลเชื่อว่าการใช้ระบบใดระบบหนึ่งโดยเฉพาะจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน นิยามของการรับรู้ประโยชน์จะขึ้นอยู่กับรูปแบบการคาดการณ์ที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned : TRA)

การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นที่บุคคลเชื่อว่า การใช้ระบบโดยเฉพาะไม่จำเป็นต้องใช้ความพยายามมากนัก Long (2010) กล่าวว่า ความเชื่อด้านพฤติกรรมทั้งสองแบบนี้ การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้ นำไปสู่ความตั้งใจในการทำงานของแต่ละบุคคลและพฤติกรรมที่แท้จริง จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีแบบจำลองความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ต่อกัน 3 ด้าน ได้แก่ 1. คุณภาพการบริการ 2. คุณภาพของข้อมูล 3. คุณภาพระบบ ทั้ง 3 ด้านนี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ / การใช้ รวมทั้งความพึงพอใจของผู้ใช้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีนี้เป็นต้นแบบของกรอบแนวคิดการวิจัย

การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Perceived value of e-accounting)

แนวคิดของการรับรู้คุณค่ามีหลายรูปแบบ Dodds และ Monroe นำเสนอรูปแบบแรกซึ่งเป็นรูปแบบที่รู้จักมากที่สุดในปี ค.ศ. 1984 พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการรับรู้คุณภาพและการรับรู้คุณค่า ดังนั้นผู้บริโภคจึงทำการวิเคราะห์ต้นทุนที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และตัดสินใจซื้อ (Dodds and Monroe, 1985)

การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การรับรู้ส่วนบุคคล ความพึงพอใจในการรับรู้เกี่ยวกับความต้องการด้านต่าง ๆ เช่น ความง่าย การรับรู้ถึงคุณลักษณะหรือผลลัพธ์ ผลจากการผสมผสานระหว่างความเสียสละและผลประโยชน์ คุณค่าที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม การประเมินผลคุณลักษณะของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ การซื้อผลิตภัณฑ์หรือการรับบริการ โดยแลกกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการได้รับประโยชน์ในอนาคต (Tony,2003) จาก การศึกษาแสดงให้เห็นว่าการสร้างประโยชน์ต่อการรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการใช้ระบบสารสนเทศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (User Satisfaction of e-accounting)

ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น (Morse, 1953)

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึก ที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบและความรู้สึกที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน ระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้ เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ (Shelly,1975)

จากการทบทวนวรรณกรรมของ Khairul (2003) เรื่องความพึงพอใจในระบบสารสนเทศทางบัญชีและความพึงพอใจในงานของนักบัญชีชาวมาเลเซีย พบว่าความพึงพอใจในงานความปลอดภัยของเครือข่ายโดยมีมาตรการความปลอดภัยขั้นพื้นฐาน ค่าใช้จ่ายในการจัดหา ความสมบูรณ์ของระบบ ความพร้อมใช้งานของ ระบบสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศทางการบัญชี การศึกษา ยังแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจในงานจะมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน ทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กร

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี (Accounting data quality)

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี หมายถึง ข้อมูลที่ได้รับการจัดระเบียบและมีการใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ องค์กรจำเป็นต้องมีข้อมูลทางการบัญชีที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริหารและสนับสนุนการตัดสินใจ (Krismiaji, 2010)

Moses (2014) ศึกษาเรื่องคุณภาพข้อมูลทางบัญชีและผลการดำเนินงานทางการเงินของกลุ่มประเทศยูกันดา พบว่า ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจได้ ความถูกต้อง และทันเวลาเป็นมาตรฐาน ที่แท้จริงของคุณภาพข้อมูลทางบัญชี คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีที่มีประสิทธิภาพ สามารถวัดได้ใน 4 องค์ประกอบ ประกอบไปด้วย 1. มีความถูกต้อง 2. ความครบถ้วนสมบูรณ์ 3. ความทันสมัย/เป็นปัจจุบัน 4. เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting information systems quality)

คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี คือ ระบบข้อมูลด้านบัญชีที่มีคุณภาพสมบูรณ์แบบ เป็นระบบข้อมูลด้านบัญชีที่ครบวงจรสำหรับองค์ประกอบทั้งหมดและระบบย่อยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืน ในการผลิตข้อมูลด้านบัญชีที่มีคุณภาพ องค์ประกอบแบบบูรณาการเรียกว่าเป็นองค์ประกอบของระบบสารสนเทศ ทางการบัญชี ที่ประกอบด้วยฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ วิธีการ ฐานข้อมูลและเครือข่ายการสื่อสาร (Azhar, 2015)

Delone & McLean (2003) อธิบายว่าคุณภาพของระบบสามารถวัดได้ใน 3 มิติ (1) ความยืดหยุ่น โปรแกรมที่มีอยู่จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามความต้องการ (2) ใช้งานง่ายสะดวกในการใช้งานระบบจะช่วยให้ผู้ใช้ สามารถใช้งานระบบได้ง่ายขึ้น (3) ความน่าเชื่อถืออำนาจ / ความเสถียรของระบบ ข้อมูลต่อต้านความเสียหาย และข้อผิดพลาด

คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีประสิทธิภาพ สามารถวัดได้ใน 3 องค์ประกอบ ประกอบไปด้วย ระบบมีความเสถียร มีการบูรณาการ และมีความยืดหยุ่นของระบบ

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E- service quality)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การประเมินและการตัดสินโดยรวมของลูกค้าเกี่ยวกับ ความเป็นเลิศและคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ (e-service) ในตลาดเสมือนจริง มีลักษณะที่มี ความเกี่ยวข้องกับความเชื่อถือไว้วางใจ ประสิทธิภาพ การทำงาน / ความสามารถ การเอาใจใส่ ความเป็นส่วนตัว การประกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ (Yang, 2001)

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ คือ การบริการบนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศรวมถึงการให้ข้อมูล และการสนับสนุนระบบการขนส่ง (โลจิสติกส์) ของการบริการ การติดตามและการแลกเปลี่ยนข้อมูล (Rowley, 2006) คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการกระทำความพยายามหรือการแสดงที่มีการส่งมอบเป็นสื่อกลางโดยเทคโนโลยี สารสนเทศ บริการอี - คอมเมิร์ซดังกล่าวประกอบด้วยองค์ประกอบบริการของการขายสินค้าบนอินเตอร์เน็ต (e-tailing) การสนับสนุนจากลูกค้าและการให้บริการ คำจำกัดความนี้สะท้อนถึงองค์ประกอบหลัก 3 ประการคือ ผู้ให้บริการ, ผู้รับบริการและช่องทางในการให้บริการ (เช่นเทคโนโลยี) (Rowley,2006)

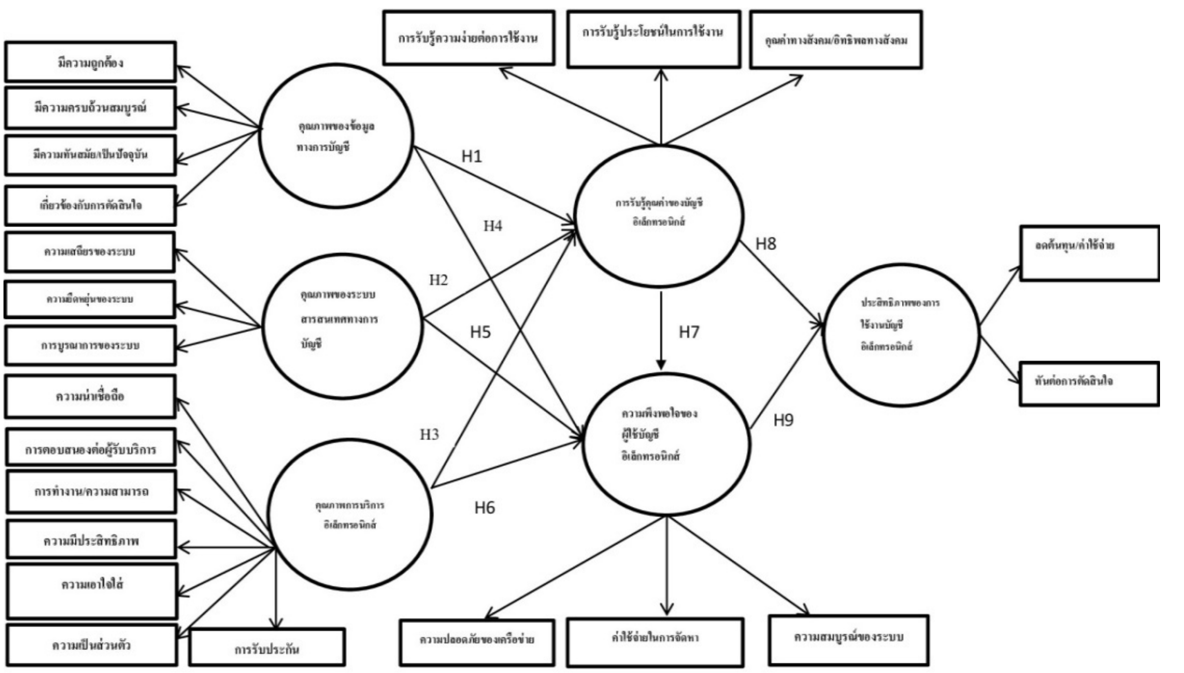
ประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีเล็กทรอนิกส์ (Efficiency of e - accounting)

ประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ผลลัพธ์โดยรวมของข้อมูลทางการบัญชีและการเงิน การกระทำหรือกระบวนการของการปฏิบัติงาน ที่บ่งชี้ถึงสถานะและความสำเร็จในการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

Alameen (2015) ได้ศึกษาการออกแบบและพัฒนาบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ในประเทศ ซูดาน ซึ่งรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์และบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ได้กลายเป็นจุดสนใจที่นิยมของรัฐบาล ในหลายประเทศรอบโลก มากขึ้น และรัฐบาลทั่วโลกได้ใช้งานระบบอินเทอร์เน็ตและการสื่อสาร เช่น ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อใช้ในการลด ต้นทุน ทันต่อการตัดสินใจ การปรับปรุงบริการ การประหยัดเวลาและเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในภาคสาธารณะ

ของรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในโครงสร้าง สังคม ค่านิยม วัฒนธรรม และวิถีของการดำเนินธุรกิจ โดยใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นเครื่องมือในการทำงานประจำวัน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดดังภาพที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดโดยมีตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดข้อสมมติฐาน การวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 2: คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 3: คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 4: คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 5: คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 6: คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 7: การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์

สมมติฐานข้อที่ 8: การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจ

สมมติฐานข้อที่ 9: ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพ การใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจ

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งสิ้นจำนวน 519,118 รายจำแนกเป็นธุรกิจขนาดกลาง จำนวน 154,536 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.77 จากยอดรวมทั้งหมด และธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 364,582 รายคิดเป็น ร้อยละ 70.23
(ณ วันที่ 25 มกราคม 2561)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหาร พนักงานบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 836 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thump) ตามข้อเสนอของ Schumacker & Lomax (1996) และ Hair et al. (1998) (Schumacker & Lomax, 1996., Hair et al., 1998 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลอง จำนวน 22 ตัวแปร และ 88 คำถาม ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย 10x22 = 220 ถึง 20x22 = 440 ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางเทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการประมาณอัตราการตอบกลับเป็น 440+(440x0.9) = 836 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549, ก) เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลและเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนน่าเชื่อถือมากขึ้น จากกรณีความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามอย่างไม่สมบูรณ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดการเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นจากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้อีกคิดเป็นร้อยละ 90 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ 836 คน โดยเก็บตัวอย่างจากกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าจำนวน 140 คน กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัยจำนวน 270 คน ที่พักแรมและบริการด้านอาหารจำนวน 96 คน การผลิตจำนวน 50 คน การขายส่งและขายปลีกจำนวน 130 คน ด้านสุขภาพและความงามจำนวน 150 คน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.2 ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย

1. คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี (Accounting Information Quality) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ความถูกต้องของข้อมูลทางการบัญชี (Accuracy) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลทางการบัญชี (Completeness) ความทันสมัย/เป็นปัจจุบันของข้อมูล (Modern/Real time) และความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Decision) โดยศึกษามาจากงานวิจัยของ Hicks (1993), Maurice(1994), Mcleod (2007), Hall (2011), Azhar Susanto (2013), Bukenya (2014) Maurice (1994)n Mcleod (2007),Hall (2011) Gelinas et al. (2012), Bukenya (2014), Kaye Morris (2017) มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 17 ข้อ

2. คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System quality) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ความเสถียรของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (System stability) ความยืดหยุ่นของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Integration) และ การบูรณาการของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Flexibility) โดยศึกษามาจากงานวิจัยของ Pitt et al.(1995), Delone & McLeon (2003), Sadera et al. (2004), Wixom and Todd,(2005), Heidmann (2008), Zaied (2012),,Azhar Susanto(2013) มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 11 ข้อ

3. คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (E-service quality) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ความน่าเชื่อถือในการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) รูปแบบการทำงาน/ความสามารถของระบบ (Functionality) ความมีประสิทธิภาพของการบริการ (Efficiency) ความเอาใจใส่ (Empathy) ความเป็นส่วนตัว (Privacy) และการรับประกัน (Assurance) โดยศึกษามาจากงานวิจัยของ Pitt et al., (1995), Yoo and Donthu (2001) Zeithaml et.al.,(2002), Santos (2003), Parasuraman (2005), Bauer et al., (2006), Park et al., (2007), Liu et al.,(2010) ,Bilge baykal (2016) มีข้อคำถามทั้งหมด 31 ข้อ

ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วย

1. การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Perceived Value of e – accounting) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้คุณค่าทางสังคม/อิทธิพลทางสังคม (Social Value/Social influence) ซึ่งได้ศึกษามาจากงานวิจัยของ Davis (1989), Sheth et al.,(1991),Wixom and Todd (2005),Hwibowo (2008), Zahra (2009), Sheth et al.,(1991), Sanchez et al., (2006), Ibrahim et al.,(2013),Hong et al.,(2014) Rahim et al.,(2016) มีข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (User Satisfaction of e - accounting) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ความปลอดภัยของเครือข่าย (Network Security) ราคา/ค่าใช้จ่ายในการจัดหา (Expense that relate to supply) และความสมบูรณ์ของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Fulfillment) โดยศึกษามาจากงานวิจัยของ Wasti (1996), Collins (1999), Yoo and Donthu (2001),Barnes and Vidgen (2002), Loiacono et al., (2002), Zeithaml et al.,(2002), Sahay and Gupta (2003), Habibur Rahman Lili Han (2011), Yi-Hui Liang(2012) มีข้อคำถามทั้งหมด 11 ข้อ

3. ประสิทธิภาพของการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (Efficiency of e - accounting) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ คือ ลดต้นทุน/ค่าใช้จ่าย (cost) และทันต่อการตัดสินใจ (Timely decisions) โดยศึกษามาจากงานวิจัยของ Huber(1990), Chenhall (2003),Nzomo Samuel (2011), Augustine M, Maurine K, Jian Z (2014), Taiwo, J.N., Agwu M. Edwin(2016) มีข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) รูปแบบมาตรวัดเป็น Five-point Likert - Type Scale Ranging โดยมีค่า 5 ระดับ และศึกษาการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามจากการสังเคราะห์และการทบทวนวรรณกรรม รวมข้อคำถาม 88 ข้อ ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 ท่าน ประกอบด้วยนักวิชาการด้านการบัญชี 3 ท่าน นักบัญชีวิชาชีพ 3 ท่าน นักสถิติ 2 ท่าน และนักวิชาการด้านการสื่อสาร 1 ท่าน ผลการวิเคราะห์ ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด พบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนี ความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.6-1 ค่าดัชนีความสอดคล้องรวม 0.90 และทดสอบหาความเชื่อมั่นโดยวัดค่าความเชื่อมั่น หรือความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (α) เท่ากับ 0.973 โดยสามารถจำแนกแต่ละ ตัวแปรได้ ดังนี้ คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี เท่ากับ 0.911 คุณภาพระบบสารสนเทศ

ทางการบัญชี เท่ากับ 0.874 คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 0.960 การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 0.867 ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 0.907 ประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เท่ากับ 0.873 ซึ่งทุกด้านมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550) จึงถือได้ว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบรายบุคคล (Individual depth interview) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง สัมภาษณ์ พนักงานบัญชี และ บุคคลที่เคยมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 5 คน ในประเด็นเรื่องที่เกี่ยวกับ ปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เพื่อนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาวิเคราะห์สำหรับเป็นตัวแบบโครงสร้างตัวแปรเพื่อสร้างเครื่องมือแบบสอบถามในการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

3. การสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากผู้บริหารธุรกิจพนักงานบัญชี และนักวิชาการ จำนวน 5 คน มีประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตัวแปร และตัวบ่งชี้ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย อย่างไรบ้าง

ประเด็นที่ 2 ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าอิทธิพล ของตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด การวิจัย อย่างไรบ้าง เพื่อนำผลที่ได้ ยืนยันแบบจำลองที่ค้นพบว่ามีความเหมาะสมความสอดคล้องอย่างไร และนำมาใช้ร่วมในการอภิปรายผล

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบรายบุคคล (Individual depth interview) เป็นการสนทนาโดยการให้โอกาสกับผู้สนทนาทั้งสองฝ่าย ได้สื่อสารแบบสองทาง เพื่อสำรวจทัศนคติ และความคิดเห็นของ ผู้บริหารธุรกิจ พนักงานบัญชี และ บุคคลที่เคยมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 5 คน เพื่อนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยืนยันตัวแปรและปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาศึกษาว่า มีความเหมาะสมและสอดคล้องในบริบทประเทศไทยอย่างไร และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์สำหรับเป็นตัวแบบโครงสร้างตัวแปรเพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถาม ในการศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณ

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเองและแบบออนไลน์ จากผู้บริหาร พนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ระยะเวลาในการดำเนินการรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือน มกราคม - พฤษภาคม 2562 จำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 836 ฉบับ แบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนรวมทั้งสิ้น 820 ฉบับ เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ ของข้อมูล พบว่า แบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนและสมบูรณ์สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 800 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.56 ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับ และเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามแรกในแบบสอบถาม คือ ท่านใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงานหรือไม่ หากท่านไม่ใช้ จะไม่สามารถตอบคำถามข้อต่อไป

3. ดำเนินการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ราย ประกอบด้วย ผู้บริหารธุรกิจ พนักงานบัญชี และนักวิชาการ โดยนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณในแบบสอบถาม มาสรุปเป็นแบบจำลองทางสถิติ โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแบบจำลองที่ได้ และนำบทสนทนามาวิเคราะห์โดยใช้วิธี Content Analysis เพื่อจัดระบบและยืนยันแบบจำลองที่ค้นพบ

4.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติที่เป็นสถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานด้วยการประเมินแบบจำลองการวัดเพื่อตรวจสอบความเที่ยงของตัวแปรและการตรวจสอบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นและแบบจำลองโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งประกอบด้วยดัชนีค่า Chi-Square, (c^2/df,)CFI,GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ ระดับการศึกษาและขนาดธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไป	กลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	177	22.13
	หญิง	623	77.87
	รวม	800	100.00
ระดับการศึกษา	มัธยมปลาย/ปวช.	180	22.50
	อนุปริญญา/ปวส.	212	26.50
	ปริญญาตรี	383	47.87
	ปริญญาโท	24	3.00
	ปริญญาเอก	1	0.13
	รวม	800	100.00
ขนาดของธุรกิจ	ขนาดกลาง (ME)	494	61.75
	ขนาดย่อม (SE)	306	38.25
	รวม	800	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 623 คน คิดเป็นร้อยละ 77.87 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 22.13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 383 คน คิดเป็นร้อยละ 47.87 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ระดับการศึกษามัธยมปลาย/ปวช. จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และระดับการศึกษา ปริญญาเอก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.13 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลาง (ME) จำนวน 494 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมาคือ ธุรกิจขนาดย่อม (SE) จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25

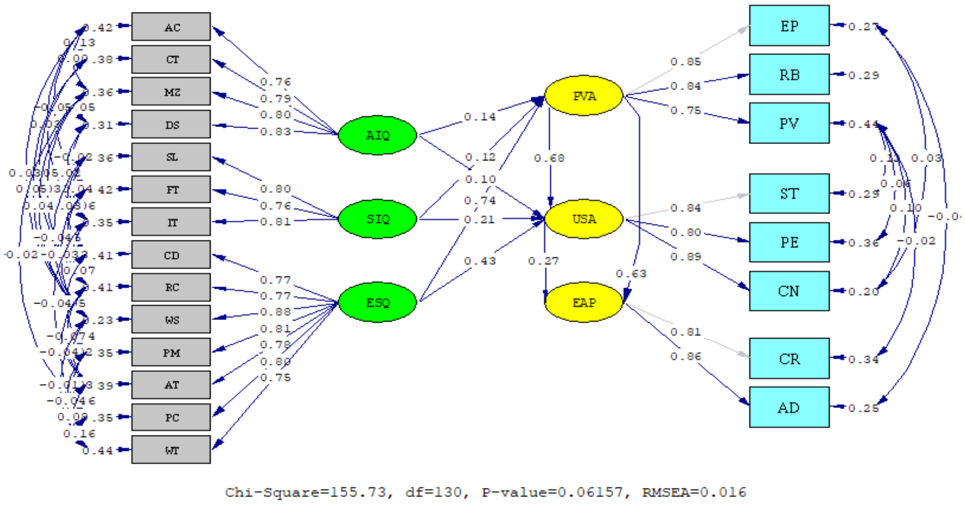
5.2 **ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์** (Assessment of Model Fit)

โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ซึ่งประกอบด้วยดัชนีค่า Chi-Square, (χ^2/df, CFI,GFI, AGFI, RMSEA และ SRMR) ซึ่งผลการวิเคราะห์แบบจำลองครั้งแรก พบว่าค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากค่า χ^2 = 1027.52, df = 197, p-value = 0.000, CFI = 0.99, GFI = 0.90, AGFI = 0.87, RMSEA = 0.073 และ SRMR= 0.030 ซึ่งค่าสถิติที่สำคัญบางตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ (Joreskog & Sorbom,1996) ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับแบบจำลองความสัมพันธ์ (Model Modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในแบบจำลองด้วยค่าดัชนีปรับแบบจำลองความสัมพันธ์ (Model Modification Indices: MI) จากนั้น ปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้น ให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่งค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่า มีการปรับแก้แบบจำลอง จำนวน 69 เส้น ซึ่งในการปรับแบบจำลองมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น คือ χ^2 ลดลงจาก 1027.52 เป็น 155.73 และค่า RMSEA ก็ลดลงเช่นเดียวกันจาก 0.073 เป็น 0.016 แสดงให้เห็นว่าการปรับแก้แบบจำลองเพื่อให้มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยวิธีการดังกล่าวได้ผลค่อนข้างดี และไม่เป็นการแก้ไขแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยดังแสดงในตาราง 2 และภาพประกอบที่ 2

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีความกลมกลืน	**เกณฑ์**	**ค่าดัชนีที่วัดได้**	**ผลการพิจารณา**
χ^2 /df (155.73/130)	< 2.00	1.198	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.98	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.90	0.97	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.016	ผ่านเกณฑ์
SRMR	< 0.05	0.015	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลอง พบว่า แบบจำลองสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์ การยอมรับ คือค่าดัชนี χ^2 /df = 1.198, CFI = 1.00, GFI = 0.98, AGFI = 0.97, RMSEA = 0.016 และ SRMR = 0.015 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพ 3



ภาพประกอบ 2 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองโดยรวม

5.3 **ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร** ปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีคุณภาพระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ ดังตารางที่ 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร

ปัจจัยเหตุ	AIQ			AISQ			ESQ			PVA			USA		
ปัจจัยผล	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
	0.14*	-	0.14*	0.12*	-	0.12*	0.74**	-	0.74**	-	-	-	-	-	-
PVA	(0.07)	-	(0.07)	(0.09)	-	(0.09)	(0.07)	-	(0.07)	-	-	-	-	-	-
	2.01	-	2.01	2.34	-	2.34	10.16	-	10.16	-	-	-	-	-	-
	0.10*	0.09*	0.19**	0.21*	0.08*	0.29*	0.43**	0.50**	0.93**	0.68**	-	0.68**	-	-	-
USA	(0.07)	(0.05)	(0.08)	(0.10)	(0.06)	(0.11)	(0.10)	(0.08)	(0.09)	(0.09)	-	(0.09)	-	-	-
	2.05	1.97	2.98	2.12	2.04	2.59	4.11	6.65	10.35	7.41	-	7.41	-	-	-
	-	0.11*	0.11*	-	0.10*	0.10*	-	0.72**	0.72**	0.63**	0.18**	0.81**	0.27**	-	0.27**
EAP	-	(0.06)	(0.06)	-	(0.07)	(0.07)	-	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.05)	(0.05)	(0.07)	-	(0.07)
	-	1.99	1.99	-	2.16	2.16	-	10.82	10.82	8.75	3.98	16.43	3.86	-	3.86
ค่าสถิติ ไคว์-สแควร์ = 155.73, df = 130, p = 0.06157, GFI = 0.98, AGFI = 0.97, RMR = 0.005, RMSEA = 0.016															
ตัวแปร	AC	CT	MZ	DS	SL	FT	IT	CD	RC	WS	PM	AT	PC	WT	EP
ความเที่ยง	0.58	0.62	0.64	0.69	0.64	0.58	0.65	0.59	0.59	0.77	0.65	0.61	0.65	0.56	0.73
ตัวแปร	RB	PV	ST	PE	CN	CR	AD								
ความเที่ยง	0.71	0.56	0.71	0.64	0.80	0.66	0.75								
สมการโครงสร้างของตัวแปร	PVA	USA	EAP												
R Square	0.84	0.72	0.64												

หมายเหตุ * p < 0.05 ** p < 0.01

จากตาราง 3 สามารถสรุปได้ว่า คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี (AIQ) คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISQ) คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (PVA) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.14, 0.12,และ 0.74 ตามลำดับ คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี (AIQ) คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISQ) คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (USA) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.10,0.21 และ 0.43 ตามลำดับ คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี (AIQ) คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISQ) และคุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (USA) ผ่านการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (PVA) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.09, 0.08 และ 0.50 การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (PVA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (EAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.63 ความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (USA) มีอิทธิพลทางตรง เชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (EAP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.27 คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี (AIQ) คุณภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี (AISQ) คุณภาพของการบริการอิเล็กทรอนิกส์ (ESQ) และการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (PVA) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (EAP) ผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ (USA) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.11, 0.10, 0.72 และ 0.18 ตามลำดับ

5.4 **การดำเนินการวิจัยแบบกลุ่ม** (Focus Group) พบว่า กรอบแนวคิดการวิจัยสามารถนำมาใช้ได้จริงกับบริบทประเทศไทย และตัวแปรแต่ละตัวมีความสอดคล้องและเหมาะสมกับการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศไทย

6. สรุปและอภิปรายผล

6.1 ปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ การรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1-9 ตาม ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพของข้อมูลทางบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี เป็นสิ่งสำคัญ เมื่อพนักงานบัญชีรับรู้ถึงคุณค่าของการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์และเกิดความพึงพอใจในการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์แล้ว จะทำให้เกิดประสิทธิภาพของการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการปฏิบัติงานทางด้านบัญชีของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aradhana Relhan (2013) พบว่า บริษัทส่วนใหญ่ที่ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างข้อมูลทางการเงิน มีแนวโน้มที่จะลดต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และมีพื้นที่เพียงพอในการจัดเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลเพื่อตัดสินใจในการบริหารจัดการได้ทันท่วงที และงานวิจัยของShraddha Verma (2016) พบว่าการใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพของงานด้านบัญชี รายงานงบประมาณ การควบคุมและการตรวจสอบ ซึ่งอาจสะท้อนถึงประสิทธิภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

6.2 อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า เป็นไป ตามสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 – 6 ตามที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า อิทธิพลของปัจจัยทางด้านคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี คุณภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ มีผลต่อการรับรู้คุณค่าของบัญชีอิเล็กทรอนิกส์และความพึงพอใจของผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทางการบัญชี ที่ผู้บริหาร และพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ต้องการนั้น ต้องเป็นข้อมูลทางการบัญชีที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันเวลา เพื่อนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ในการสรุปผลและการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Moses (2014) พบว่า ความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจได้ ความถูกต้อง และทันเวลา เป็นมาตรฐานที่แท้จริงของคุณภาพข้อมูลทางบัญชี และงานวิจัยของ ฐิฏิกานต์ สุริยะสาร (2559) พบว่า การประยุกต์ใช้ข้อมูลทางการบัญชีบริหารที่มีคุณภาพ จะส่งผลต่อการวางแผน การควบคุม การตัดสินใจ ซึ่งเป็นสิ่งความสำคัญอย่างมากในการดำเนินงาน และระบบสารสนเทศทางการบัญชี ที่ผู้บริหารพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ต้องการนั้น ต้องมีความเสถียร มีความยืดหยุ่นและมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงเกินไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวนุช รักสงฆ์ (2562) พบว่า ประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ ด้านความทันเวลา และด้านความเข้าใจได้ มีผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานทางการเงิน ประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชี จะทำให้ได้รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ และงานวิจัยของ ณัฐณิชา ฉัตรสุวรรณ และคณะ (2560) พบว่าการบูรณาการระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยรวม ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการระบบสารสนเทศทางการบัญชี เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจแก่ผู้บริหารในการพัฒนาและปรับปรุงการวางแผน การบริหารเชิงกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีคุณภาพ การได้รับการบริการจากผู้ให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ด้วยความรวดเร็ว สามารถ Update Version ได้ตามที่ผู้ใช้บัญชีอิเล็กทรอนิกส์ร้องขอ มีบริการ การบันทึกประวัติการใช้งาน สามารถเรียกดูประวัติ ย้อนหลังได้ มีบริการ การทำงานบนระบบอินเตอร์เน็ตเชื่อมโยงสาขา สามารถควบคุมโดยสำนักงานใหญ่ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานบนเครือข่ายอินเตอร์เน็ตได้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีบริการด้านข้อมูลทางการบัญชีแบบ Real Time ทุกสถานที่ ให้แก่ ผู้ใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสิ่งที่ผู้บริหาร และพนักงานบัญชีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยให้ความสำคัญ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

(1) ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีด้วยบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ เพราะนอกจากจะช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพของงานด้านบัญชี รายงานงบประมาณ การควบคุมและการตรวจสอบแล้ว อาจสะท้อนถึงประสิทธิภาพขององค์กรได้เป็นอย่างดี

(2) ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการ ควรนำบัญชีอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี เพื่อเป็นการพัฒนาทักษะและลดขั้นตอนการทำงานด้านบัญชี สะดวกต่อการจัดเก็บเอกสาร และช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านวัสดุสำนักงานขององค์กร

(3) ภาครัฐควรมีการส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจหรือผู้ประกอบการ นำบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ หรือ กรมสรรพากร ได้พัฒนาขึ้นสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาใช้ให้มากขึ้น เพื่อให้ได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกัน เช่น การส่งงบการเงิน และการจัดเก็บภาษี

7.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ควรทำการ Exploratory Descriptive Study โดยนำกรอบแนวคิดแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุนี้ไปใช้ศึกษาในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทยที่นอกเหนือจาก เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อยืนยันความสัมพันธ์ที่ค้นพบว่ายังคงเหมือนหรือแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลหรือไม่

(2) ควรศึกษาถึงปัจจัยเชิงสาเหตุด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยเช่น ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย สภาวะทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และกฎระเบียบของทางราชการ (Official rules and regulations) ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

8. ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กับผู้บริหารธุรกิจ พนักงานบัญชี และผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 800 ราย เท่านั้น ดังนั้นผู้ที่จะนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าวนี้ด้วย

2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) จากวรรณกรรมต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัย และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อนำมาใช้ศึกษาแบบจำลองอิทธิพลที่มีต่อประสิทธิภาพการใช้งานบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย ดังนั้นผู้ที่จะนำกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) ไปประยุกต์ใช้ จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดดังกล่าวนี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559) *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพมหานคร.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549) *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิฏิกานต์ สุริยะสาร. (2559). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.*วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 8(2) : 127-140

ณัฐณิชา ฉัตรสุวรรณ, ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์ และขจิต ก้อนทอง. (2560). ผลกระทบของการบูรณาการระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่เป็นเลิศที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.*วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 9(1) : 135-144

เยาวนุช รักสงฆ์ (2562) ผลกระทบของประสิทธิภาพระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.*วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11(2) : 200-213

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542) *โมเดลลิสเรล. สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). กระทรวงอุตสาหกรรม *.รายงาน สถานการณ์ SMEs ประจำปี 2559. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2561* จาก *www.sme.go.th*

Alameen Eltoum mohamed abdalrahman.(2015). Design and Implementation of Electronic Accounting system for Sudan E-government. *International Journal of Computer Science and Information Technology Research* ISSN 2348-120X (online), 3(2) : 1093-1103

Aradhana, R. (2013) E - Accounting Practices of SMEs in India*, International Journal of Technical Research(I-JTR)*, 2(1) : 1-10

Azhar, S. (2015). what factors influence the quality of accounting information. *Bandung. Lingga Jaya*. *Ijaber*, 13, 3995-4014 Retrieved May 5, 2018, From https://pdfs.semanticscholar.org/edeb/50a7960fff498ff893c3e2d14bc13676c7c5.pdf.

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly,* 13 (3), 319-340. Retrieved November 26, 2017, from Emerald database.

DeLone, W. H. & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update, *Journal of Management Information Systems*. 19(4) : 9-30

Dodds, W.B. and Monroe, K.B. (1985). The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations. *in NA - Advances in Consumer Research Volume* 12(eds). Retrieved March 18, 2018, from Emerald database.

Fernando, B., António, T. (2013*). Accounting Information System* : *Tradition and Future Directions.* Procedia Technology 9 (2013) 536 – 546

Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1996). *LISREL8 User's reference Guide*. SSI.

Khairul, A. A.(2003). *Accounting Information System Satisfaction and Job Satisfaction Among Malaysian Accountants*. Paper presented at the Pacific Asia Conference on Information Systems, 10-13 July 2003, Adelaide, South Australia. from Emerald database.

Krismiaji. (2010). *Accounting Information System*. (Issue 3) Yogyakarta, YKPN College of Management Retrieved October 5, 2017, from Google Scholar database.

Long Li. (2010). *A Critical Review of Technology Acceptance Literature*. Retrieved March, 30, 2018, from http://swdsi.org/swdsi2010/SW2010_Preceedings/papers/PA104.pdf.

Morse, N.C. (1953). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan: University of Michigan. Retrieved October 5, 2017, from www.worldcat.org.

Moses, b. (2014). Quality of Accounting Information and Financial Performance of Uganda's Public Sector American *Journal of Research Communication* ISSN: 2325-4076.

Ritu, Toshniwal. (2016). E-accounting: the necessity of modern business. Paper presented at the International conference on Science, Technology and Management. *India International center, New Delhi.*

Rowley, J. (2006). An analysis of the e-service literature: towards a research agenda. *Journal of Internet Research,* 16(3) : 339 – 359 Retrieved October 5, 2018, from EBCSO database.

Shradha Verma. (2016). *E - Accounting Problem and Prospects*. Retrieved January 5, 2018, from https://security.recreation.hol.es/e-accounting-problems-propects/.

Shelley, Maynard W.(1975). *Responding to Social Change.* Pennsylvania : Dowden, Hutchison. Retrieved January 5, 2018, from www.worldcat.org.

Stefanou, C. (2006). The Complexity and the Research Area of AIS, *Journal of Enterprise Information Management*, 19(1) : 9-12.

Tony, W.. (2003). Conceptualising 'Value for the Customer': An Attritional, Structural and Dispositional Analysis. *Journal of Academy of Marketing Science Review, The Nottingham Trent University.* 12,1- 42 Retrieved October 5, 2017, from http://www.amsreview.org/articles/woodall12-2003.pdf.

Yang, Z. (2001). *Customer perceptions of service quality in internet based electronic commerce*. Proceedings of the 30 th EMAC Conference, Bergen, 8-11.

โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Green Hotel: Administrative Strategies and Accounting Practices for Environmental Management of Krungsri River Hotel, Phranakhon Si Ayutthaya Province

ภาวินีย์ ธนาอนวัช*

Pawinee Thanaanawat*

Received : November 25, 2019 Revised : April 8, 2020 Accepted : May 13, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมสีเขียว 2) ศึกษาการปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม และ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสานวิธี พื้นที่วิจัยคือโรงแรมกรุงศรีริเวอร์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มเป้าหมายแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) บุคลากรของโรงแรม จำนวน 8 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบเจาะจง 2) ผู้เข้าพัก จำนวน 56 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด คือ 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 2) แบบสอบถาม ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐานคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) กลยุทธ์การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีกลยุทธ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน มีแผนงาน/โครงการมีการกันงบประมาณในการปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ 2) การจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ทำให้โรงแรมกรุงศรีริเวอร์เกิดความคุ้มค่าในด้านการลงทุนทางการเงิน ทำให้โรงแรมเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร และทำให้เกิดมูลค่าทางการเงินขององค์กรและภาพลักษณ์ของโรงแรมในสายตาของลูกค้าดีขึ้น และ 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านทำเลที่ตั้ง เป็นโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมืองและสะดวกต่อการเดินทาง

คำสำคัญ: โรงแรมสีเขียว กลยุทธ์การบริหารจัดการ บัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ปัจจัยการเลือกใช้บริการโรงแรม

---

* อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

* Lecturer, Department of Accounting Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

Abstract

This research aimed at 1) studying administrative strategies for green-hotel business management, 2) studying accounting practices for environmental management, and 3) studying factors influencing decision-making in using services provided by Krungsri River Hotel. In this mixed-method study, Krungsri River Hotel, Phranakhon Si Ayutthaya Province was purposively selected as the target area consisting of 2 target groups including 1) 8 hotel staff selected by purposive sampling and 2) 56 hotel guests selected by accidental sampling. There were 2 research instruments including 1) a semi-structured interview form and 2) a questionnaire. For data analysis, quantitative data were analyzed using basic statistics consisting of percentage, mean, and standard deviation (SD), and qualitative data were analyzed using content analysis and presented in forms of descriptive writing. The findings showed that 1) administrative strategies for green-hotel business management—Krungsri River Hotel possessed clear-cut strategies in environmental management, reserved budgets for environmental management and improvement plans/projects, and regularly followed-up on operational evaluation relative to environmental aspects, 2) accounting practices for environmental management—the accounting practices contributed to better financial investment valuation, profitability, financial values, and organizational image of Krungsri River Hotel among customers, and 3) factors influencing decision-making in using services provided by Krungsri River Hotel as an eco-friendly hotel—the location was found to possess the highest mean; the hotel was located at the center of downtown enabling transport convenience.

Keywords: Green Hotel, Environmental Management Accounting (EMA), Administrative Strategies, Factors influencing hotel selection

1. บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคแห่งโอกาสสำหรับนักธุรกิจที่เปิดกว้างทางการตลาดในการเข้าสู่ยุค“ผลิตภัณฑ์สีเขียว” องค์กรต่าง ๆ จำนวนมากจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจโดยการให้ความสำคัญประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับการแข่งขันค่อนข้างสูงจึงต้องงัดกลยุทธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า การปรับรูปแบบองค์กร การสร้างวัฒนธรรมองค์กร การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่กรีนโปรดักส์ (Green Product) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ จึงมุ่งให้ความสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวซึ่งแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกกำลังมุ่งสู่การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Torism) การท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพ และเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและเป็นภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศอีกทางหนึ่ง เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น การบริการด้านธุรกิจโรงแรมถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ

โรงแรมเป็นสถานประกอบการที่ให้บริการ โดยมุ่งเน้นความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องใช้ทรัพยากร ใช้พลังงานก่อให้เกิดมลภาวะทั้งขยะมูลฝอยและน้ำเสีย ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และเป็นส่วนสำคัญในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ อันเป็นสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและเกิดปรากฏการณ์ภาวะโลกร้อนจากการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และทำให้สถานประกอบการโรงแรมและบริการประเภทต่าง ๆ เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามไปด้วย (Parnasis, 1998) และการขยายตัวของสถานประกอบการโรงแรมอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างมาก (Robinot & Giannelloni, 2010) การจัดการโรงแรมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสภาวะโลกร้อนเป็นหัวใจสำคัญในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดการอย่างถูกต้องเพื่อประโยชน์ของโรงแรม ชุมชน สังคม และนักท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานโรงแรมสีเขียว สมาคมโรงแรมเป็นหน่วยงานหนึ่งในการสร้างมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อยกระดับการบริหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้ประกอบการภายใต้ชื่อ “มูลนิธิใบไม้สีเขียว” Green Leaf Foundation ในการจัดทำมาตรฐานแบบแระเมินการรักษาสิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานของโรงแรมเพื่อมอบเกียรติบัตรคือ มาตรฐานใบไม้สีเขียว (The Green Leaf Certificate) ตามลำดับความสามารถในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมสีเขียว แนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ ซึ่งเป็นโรงแรมแห่งแรกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานใบไม้สีเขียว จากมูลนิธิใบไม้สีเขียวโดยโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ได้ถูกบันทึกไว้ใน Green Hotel Directory โรงแรมเพื่อโลกสวยไว้ใน Green Hotel โดยได้รับรางวัลเหรียญทอง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการโรงแรมที่เป็นรูปแบบการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเป็นแนวทางให้กับธุรกิจโรงแรมและองค์กรอื่น ๆ ที่สนใจในการปรับเปลี่ยนธุรกิจให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อแสวงหาความรู้ที่จะนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย จึงได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญดังนี้

2.1. แนวคิดและทฤษฎีการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม (Environment Management Accounting) แนวคิดการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นในปี 1970 อันเป็นผลมาจากการเพิ่มความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมและความห่วงใยต่อสวัสดิการทางสังคมและสิ่งแวดล้อม (Khalid et al.,2012) ต่อมาในปี ค.ศ.1993 ศาสตราจารย์ Rob Gray ทำการศึกษาหาแนวทางที่จะพัฒนาหลักการบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อม (Gray et al, 1993) โดยแนวคิดการบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อมเป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานมาจากแนวคิดการบัญชีตามความรับผิดชอบต่อสังคม (Ramanathan, 1976, Gray,Owen and Maunders,1987) การรายงานความรับผิดชอบต่อสังคม จะรวมปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนและผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งแสดงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมแบบเต็มรูปแบบในรายงานความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท (Neungruthai, 2013) การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นเนื่องจากนักลงทุนจำนวนมากมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในมูลค่าที่สูงขึ้น ค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อมจำนวนมากจะลดลงหรือมีจำกัดอย่างมีนัยสำคัญเป็นผลจากการตัดสินใจทางธุรกิจ Krishna & Peter, (2013) สอดคล้องกับ Enrico Bracci & Laura Maran (2013) การบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อมและการรายงานความรับผิดชอบขององค์กรมีการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม และในประเทศไทย Watchaneeporn, (2010)

พบว่าบริษัทมีแนวโน้มที่จะเน้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะสั้นมากกว่าระยะยาวต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนประเด็นการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมจึงถูกใช้เป็นสาเหตุของความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยผ่านบัญชี (Somnath et al. 2011) การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมสามารถดูได้จากรายงานประจำปี รายงานความยั่งยืน และรายงานอื่น ๆ ขององค์กร การบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อม แตกต่างจากการบัญชีการเงินสิ่งแวดล้อม ตรงที่ผู้ใช้ข้อมูล คือ บุคคลหรือหน่วยงานที่อยู่ภายในกิจการ และการจัดทำรายงานไม่จำเป็นต้องปฏิบัติ ตามมาตรฐานการบัญชีรับรองโดยทั่วไป ปัจจุบันยังไม่มีแนวปฏิบัติ ด้านบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยที่เป็นบรรทัดฐานสำหรับธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจแต่ละแห่งแต่ละประเภทอาจมีระบบการบริหารสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลทำให้วิธีการบัญชีบริหารสิ่งแวดล้อมแตกต่างไปด้วย องค์ประกอบของการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม มี 3 องค์ประกอบได้แก่ หนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Liability) มีความสำคัญทางด้านบัญชีและเป็นภาระผูกพันตามกฎหมายที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในอนาคต อันเนื่องมาจากการผลิต การใช้ หรือการปล่อยสาร จากการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบสิ่งแวดล้อม ค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Expense) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นจริงในการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม หรือการเสื่อมสภาพของสินทรัพย์ทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าใช้จ่ายในการกำจัดของเสีย ค่าใช้จ่ายในการกำจัดสารพิษ เป็นต้น สินทรัพย์ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Assets) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตบนโลก รวมกันประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางชีวภาพและกายภาพ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและต่อมนุษยชาติ(ดวงมณี โกมารทัต, 2554) การบัญชีเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environment Management Accounting or EMA) เป็นการบัญชีที่ระบุ ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูล และสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน เพื่อเสนอต่อผู้บริหารทุกระดับภายในองค์กรฝ่ายบริหารสามารถใช้รายละเอียดดังกล่าวเป็นเครื่องมือในการบริหารสิ่งแวดล้อม (Krishna & Peter, 2013) ทางด้าน Watchaneeporn (2010) พบว่าบริษัทมีแนวโน้มที่จะเน้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะสั้นมากกว่าระยะยาวต่อสังคมสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งข้อจำกัดนี้เป็นการป้องกันการปล่อยมลพิษและของเสีย ที่ไม่สามารถระบุความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม และต้นทุนทางสังคมภายนอกได้ ดังนั้นการปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนในองค์กรจำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยความตั้งใจของพนักงานทุกคน เป็นความท้าทายที่จะเปลี่ยนมุมมองของบริษัทจากเป้าหมายทางเศรษฐกิจมาเป็นความขับเคลื่อนเพื่อนำไปสู่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่กว้างขึ้น นับตั้งแต่การบัญชีแสดงให้เห็นถึงข้อมูลและเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรับรู้ความเป็นจริงทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันจึงกลายเป็นเรื่องที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของปัญหาสิ่งแวดล้อมการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี (Hasan & Hakan, 2012)การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมช่วยให้องค์กรและผู้มีส่วนได้เสียสามารถประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างอย่างทั่วถึง โดยใช้มาตรการทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการปรับปรุงเพื่อลดความเสี่ยงและของเสีย ลดต้นทุนที่ไม่พึงประสงค์และเพิ่มโอกาสใหม่ ๆ การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมสามารถระบุต้นทุนจริงที่ถูกต้องได้ ทั้งนี้ Borzuzadeh (2011) ได้กล่าวว่า ข้อมูลการบัญชีเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการวัดเชิงพาณิชย์และเศรษฐกิจ ดังนั้นการรายงานผ่านระบบบัญชีจึงมีบทบาทสำคัญในการประเมินประสิทธิภาพขององค์กร และควรตระหนักถึงเรื่องรายงานประจำปีหรือรายงานด้านสิ่งแวดล้อมที่แยกออกจากกัน การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อประเมินประสิทธิภาพ การตัดสินใจ การควบคุม และการรายงาน องค์กรควรรายงานกิจกรรมทุกอย่างที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมนอกเหนือจากการรายงานการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อสินทรัพย์และผลการดำเนินงานขององค์กร (Hamid & Salehe, 2015)

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์และการบริหารจัดการ

กลยุทธ์หมายถึงวิธีการต่อสู้ ที่ต้องใช้ศาสตร์และศิลปะในการสั่งการในการบริหารจัดการธุรกิจ" กลยุทธ์จะเป็นเค้าโครง (Outline) ที่ผู้บริหารวางแนวทางในการบรรลุเป้าหมายในระยะยาวขององค์กร ส่วนการจัดการกลยุทธ์ (Strategies Management) Summer (2009) ให้ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ว่ากลยุทธ์คือวิธีการแข่งขันทางธุรกิจที่ได้รับการออกแบบและคิดค้นมาเพื่อสร้างความสำเร็จสู่องค์กร ซึ่งกลยุทธ์คือเป็นการวางแผนเพื่อทราบถึงจุดเด่นของคู่แข่งขัน เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องในการสำรวจสภาพแวดล้อมเปรียบเทียบกับความต้องการและสถานะขององค์กร โดยผู้บริหารต้องคำนึงถึงสถานการณ์ขององค์กรในระยะยาว แล้วนำมากำหนดแผนงาน การปฏิบัติ และการควบคุม ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantages) จนสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ การจัดการเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กรดังต่อไปนี้

1. ช่วยให้ผู้บริหารสามารถสำรวจและประเมินปัญหา ความสามารถพื้นฐานขององค์กร การเปลี่ยนแปลงและผลกระทบของสถานการณ์ที่มีต่อธุรกิจ

2. ผลลัพธ์จากกระบวนการจัดการกลยุทธ์ จะกำหนดเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนสำหรับพนักงาน ทำให้องค์กรสามารถดำเนินงานสู่เป้าหมายและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้โดยไม่หลงทาง

3. ช่วยปรับปรุงและสนับสนุน ทำให้เกิดการประสานงานระหว่างกิจกรรมและจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในทุกระดับขององค์กร

4. ช่วยให้ผู้บริหารมีเป้าหมายและทราบถึงทิศทางในการบริหารงาน ทำให้มีความมุ่งมั่น และการปรับตัวให้สอดคล้องกับปัญหาอย่างยืดหยุ่นและเหมาะสม ฟาโย(Fayol) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเอาไว้ว่า การจัดการคือการพยายามสรุปความและจัดระเบียบเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นแนวคิด และหลักการต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบ ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผน (Planning) คือ การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะกระทบถึงธุรกิจและกำหนดเป็นแบบแผน วิถีทาง หรือแนวปฏิบัติ เอาไว้เพื่อให้เป็นแนวทางการทำงานในอนาคต 2)การจัดการองค์กร (Organizing) คือ การที่ผู้บริหารจะต้องจัดให้มีโครงสร้าง และอำนาจหน้าที่ในงานแต่ละประเภทในสัดส่วนที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์กรประสบความสำเร็จ 3)การบังคับบัญชา (Commanding) คือ การสั่งการต่าง ๆ แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถปฏิบัติได้เป็นผลสำเร็จ 4) การประสานงาน (Coordinating) คือ การเชื่อมโยงงานของทุกฝ่ายให้เข้ากัน สามารถควบคุมดูแลให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน 5) การควบคุม (Controlling) คือ การกำกับดูแล โดยสามารถรับรองได้ว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นสามารถเข้ากันได้กับแผนที่วางเอาไว้ (พรรณิภา ซาวคำ, 2559: 93)

การบริหารเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Mintzberg (1994) มีดังนี้ 1) กลยุทธ์คือแผน (Strategy is a plan) กิจการทั้งหลายกำหนดกลยุทธ์เพื่อใช้ เป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางองค์การทุกประเภทล้วนมีกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งสิ้น และเป็นแนวทางการดำเนินงาน 2) กลยุทธ์คือ แบบแผน (strategy is pattern) หรือรูปแบบเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับแบบ แผนด้านพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องในแต่ละช่วงเวลานั้น สะท้อนในการวางแผนในอนาคตจำเป็นต้องคำนึงถึงวิวัฒนาการที่สืบเนื่องจากอดีต ขณะเดียวกับที่ผู้บริหารจะวางแผน ใดจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถหรือความคาดหวัง ของผู้บริหารด้วยเพราะในหลายกรณีปรากฏว่าเจตนารมณ์เชิงกลยุทธ์หรือสิ่งที่ผู้บริหารตั้งใจจะทำอาจจะเป็นไปไม่ได้แต่ผู้บริหารอาจใช้ความชำนาญด้านต่าง ๆ ปรับกลยุทธ์ในระหว่างปฏิบัติจนแปรเปลี่ยนเป็นกลยุทธ์ที่เกิดขึ้นจริง 3) กลยุทธ์คือการกำหนดฐานะหรือตำแหน่ง (strategy is position) ในสนามแข่งขันสินค้าหรือ

บริการที่เสนอออกไป จำเป็นต้องเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภท หรือแต่ละตลาด หากขาดเสียซึ่งความเข้าใจในฐานะหรือตำแหน่งทางการตลาดหรือขาดความรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการแข่งขันย่อมนำไปสู่ความล้มเหลวในการเสนอบริการต่าง ๆ ได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ พบว่ามีนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้แบ่งปัจจัยไว้ ดังนี้ Oppenheim (1979: 63) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้ 1) ค่านิยม (Value) ค่านิยมจะมีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีตัวเลือกหลายตัว ตัวเลือกที่หนึ่งอาจมีผลทำให้ค่านิยมพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปในด้านที่ดีขึ้น 2) ประเภทของครอบครัว (Type of Family) ประเภทของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ เช่นขนาดของครอบครัว การเงินของครอบครัว อาชีพและการศึกษาของสมาชิกที่อยู่อาศัยและศาสนาของครอบครัวจะมีความสำคัญตอการตัดสินใจ 3) ทรัพยากรครอบครัว (Family Resources) ทรัพยากรครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจ กล่าวคือ บุคคลโดยทั่วไปมักจะทำตามรูปแบบการซื้อในสิ่งเดิมที่เคยซื้อในอดีต ทำให้รอบคอบมากขึ้นเพราะเกิดการตัดสินใจขั้นสุดท้ายและเป็นนิสัย 4) ทิศทางของเศรษฐกิจสังคม (The Socioeconomic Setting) เศรษฐกิจของประเทศจะส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อ ในช่วงที่เศรษฐกิจรุ่งเรืองผู้คนส่วนใหญ่จะทำงานและมีเงินสำหรับจับจ่ายใช้สอยได้อย่างสบายใจ แต่เมื่อเศรษฐกิจตกต่ำก็จะตระหนักถึงสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงจึงจับจ่ายใช้สอยน้อยลง Kotler and Armstrong (2001) ได้กล่าวว่า การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และสามารถจะจัดหาแนวทางกระตุ้นการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งได้มีปัจจัยที่ มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดออกเป็น 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งจนถึงอีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง 2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมบุคคลในกลุ่มอ้างอิง กลุ่มครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล บทบาทและสถานะ บุคคลคนหนึ่งอาจจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม ซึ่งบุคคลนั้นจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่มที่ร่วมอยู่ 3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ได้แก่ อายุ ขั้นตอนวัฎจักรชีวิตครอบครัว อาชีพโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต 4) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยทางจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภคเองที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้า ฉัตยาพร เสมอใจ (2550: 57) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีการตัดสินใจที่เหมือนหรือแตกต่างกันนั้นล้วนมีผลมาจากลักษณะทางภายภาพและสิ่งแวดล้อมของแต่ละบุคคล ซึ่งสามารถแบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจได้เป็น 2 ประการ คือ 1) ปัจจัยภายใน (Internal Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคลในด้านความคิดและการแสดงออกซึ่งมีพื้นฐานมาจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยที่ปัจจัยภายในประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความจำเป็น ความต้องการหรือความปรารถนา แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ทัศนคติ การรับรู้และการเรียนรู้ 2) ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม โดยปัจจัยภายนอกมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ ครอบครัว สังคม วัฒนธรรม ตัวกระตุ้นทางการตลาด สภาพแวดล้อม

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหาร/ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ามาพักโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร/ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ จำนวน 8 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด/ขาย 1 คน ผู้จัดการทั่วไป 1 คน ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายบุคคล 1 คน ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายต้อนรับส่วนหน้า 1 คน ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม 1 คน และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้จัดการฝ่ายบัญชี 1 คน พนักงานบัญชี 2 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในโรงแรม เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการในเวลา 14.00 - 17.00 น.เดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2562 เพื่อให้ข้อมูลกระจายตัวทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 56 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเก็บรวบข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวและการปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ จำนวนทั้งหมด 8 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการฝ่ายการตลาด/ขาย 1 คน ผู้จัดการทั่วไป 1 คน ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายบุคคล 1 คน ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายต้อนรับส่วนหน้า 1 คน ผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม 1 คน ผู้จัดการฝ่ายบัญชี 1 คน พนักงานบัญชี 2 คน เครื่องมือในการสัมภาษณ์จะเป็นแนวคำถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยได้จัดสร้างขึ้นก่อนการเก็บข้อมูล ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 30 ข้อ

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และความชัดเจนของเนื้อหาในการใช้แบบสอบถาม จากนั้นนำผลจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญไปทำการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับโครงสร้างหลักของเนื้อหา (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2550) เมื่อได้ผลการพิจารณาของจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกข้อคำถามที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปมาใช้สำหรับข้อคำถามบางข้อที่ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะเพิ่มเติมผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ชัดเจนยิ่งขึ้น การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรที่ศึกษา คือนักท่องเที่ยว/ผู้เข้ามาใช้บริการพักในโรงแรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 7 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธ์แอลฟ (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบัค (นิรมล กิติกุล,2552) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีค่าความเชื่อถือได้ของข้อมูลเท่ากับ 0.840 (Cronbach’s alpha of 0.840) ซึ่งนับว่าสูงและเครื่องมือมีความเชื่อถือได้

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อการพรรณนา วิเคราะห์จากผลการสัมภาษณ์ถึงกลยุทธ์ในการดำเนินการโรงแรมสีเขียวและของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และแนวทางการปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง “โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติและการเปิดเผยข้อมูลบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกับผู้บริหารโรงแรมฝ่ายต่าง ๆ ทั้งหมด 8 คน พบว่า โรงแรมกรุงศรีริเวอร์เป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับมาตรฐาน 4 ดาว มีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 21-25 ปี มีจำนวนพนักงานทั้งหมดในปัจจุบันอยู่ที่ 201-300 คน โรงแรมได้รับการรับรองมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมคือมาตรฐานโรงแรมใบไม้สีเขียว โรงแรมปลอดบุหรี่ และทางโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในรายงานประจำปีทุกปี จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับโรงแรมมีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้านใดบ้าง กลุ่มตัวอย่างทุกท่านให้การสัมภาษณ์เหมือนกันทุกคนคือ ทางโรงแรมไม่มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและไม่เคยได้รับการร้องเรียนจากชาวบ้านหรือชุมชนใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านขยะ ปัญหาน้ำเสีย หรือปัญหาจากเสียงรบกวน เนื่องจากทางโรงแรมมีการใส่ใจเป็นพิเศษในเรื่องของปัญหาเหล่านี้ เพราะกลัวว่าถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะเกิดภาพลบกับทางโรงแรม

1.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายขาย ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายต้อนรับส่วนหน้า ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการโรงแรมฝ่ายบุคคลและผู้จัดการฝ่ายทั่วไป พบว่าโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีกลยุทธ์การบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยสรุปเป็นประเด็นสำคัญด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

1.1.1 **ด้านการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมของโรงแรม** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีนโยบาย/วิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมอย่างชัดเจนโดยทางโรงแรมมีการประกาศแนวนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกคนทราบและถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน มีแผนงาน/โครงการในการปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมโดยในแต่ละปีฝ่ายแผนงานจะกำหนดโครงการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อมไว้ในแผนงานและจะปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมตามแผนงานที่วางไว้ มีการกันงบประมาณในการสนับสนุนการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมเพื่อให้แผนงานด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้พยายามจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุดเท่าที่ทำได้ เนื่องจากสินค้าบางชนิดที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมจะมีต้นทุนในการจัดซื้อจัดจ้างสูง มีการดำเนินกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกับชุมชนในพื้นที่ทุกปี โดยหลัก ๆ คือการร่วมมือกับชุมชนในการรักษาแม่น้ำป่าสักที่อยู่ติดกับโรงแรม และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน

ด้านสิ่งแวดล้อมอย่าสม่ำเสมอ โดยทางโรงแรมมีทีมงานส่วนหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานของโรงแรมด้านต่าง ๆ รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

1.1.2 **ด้านการจัดการขยะ** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการให้ความรู้เรื่องการทิ้งขยะและมีถังขยะสำหรับการ การคัดแยกขยะให้กับพนักงานโดยมีการฝึกอบรมพนักงานที่เข้ามาใหม่ และมีการทำป้ายประกาศในจุดทิ้งขยะใหญ่ ๆ ของโรงแรมเพื่อให้พนักงานได้ปฏิบัติตาม มีพื้นที่/สถานที่พักขยะก่อนนำไปทิ้งหรือนำไปกำจัดเพื่อความสะอาดของโรงแรมและชุมชนใกล้เคียง มีการลดปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรม

1.1.3 **ด้านการจัดการน้ำ** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการขอความร่วมมือจากพนักงานและผู้ใช้บริการในการใช้น้ำอย่างประหยัดโดยการติดสติ๊กเกอร์ประหยัดน้ำตามจุดต่าง ๆ เป็นต้น มีระบบการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ มีการนำน้ำเสียที่ผ่านมาการบำบัดแล้วกลับมาใช้ใหม่อีกครั้ง เช่น รดน้ำ ต้นไม้/สนามหญ้า เป็นต้น มีการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำเช่น โถสุขภัณฑ์ ฝักบัว อ่างอาบน้ำ เป็นต้น มีการตรวจสอบ การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการใช้น้ำโดยทางโรงแรมมีช่างซ่อมบำรุงคอยตรวจเช็ค แก้ไข อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างสม่ำเสมอ

1.1.4 **ด้านการจัดการเสียง** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการให้ความรู้พนักงานเกี่ยวกับอันตรายของเสียง การป้องกันเสียงดังที่เกิดจากการทำงาน โดยมีการอบรมพนักงานที่เข้ามาใหม่ถึงอันตรายของเสียงดังที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของโรงแรม มีการเตรียมอุปกรณ์ป้องกันเสียงดังที่เกิดจากการทำงานและเกิดจากกิจกรรมของโรงแรม โดยมีการทำห้องประชุม ห้องพักห้องคาราโอเกะเป็นห้องเก็บเสียง เพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนผู้ใช้บริการของโรงแรมในด้านต่าง ๆ รวมถึงแขกที่เข้ามาพักในโรงแรม มีการบำรุงรักษาอุปกรณ์อยู่สม่ำเสมอเพื่อป้องกันการเกิดเสียงดังจากการทำงานที่ผิดปกติเช่น เครื่องปรับอากาศ มีการขอความร่วมมือจากผู้ใช้บริการของโรงแรมในการใช้เสียงภายในโรงแรม และทางโรงแรมมีการควบคุม ดูแลการใช้เครื่องขยายเสียงในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่ เป็นการรบกวนผู้ใช้บริการโรงแรมท่านอื่น มีการเลือกใช้อุปกรณ์ที่ไม่มีเสียงรบกวนหรือมีเสียรบกวนน้อยที่สุด เช่น เครื่องดูดฝุ่น โถสุขภัณฑ์

1.1.5 **ด้านการจัดการพลังงาน** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการให้ความรู้เรื่องการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าการประหยัดพลังงานให้กับพนักงานโดยการฝึกอบรม การติดสติ๊กเกอร์ประหยัดพลังงานตามอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการขอความร่วมมือ/รณรงค์เรื่องการประหยัดพลังงานในห้องพักเช่น การตั้งอุณหภูมิห้องไม่ต่ำกว่า 25 องศา ปิดไฟเมื่อไม่ได้ใช้งาน มีการใช้ที่เปิด-ปิดไฟอัตโนมัติในพื้นที่สาธารณะของโรงแรม มีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ได้มาตรฐานโดยมีการรับรองเรื่องประสิทธิภาพ เช่น การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีฉลากไฟเบอร์ 5 มีสัญลักษณ์ Energy Star มีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ช่วยในการประหยัดไฟเช่นการใช้หลอดไฟฟลูออเรสเซนส์แทนการใช้หลอดไส้ การใช้โคมไฟแบบมีแผ่นสะท้อนแสง

1.1.6 **ด้านการจัดการคุณภาพอากาศ** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการจัดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่แยกออกจากพื้นที่สาธารณะอื่นภายในโรงแรมโดยมีป้ายบอกพื้นที่อย่างชัดเจน มีการจัดการทำความสะอาด การซ่อมบำรุงระบบท่ออากาศ เครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ มีที่ระบบระบายอากาศในห้องครัวและห้องซักรีดให้มีอุณหภูมิที่เหมาะสม มีการหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่มีการระเหยรุนแรง เช่น น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาขัดเงา ยาฆ่าแมลง ยากันยุง ด้านการจัดการภูมิทัศน์ของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีทางเดินเท้าที่ปลอดภัยและร่มรื่นและมีการให้แสงสว่างตามทางเดิน/สนามหญ้าอย่างเพียงพอ มีการจัดเส้นทางเดินรถที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับพนักงานและผู้ใช้บริการ มีพื้นที่สีเขียวที่ทำให้เกิดความสบายตาและมีการจัดตกแต่งต้นไม้สม่ำเสมอ

1.1.7 **ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ง่าย เช่นมีการใช้กล่องกระดาษแทนกล่องโฟม และทางโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการยกเลิกการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดปัญหากับสิ่งแวดล้อม เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากเขียวกำกับให้ได้มากที่สุด มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิด

อันตรายกับมนุษย์และสัตว์ มีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นก่อนเพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ให้คนในท้องถิ่น มีการใช้ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์ แทนปุ๋ยเคมี ในการดูต้นไม้ภายในโรงแรมและบริเวณรอบ ๆ โรงแรม

ข้อคิดเห็นและเสนอแนะเพิ่มเติมจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ พบว่า โรงแรมให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมอยู่แล้วและทำอย่างจริงจังตลอดมาและอยากให้ทำอย่างต่อเนื่องตลอดไป เนื่องจากการให้ความสำคัญนี้จะทำให้องค์กรเกิดประโยชน์สูงสุด การให้ข้อมูลที่ถูกต้องต่อบุคคลอื่นเกี่ยวกับความรับผิดชอบของกิจการต่อสังคมโดยรวมและเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมเพิ่มขึ้นนั้นจะทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น นั่นหมายถึงความรับผิดชอบทางด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้องของทางโรงแรมด้วยและควรให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ฝ่ายบริหารมีข้อมูลที่แท้จริงไปพัฒนาปรับปรุงโรงแรมเพื่อชื่อเสียงของโรงแรมต่อไป ส่วนการดำเนินกิจการควรเปิดเผยข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมไว้ในรายงานประจำปี โดยสะท้อนความความจริงด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมซึ่งจะช่วยฝ่ายบริหารในการตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุนด้านสิ่งแวดล้อม ต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม หนี้สินสิ่งแวดล้อม การประเมินผลงบประมาณรายจ่ายลงทุนร่วมกับทักษะบัญชีบริหารมาร่วมด้วย นอกจากนั้นโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการจัดทำรายงานเกี่ยวกับบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมโดยนำเสนอต่อผู้บริหารและฝ่ายต่าง ๆ เช่นฝ่ายวิจัยและพัฒนา ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายขาย ฝ่ายช่าง (เพื่อพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อม) และฝ่ายบัญชี เพื่อนำเสนอข้อมูลทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินเพื่อให้ผู้บริหารนำไปใช้วางแผน ควบคุมและตัดสินใจ ในเรื่องการจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมมีปัญหาอุปสรรคบ้างเนื่องจากเป็นเรื่องใหม่สำหรับผู้บริหาร/ผู้จัดการ/หัวหน้าแผนก/พนักงานที่จะต้องทำงานร่วมกันตามนโยบายผู้บริหารที่มีต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของโรงแรม จึงอิงกับความต้องการข้อมูลของผู้มีส่วนได้เสียตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว เพื่อการปฏิบัติทางบัญชีควบคู่กันไปได้

1.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับการปฏิบัติและการเปิดเผยข้อมูลบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายบัญชีและพนักงานบัญชีพบว่า โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมมานานแล้วตั้งแต่ที่เกิดกระแสให้องค์กรธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้วยการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ผู้บริหารโรงแรมจึงให้ความสนใจในการดำเนินธุรกิจโดยการใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามไปด้วยเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของโรงแรม ดังจะเห็นได้จากการที่โรงแรมกรุงศรีริเวอร์เป็นโรงแรมแห่งแรกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานใบไม้สีเขียวในช่วงปีแรก ๆ ที่มีการก่อตั้งมูลนิธิใบไม้สีเขียวและทางโรงแรมได้ถูกจัดอันดับเป็นโรงแรมสีเขียว ส่งผลให้โรงแรมได้รับความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเป็นโรงแรมสีเขียวที่มีเอกลักษณ์เด่นคือ สถานที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองและติดริมแม่น้ำ โดยทางโรงแรมมีการจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและทำการเปิดเผยข้อมูลด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมไว้ในรายงานประจำปีทุกปี ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลเกี่ยวกับการปฏิบัติการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมในด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้

1.2.1 **หนี้สินด้านสิ่งแวดล้อม** (Environmental Liability) โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีการกันงบประมาณที่จะนำไปใช้หากเกิดความเสียหายที่โรงแรมกระทำต่อสิ่งแวดล้อมไว้ทุกปี โดยงบประมาณก้อนนี้ถ้าไม่ได้ใช้ทางโรงแรมมีนโยบายในการนำเงินก่อนนี้ไปช่วยเหลือหรือบริจาคเพื่อสังคม มีการปรับปรุงการดำเนินการเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบที่อาจทำให้เกิดหนี้สินและความเสียหายด้านสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ มีการวางแผนเพื่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในการรับรู้เป็นภาระผูกพันเพื่อให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สามารถวัดประเมินหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อมว่ามีอะไรและจำนวนเท่าไรโดยการประมาณการที่ทำโดยฝ่ายบัญชี ผู้บริหารส่งเสริมสนับสนุนให้มีการเปิดเผยข้อเท็จจริงเกี่ยวกับหนี้สินด้านสิ่งแวดล้อมในงบการเงิน

1.2.2 **ค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อม** (Environmental Expense) โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ให้ความสำคัญในการรับรู้รายได้และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับรายการสิ่งแวดล้อมไว้ในบัญชีของโรงแรม มีการส่งเสริมให้มีนโยบายในการรับรู้ต้นทุนสิ่งแวดล้อมว่าเป็นรายจ่ายฝ่ายทุน มีการรวบรวมข้อมูลต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการลงทุนด้านป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ฝ่ายบัญชีของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์สามารถจัดทำรายงานค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างถูกต้อง

1.2.3 **สินทรัพย์ด้านสิ่งแวดล้อม** (Environmental Assets) โรงแรมกรุงศรีริเวอร์คำนึงถึงการใช้สินทรัพย์ด้านสิ่งแวดล้อมเช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ในการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทางโรงแรมลดการใช้พลังงานหรือเพิ่มการใช้พลังงานทดแทนเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการทำงานที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ สถานประกอบการ ไม่รุกล้ำพื้นที่ส่วนกลางเช่นแม่น้ำป่าสักที่อยู่ติดกับโรงแรม โดยจะใช้พื้นที่ในแม่น้ำเฉพาะส่วนที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น ผู้บริหารของโรงแรมให้ความสำคัญในการเปิดเผยข้อมูลจำนวนเงินและค่าชดเชยด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนในรายงานประจำปีของโรงแรม มีการส่งเสริมให้มีการเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการรับรู้ค่าชดเชยด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

1.2.4 **ผลการดำเนินงานทางการเงิน** (Financial Performance) การจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมทำให้โรงแรมกรุงศรีริเวอร์สามารถบริหารจัดการในการใช้สินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้เกิดความคุ้มค่าในด้านการลงทุนทางการเงิน เนื่องจากโรงแรมสามารถเห็นตัวเลขทางการเงินงบการเงินได้อย่างชัดเจนว่าลงทุนทางด้านการเงินไปในส่วนใด และทางโรงแรมสามารถวางแผนเพื่อเพิ่มศักยภาพหรือความสามารถในการสร้างผลกำไรที่เหมาะสม การเปิดเผยข้อมูลบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมทำให้เกิดมูลค่าทางการเงินขององค์กรดีขึ้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการที่โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ได้รับรางวัลโรงแรมใบไม้สีเขียวทำให้ผู้ใช้บริการกลุ่ม Green Hotel มีความมั่นใจเกี่ยวกับการเข้าพักในโรงแรมมากขึ้น ส่งผลให้ผลประกอบการของโรงแรมเพิ่มขึ้น

1.2.5 **ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน** (Non-Financial Performance) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่การเงิน ภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาของลูกค้าดีขึ้นเมื่อทราบว่าโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ได้มีการจัดการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม สังคมและชุมชนรอบสถานประกอบการให้ความยอมรับการมีอยู่ของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์โดยปราศจากการต่อต้าน คัดค้าน และชุมชนพร้อมมีส่วนร่วมและให้ความมือในกิจกรรมโรงแรม พนักงานภูมิใจที่ได้ทำงานให้กับโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ และสามารถใช้ผลจากการดำเนินงานบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในการสร้างโอกาสเข้าสู่ตลาดหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ได้

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณใน 3 ส่วนดังนี้ ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่เข้ามาพักในโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ พฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1: แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่เข้ามาพักในโรงแรมกรุงศรีริเวอร์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
เพศชาย	34	60.7
การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี	25	44.6
อาชีพพนักงานเอกชน	26	46.4
รายได้ต่อเดือน 15,000 - 30,000 บาท	21	37.5

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่เข้ามาพักในโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท

ตาราง 2: แสดงพฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์

พฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการ	จำนวน (คน)	คิดเป็นร้อยละ
เข้าพักที่โรงแรมเป็นครั้งแรก	28	50.0
การเดินทางมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว	35	62.5
พักในช่วงเวลาวันหยุดเสาร์อาทิตย์	25	44.64
มาพักกับครอบครัว	28	50.0
เป็นโรงแรมสีเขียวใจกลางเมือง/การเดินทางสะดวก	21	37.5

พฤติกรรมเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ พบว่า ผู้ใช้บริการเข้ามาพักที่โรงแรมกรุงศรีเป็นครั้งแรก จุดประสงค์ในการเข้าพักคือการเดินทางมาพักผ่อนและท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาพักในช่วงเวลาวันหยุดเสาร์อาทิตย์ และเดินทางมาพักพร้อมครอบครัว สาเหตุที่เลือกพักที่โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ เนื่องจากเป็นโรงแรมสีเขียวที่อยู่ใจกลางเมือง และมีการเดินทางที่สะดวก

ตาราง 3: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	วิเคราะห์ข้อมูล		
	Mean	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ทำเลที่ตั้งของโรงแรมสะดวกแก่การเดินทาง	4.50	.095	มาก
2. การออกแบบและการตกแต่งโรงแรมมีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ เน้นสภาพแวดล้อมที่กลมกลืนธรรมชาติ	3.88	.105	มาก
3. การออกแบบห้องพักของโรงแรมเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ ประหยัดพลังงาน โปร่งโล่งสบายและเห็นวิวแม่น้ำได้ทุกห้อง สร้างความผ่อนคลายในการพักผ่อน	3.88	.105	มาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	วิเคราะห์ข้อมูล		
	Mean	S.D.	ระดับ
4. ความสะอาดและสุขอนามัยของโรงแรม มีมาตรฐานตามการอนุรักษ์ธรรมชาติ ที่เน้นความเป็นมิตรต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.88	.081	มาก
5. ชื่อเสียงของโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยมีนโยบายประหยัดพลังงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ	4.13	.081	มาก
ด้านราคา			
1. อัตราค่าบริการห้องพักรวมถึงอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสม	4.00	.095	มาก
2. มีระดับราคาห้องพักให้เลือกใช้บริการได้หลายระดับ	3.63	.094	มาก
3. การตั้งราคาสอดคล้องกับคุณภาพของโรงแรมที่เป็น Green Hotel	3.75	.089	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. มีระบบการจองห้องพักผ่านอินเตอร์เน็ตเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ	4.38	.065	มาก
2. มีเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ของโรงแรมในการเป็น Green Hotel	4.38	.065	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. มีส่วนลด/สิทธิพิเศษให้กับลูกค้าที่เข้ามาพักในช่วงเวลาที่ไม่ใช่เทศกาลหรือลูกค้าประจำ	3.63	.134	มาก
2. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของโรงแรมหรือสื่อต่าง ๆ ในการเป็น Green Hotel	3.75	.112	มาก
ด้านบุคคลากร			
1. พนักงานมีความสุภาพ มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.25	.089	มาก
2. พนักงานมีการแต่งการที่สะอาดสวยงาม ยิ้มแย้มและมีความเป็นมิตร	4.50	.067	มาก
3. พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือทางด้านข้อมูลต่าง ๆ ได้	4.25	.089	มาก
ด้านกระบวนการ			
1. ความรวดเร็วในการสำรองและจัดหาห้องพัก	4.38	.065	มาก
2. ความรวดเร็วในการตรวจสอบการคืนห้อง (Check Out)	4.38	.065	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ			
1. บรรยากาศโดยรอบโรงแรมมีความเงียบสงบ รู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติ ท่ามกลางใจกลางเมือง ของโรงแรม	4.25	.089	มาก
2. มีการดูแลรักษาพื้นที่กลางแจ้ง ต้นไม้โดยรอบโรงแรมให้ร่มรื่น และสระว่ายน้ำกลางแจ้งมองเห็นวิวแม่น้ำ	4.50	.067	มาก
3. มีการจัดพื้นที่สำหรับคนสูบบุหรี่ไว้อย่างเป็นสัดส่วน	4.25	.112	มาก

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ (Green Hotel) พบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.50 ในด้านผลิตภัณฑ์คือ ด้านทำเลที่ตั้งเป็นโรงแรมสีเขียวที่อยู่ใจกลางเมืองทำให้สะดวกแก่การเดินทางในด้านบุคลากรคือ พนักงานมีการแต่งกายที่สะอาดสวยงามยิ้มแย้มและมีความเป็นมิตร และในด้านลักษณะทางกายภาพทางโรงแรมมีการดูแลรักษาพื้นที่กลางแจ้ง ดูแลต้นไม้โดยรอบโรงแรมให้มีความร่มรื่นและสระว่ายน้ำกลางแจ้งมองเห็นวิวแม่น้ำ รองลงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ มีระบบการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ มีเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ของโรงแรมในการเป็นโรงแรมสีเขียว ในด้านกระบวนการคือ มีความรวดเร็วในการสำรองห้องพักและจัดหาห้องพัก และมีความรวดเร็วในการตรวจสอบการคืนห้อง (Check out) ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ในด้านบุคลากรคือ พนักงานมีความสุภาพมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานสามารถให้ความช่วยเหลือทางด้านข้อมูลต่าง ๆ ได้ ในด้านลักษณะทางกายภาพคือ บรรยากาศโดยรอบโรงแรมมีความเงียบสงบ รู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติท่ามกลางโรงแรมใจกลางเมืองและทางโรงแรมมีการจัดพื้นที่สำหรับคนสูบบุหรี่ไว้อย่างเป็นสัดส่วน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “โรงแรมสีเขียว: กลยุทธ์การบริหารจัดการและการปฏิบัติบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีกลยุทธ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรมสีเขียว โดยมีนโยบาย/วิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน มีการประกาศแนวนโยบายเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานทุกคนทราบและถือเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน มีแผนงาน/โครงการในการปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยระบุไว้ในแผนงานของโรงแรม มีการกันงบประมาณในการสนับสนุนการจัดการสิ่งแวดล้อม มีการจัดซื้อจัดจ้างสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปพกษ์บารมี อุตสาหะวาณิชกิจ (2560: 27) พบว่า การลงทุนด้านกิจกรรมสิ่งแวดล้อม การรายงานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและการตรวจสอบผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลลัพธ์ของธุรกิจ โรงแรมกรุงศรีริเวอร์ได้ร่วมมือกับชุมชนในการรักษาแม่น้ำป่าสัก และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่าสม่ำเสมอ ด้านการจัดการขยะมีถังขยะคัดแยกและมีป้ายประกาศอย่างชัดเจน ด้านการจัดการน้ำ มีการรณรงค์ในการใช้น้ำอย่างประหยัด มีระบบบำบัดน้ำเสีย มีการใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำและเอาใจใส่ต่อการบำรุง แก้ไข อุปกรณ์ที่เกี่ยวกับน้ำอย่างสม่ำเสมอ ด้านการจัดการเสียง มีการป้องกันเสียงดังที่เกิดจากการทำงานและจากกิจกรรมของโรงแรม ห้องพักห้องคาราโอเกะเป็นห้องเก็บเสียง ด้านการจัดการพลังงานโดยการให้ความรู้เรื่องการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าและการประหยัดพลังงานให้กับพนักงาน มีการขอความร่วมมือ/รณรงค์ในการเปิดเครื่องปรับอากาศในอุณหภูมิที่เหมาะสม การจัดการคุณภาพอากาศ มีการจัดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ไว้อย่างเป็นสัดส่วน ทำการซ่อมบำรุงระบบท่ออากาศเครื่องปรับอากาศอย่างสม่ำเสมอ หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีที่มีการระเหยรุนแรง ด้านการจัดการภูมิทัศน์ มีแสงสว่างและมีความร่มรื่นตามทางเดิน/สนามหญ้าอย่างเพียงพอมีพื้นที่สีเขียวและมีการจัดตกแต่งต้นไม้สม่ำเสมอ ด้านการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ง่าย ยกเลิกการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดปัญหากับสิ่งแวดล้อม ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับมนุษย์และสัตว์มีการใช้ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์ แทนปุ๋ยเคมี ในการดูแลและต้นไม้ภายในโรงแรมและบริเวณรอบ ๆ โรงแรม

2. แนวทางการปฏิบัติและการเปิดเผยข้อมูลบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจโดยภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สัตยา ตันจันทร์พงศ์และคณะ (2561: 131) พบว่า ความสัมพันธ์ของการเปิดเผยข้อมูลรายงานการพัฒนาความยั่งยืนมีผลกระทบในเชิงบวกกับมูลค่ากิจการ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.10 สังคมและชุมชนรอบ ๆ โรงแรมให้การยอมรับการมีอยู่ของกิจการ

โดยปราศจากการต่อต้านคัดค้านและพนักงานมีความจงรักภักดีและมีความภูมิใจที่ได้ทำงานให้กับโรงแรมและสามารถใช้ผลการดำเนินงานของการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในการเข้าสู่ตลาดใหม่หรือกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ ผลการดำเนินงานทางการเงินจากการทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมคือโรงแรมกรุงศรีริเวอร์สามารถบริหารจัดการการใช้สินทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความคุ้มค่าในด้านการลงทุนเนื่องจากเห็นตัวเลขทางการเงินได้อย่างชัดเจนว่าลงทุนด้านการเงินไปในส่วนใด สามารถเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไรที่เหมาะสมและเกิดมูลค่าทางการเงินขององค์กรดีขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการกลุ่ม Green Hotel และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พยอม กบิลพัฒน์และคณะ (2556: 217) พบว่า ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 14001 ในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ขององค์กร

3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) เป็นผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยที่พบมากที่สุดคือ ผู้ใช้บริการเลือกทำเลที่ตั้งของโรงแรมเนื่องจากเป็นโรงแรมสีเขียวที่อยู่ใจกลางเมืองทำให้สะดวกแก่การเดินทางมาพัก อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว สถานีรถไฟ และร้านอาหารต่าง ๆ มากมาย ในด้านลักษณะทางกายภาพทางโรงแรมมีการดูแลรักษาพื้นที่กลางแจ้งโดยดูแลต้นไม้โดยรอบให้มีความรู้สึกร่มรื่นอยู่เสมอ มีสระว่ายน้ำกลางแจ้งที่มองเห็นวิวแม่น้ำป่าสัก ค่าเฉลี่ยที่พบรองลงมาคือทางโรงแรมมีระบบการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ ตลอดจนมีเว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ ของโรงแรมในการเป็นโรงแรมสีเขียว ค่าเฉลี่ยที่พบในลำดับที่ 3 คือพนักงานมีความสุภาพมีความกระตือรือร้นในการให้บริการช่วยเหลือข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี บรรยากาศโดยรอบโรงแรมมีความเงียบสงบ รู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติท่ามกลางโรงแรมใจกลางเมือง มีการจัดพื้นที่สำหรับคนสูบบุหรี่ไว้อย่างเป็นสัดส่วน โรงแรมกรุงศรีริเวอร์มีชื่อเสียงในการเป็นโรงแรมมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีนโยบายประหยัดพลังงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ การตั้งราคาสอดคล้องกับคุณภาพของโรงแรมที่เป็น Green Hotel ใจกลางเมือง การออกแบบและการตกแต่งโรงแรมมีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ เน้นสภาพแวดล้อมที่กลมกลืนธรรมชาติ ห้องพักโปร่งโล่งสบายและเห็นวิวแม่น้ำป่าสักสร้างความผ่อนคลายในการพักผ่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติกานต์ สุริยะสาร(2559: 127) พบว่า การวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การบริหารจัดการในธุรกิจ/โรงแรมอื่น ๆ ถึงความแตกต่างของกลยุทธ์ในการจัดการโรงแรม/ธุรกิจสีเขียว และศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดการธุรกิจสีเขียว

5.1.2 ควรศึกษาถึงแนวปฏิบัติเกี่ยวกับบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้บัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมและการเปิดเผยข้อมูลด้านบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ/โรงแรมอื่น ๆ ว่ามีผลต่อการตัดสินในในการลงทุนของนักลงทุนอย่างไร

5.1.3 ควรศึกษารูปแบบการจัดการโรงแรมสีเขียวมีผลต่อการเข้าพักของผู้ใช้บริการหรือไม่อย่างไร โดยอาจเปลี่ยนรูปแบบการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว/หรือผู้เข้าใช้บริการ จากแบบสอบถามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

5.2.1 ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจ/โรงแรมอื่น ๆ ควรให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมและการปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจให้เป็นสีเขียว ซึ่งจะส่งผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุนด้านการเงิน เพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร และภาพลักษณ์ของโรงแรมดีขึ้น

5.2.2 ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจ/โรงแรมอื่น ๆ ควรใช้เป็นแนวคิดในการพัฒนาธุรกิจสีเขียว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมสีเขียว การปฏิบัติเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมสีเขียว แนวปฏิบัติและการเปิดเผยข้อมูลบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ เพื่อเป็นแนวทาง ในการจัดการธุรกิจสีเขียวสำหรับธุรกิจอื่น ๆ ตลอดจนเห็นประโยชน์จากการจัดทำบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ มีกลยุทธ์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน มีแผนงาน/โครงการมีการกันงบประมาณในการปรับปรุงการจัดการสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ การปฏิบัติและการรายงานผลการดำเนินงานเกี่ยวกับการบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ทำให้โรงแรมกรุงศรีริเวอร์เกิดความคุ้มค่าในด้านการลงทุนทางการเงิน ทำให้โรงแรมเพิ่มความสามารถในการสร้างผลกำไร และทำให้เกิดมูลค่าทางการเงินขององค์กร ภาพลักษณ์ของโรงแรมในสายตาของลูกค้าดีขึ้น และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมกรุงศรีริเวอร์ในรูปแบบโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากเป็นโรงแรมสีเขียวที่อยู่ใจกลางเมือง อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว สถานีรถไฟ และร้านอาหารต่างๆมากมายทำให้สะดวกต่อการเดินทาง นอกจากนั้นโรงแรมมีการดูแลรักษาพื้นที่กลางแจ้งโดยดูแลต้นไม้โดยรอบให้มีความรู้สึกร่มรื่นอยู่เสมอ มีสระว่ายน้ำกลางแจ้งที่มองเห็นวิวแม่น้ำป่าสัก มีระบบการจองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตเพื่อความสะดวกของผู้ใช้บริการ พนักงานมีความสุภาพมีความกระตือรือร้นในการให้บริการช่วยเหลือข้อมูลด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี บรรยากาศโดยรอบโรงแรมมีความเงียบสงบ รู้สึกใกล้ชิดธรรมชาติท่ามกลางโรงแรมใจกลางเมือง จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการเลือกเข้ามาพักในโรงแรมกรุงศรีริเวอร์

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2558). *โรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Hotel)*. ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2562. จาก http://www.deqp.go.th/service-portal/g-green/greenhotel/derivation/

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กซเปอร์เน็ท.

พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตราที่ 34. (2547). ค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2562. จาก http://www.bsa.or.th/กฎหมาย/พระราชบัญญัติ-โรงแรม-พศ-๒๕๔๗.

ฐิติกานต์ สุริยะสาร. (2559). ผลกระทบของการประยุกต์ใช้ข้อมูลการบัญชีบริหารที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.* 8(2) : 127-140

ดวงมณี โกมารทัต. (2554). *การบริหารต้นทุน.* พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิรมล กิติกุล. (2552). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ.* กรุงเทพฯ: เพชรเกษมพริ้นติ้งกรุ๊ป.

ปพฤกษ์บารมี อุตสาหะวาณิชกิจ. (2560). การบัญชีเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์องค์กร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียความอยู่รอดของกิจการและความยั่งยืนขององค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ.* 34(1) : 27-56

พยอม กบิลพัฒน์, ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์ และศุทธินี ปราชญ์ศรีภูมิ. (2556). ผลกระทบของความรับผิดชอบทางสังคมเชิงกลยุทธ์และการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิผลการบัญชีสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ได้รับมาตรฐาน ISO 14001 ในประเทศไทย. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 5 (3) : 217-229

พรรณิภา ซาวคำ. (2559). กลยุทธ์การบริหารจัดการภายในโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมขนาดเล็ก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10 (1) : 93

สัตยา ตันจันทร์พงษ์, พัทธ์ยศ เดชศิริ และทัดพงษ์ อวิโรธนานนท์. (2561). อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลรายงานการพัฒนาความยั่งยืนที่มีต่อมูลค่ากิจการ. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 11 (1) : 131-144

Borzuzadeh, M. (2011). *Operational Budgeting. Tehran: Sepinu Publications.* Cantor et al. (2013).

Examining the role of Stakeholder pressure and knowledge management on supply chain risk and demand responsiveness. *The International Journal of Logistics Management,* 25 (1), 202-223.

Bracci, E. & Maran, L. (2013). Environmental management and regulation: pitfalls of environmental accounting. *Management of Environmental Quality,* 24(4) : 538-554.

Gray, R., Bebbington J. & Walters, D. (1993). *Accounting and the Environment (Greening of Accountancy II) (Paul Chapman Publishing: London)*. This book was translated into South American Spanish.

Gray, R. & Perks,O. D. & Maunders, k., (1987). *Corporate Social Reporting : Accounting and Accountability,* Prentice Hall, London.

Hamid, R. N. & Salehe, M. (2015). Environmental Costs and Environmental Information Disclosure in the Accounting Systems. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 5 (1) : 13–18.

Hasan, S., & Hakan, O. (2012). *The Importance of Environmental Accounting in the Context of Sustainable Development and Within IFRS Evaluation*. 3rd International Symposium on Sustainable Development.

Kelley, S. (2009). *GM 105 Strategy Management. Introduction to strategy.* Retrieved March 30, 2019, from www.Csus.edu/indiv/k/kelleyca/mgmt 129/.../Strategy Management.ppt

Khalid, F. M., Lord, B. R., & Dixon, K. (2012). *Environmental management accounting implementation in environmentally sensitive industries in Malaysia.* Paper presented at the 6th NZ Management Accounting Conference, Palmerston North, 22-23 Nov 2012.

Krishna, M. & Peter, Y. (2013). Green Accounting: Cost Measures. *Open Journal of Accounting,* 2013, 2 : 4-7

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of marketing*. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning*. New York: Prentice-Hall.

Neungruthai, (2013), *Towards a Conceptual Model for Sustainability Financial Reporting System,* Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand (AFAANZ) Conference, 7-9 July,2013, Perth Australia.

Oppenheim, I. (1979). *Management of the modern home*. (2 nd ed.). NewYork: Macmillan Publishing.

Parnasis, M. (1998). *Environmental Management in Thai Hotel Industry, Canadian University Consortium, AsianInstitute of Technology, Urban Environmental Management, Private Sector Initiative*. Retrieved May31,2015, fromhttp://www.ucalgary. ca/ev/designresearch/projects/2000/cuc/tp/outreach

Ramanathan, k. V.. (1976). Toward a theory of corporate social accounting, *Accounting Review*,51

Robinot, E., & Giannelloni, J. L. (2010). Do hotels' "green" attributes contribute to customer satisfaction? *Journal of Services Marketing, 2*4(2), 157-169.

Somnath S.K.Bose R.S.Dhalla. (2011). Environmental Management Accounting: An Overview of its Methodological Development. *IJBIT.* 5(1)

Watchaneeporn., (2010) Barriers to the development of environmental management accounting, *EuroMed Journal of Business, Emerald Group Publishing Limited* , 5(3), 1450-2194.

Wood, D. J., & Jeanne, M. L. (2001). Theorising Business Citizenship. *In Andriof and McIntosh,* 83-103.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง

Factors Influencing Purchase Decision Augmented Reality Card

วรัญญา ติโลกะวิชัย * และอารีมน เสริมทรัพย์[2]

VaranyaTilokavichai* and Areemon Surmsub[2]

Received : February 21, 2019 Revised : April 15, 2020 Accepted : May 24, 2020

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง หรือ เอ อาร์ (Augmented Reality) นิยมใช้ในธุรกิจการโฆษณาท่องเที่ยว บันเทิง เกมส์ ที่มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลสื่อสารออกมาเป็นแบบ 3 มิติ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง (เออาร์ การ์ด) ของผู้บริโภคเป็นการนำเทคโนโลยีเอ อาร์ มาประยุกต์ใช้กับการ์ด โดยทำการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 406 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ไคสแควร์ การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,001 – 30,000 บาทต่อเดือน จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเอ อาร์ การ์ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่าสามารถสกัดปัจจัยได้ 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านตลาด และปัจจัยด้านบริการ โดยพบว่าปัจจัยด้านบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเอ อาร์ การ์ด นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05.

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผล การตัดสินใจซื้อ เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง

---

* อาจารย์ บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

* Lecturer, Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi

[2] นักศึกษาปริญญาโท สาขาจัดการสำหรับการเป็นผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรม บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

[2] Graduate Student, Innovative Entrepreneurship Management, Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi

Abstract

Nowadays, Augmented Reality technology is commonly used in advertising, tourism, entertainment, and games. They have a form of presenting information and communicating in 3D. The objective of this research is to study factors affecting the purchase decision of Augmented Reality Card (AR Card) of consumer. The research is objective to study the demographic, marketing max factors and service quality factors related to the purchase decision of AR Card. Data was collected by the questionnaire from 406 people in Bangkok metropolitan region. The method used in the data analysis were, descriptive statistics, which included frequency, percentage, mean and standard deviation, and the method of inferential statistics, which were composed of Chi-square test, Factor Analysis and Logistic regression.

The result of the study showed that, the most of the samples were female, age between 30-39 years old, working in the private company and average income 15,001-30,000 baht per month. The results from hypothesis testing found that occupation and average income which influenced the consumers purchase decision of AR Card with statistical significance at .05 level. There are two factors from factor analysis, namely, Marketing Factor and Service Factor. The service factor affected on the consumer purchase decision at statistical significance level 0.05.

Keyword : Affected Factors, Purchasing Decision, Augmented Reality Card

1. **บทนำ**

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องปรับตัวในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ถูกนำมาใช้เป็นวิธีในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ (Leymann et al., 2011) ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง หรือเทคโนโลยี เออาร์ (Augmented Reality) ถูกนำมาใช้ในธุรกิจต่าง ๆ เช่น ธุรกิจการโฆษณา ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวกับความบันเทิง เทคโนโลยีเออาร์ สามารถ แสดงข้อมูลในรูปแบบของสื่อดิจิทัลบนโลกของความเป็นจริง โดยที่รูปแบบของข้อมูลนั้นสามารถเป็นได้ ทั้งข้อมูลภาพกราฟิก หรือเสียง โดยเป้าหมายของเทคโนโลยีนี้คือ การนำเสนอรายละเอียดของข้อมูล เพิ่มเติมเพื่อที่จะขยายความให้กับโลกของความเป็นจริง (ชัยอนันต์ สาขะจันทร์, 2559) สามารถผนวกโลกแห่งความเป็นจริงและโลกดิจิตอลเข้าด้วยกัน แสดงภาพดิจิตอล ซ้อนทับบนสภาพแวดล้อมของจริงได้ ในรูปแบบ ภาพ 2 หรือ 3 มิติ และวีดีโอ สามารถแสดงบนพื้นที่ที่เรากำหนดได้ เพียงทำการสแกน ด้วยกล้องจากสมาร์ทโฟนไปยังตัวเครื่องหมาย (Marker) หรือ คิวอาร์โค้ด (QR code) ที่กำหนดไว้ ข้อมูลต่าง ๆ จะปรากฏขึ้นมาให้เห็นบนหน้าจอ (สมศักดิ์ เตชะโกสิต, 2559)

การมอบการ์ดของขวัญและการ์ดอวยพรในช่วงเทศกาลพิเศษหรือวันสำคัญได้รับความนิยมจากคนไทยโดยเฉพาะเทศกาลปีใหม่ และวันวาเลนไทน์ พบว่า มูลค่ามากกว่า 3,600 ล้านบาท ผลสำรวจของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2561) ผู้บริโภคคุ้นเคยกับมอบการ์ดกระดาษเพื่อเป็นของขวัญ ซึ่งในมุมมองของธุรกิจนั้น เทคโนโลยีเออาร์ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับการ์ด ที่ช่วยถ่ายทอดเรื่องราว ในรูปแบบ ภาพ เสียง และวีดีโอผ่านตัวกลางอย่างสมาร์ทโฟน (ธีระ ศิริเจริญ, 2556) จากการพัฒนาเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค (ฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ, 2559) ผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารกันสะดวกรวดเร็ว ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้สังคมโดยรวม เข้าสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปแบบออนไลน์

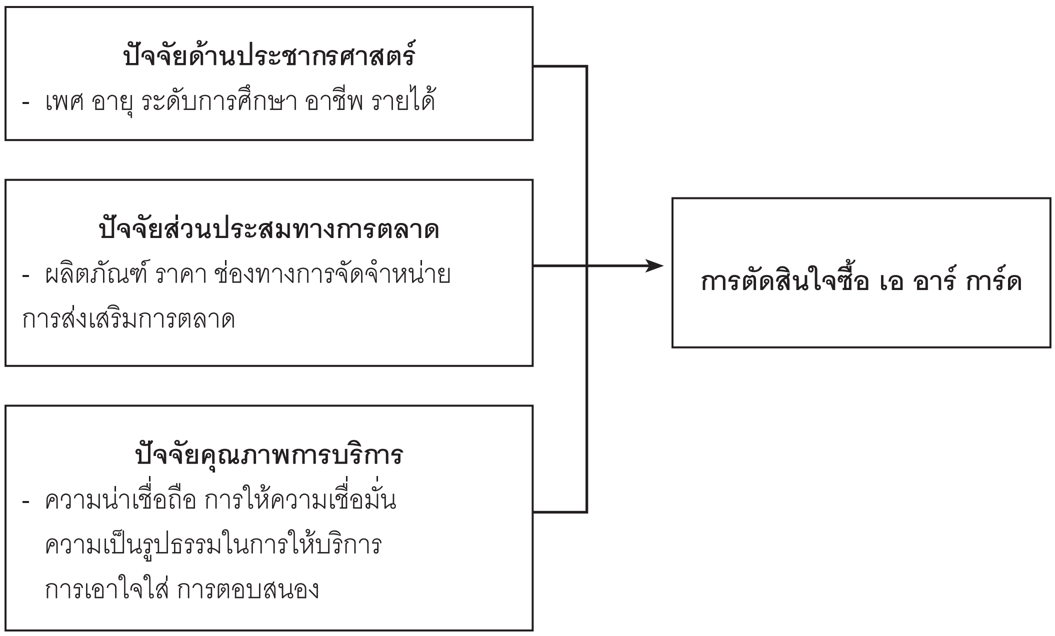
(Aungst, S.G. and Wilson, D.T., 2005) จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิตอล (Digital Disruption) ทำให้เกิดรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ส่งผลต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม (Skog et.al.,2018) ซึ่งปัจจุบันมีการใช้สมาร์ทโฟนกันอย่างแพร่หลาย ทำให้การสื่อสารแบบเผชิญหน้าลดลง (Face to Face Communication) (Vaidya et al., 2016) สมาร์ทโฟนในปัจจุบัน มีการพัฒนาระบบประมวลผลของกล้อง ให้สามารถรองรับเทคโนโลยีเออาร์ โดยการกำหนดรูปแบบของข้อมูลที่ให้แสดงผล เช่น ภาพ 2 มิติ 3 มิติ พร้อมเสียง และวีดีโอได้ (อำนาจ หังษา, 2560) ในปัจจุบันมีธุรกิจผลิตและออกแบบการ์ดของขวัญในรูปแบบการ์ดอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Card) ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมเนื่องจากผู้บริโภคสามารถส่งการ์ดของขวัญได้ในหลากหลายช่องทางผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ณัฏฐา ผิวมา และปริศนา มัชฌิมา, 2559) จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเออาร์และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปดังกล่าวข้างต้น ธุรกิจผลิตการ์ดจึงได้นำเทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง (Augmented Reality) มาใช้กับการผลิตการ์ดของขวัญเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ นำเสนอแก่ผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ซึ่งธุรกิจผลิตการ์ดประกอบด้วยการบริการด้านการออกแบบ และการจัดทำวีดีโอภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียงร่วมกับการใช้เทคโนโลยีเออาร์ ที่ทำให้การ์ดมีความแตกต่างเฉพาะบุคคล ไม่เหมือนใคร เป็นตัวแทนความรู้สึกของผู้ให้ที่มีต่อผู้รับ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง (เออาร์ การ์ด) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้ธุรกิจผลิตและออกแบบการ์ด มีข้อมูลในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในยุค Digital Disruption และผู้ที่สนใจสามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจที่ใกล้เคียงกัน

2. **เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย**

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องครั้งนี้ ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง โดยแสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้

กรอบของการวิจัย
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อการ์ดที่ใช้เทคโนโลยีสื่อเสมือนจริง



2.1 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้กล่าวว่า ลักษณะตัวแปรทางด้านประชากรที่สำคัญ ประกอบด้วย เพศ (Sex) อายุ (Age) ระดับการศึกษา (Education) อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) ที่ช่วยในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประกอบทางการตลาด (Marketing Mix : 4Ps)

Ivy (2018) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ที่สร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ส่งมอบคุณค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ปัจจัยด้านราคา (Price) ลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบราคา คือ คุณค่า (Value) และราคา (Price) ของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยสองสิ่งนี้มีความสัมพันธ์กัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สถานที่ที่ใช้เพื่อนำเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้า ด้านส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อกระตุ้นหรือชักจูงให้ผู้บริโภคเกิด แรงจูงใจในการซื้อสินค้าหรือใช้บริการกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการให้บริการ (SERVQUAL Model)

Parasuraman et al., (1988) ได้กล่าวว่า รูปแบบการให้บริการ มีทั้งหมด 5 มิติ ได้แก่ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการที่เชื่อถือได้ และถูกต้องและมีความสม่ำเสมอในคุณภาพของการให้บริการแก่ลูกค้า ให้บริการตามที่สัญญาไว้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) กับลูกค้า โดยพนักงานจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีความสุภาพอ่อนน้อม และมีความรู้ในงานบริการเป็นอย่างดี ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibility) พนักงานเป็นมืออาชีพ ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากพนักงาน การเอาใจใส่ (Empathy) ดูแลเอาใจใส่ลูกค้าตามความต้องการที่แตกต่างของลูกค้าแต่ละคน การให้ความสนใจและเข้าใจในความต้องการของลูกค้า การตอบสนอง(Responsiveness) มีความพร้อมและตอบสนองลูกค้าอย่างความรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิมลฤดี พันธ์ชูเชิด (2554)พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของขวัญมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)โดยเฉพาะปัจจัยด้านลักษณะพิเศษของของขวัญตามตัวผู้รับ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพของของขวัญ ปัจจัยด้านราคา (Price) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ตามลำดับ

เพ็ญสิริ บำรุงเชาว์เกษม และคณะ (2554) พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ คือ กลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มวัยทำงานตอนต้น เนื่องจากมีพฤติกรรมการซื้อของขวัญบ่อยครั้ง และปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านความเหมาะสมของราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้ร้านจำหน่ายของขวัญ โดยปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และความเหมาะสมของราคา เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายของขวัญมากที่สุด

กฤตินา จันทร์หวร (2559) พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้ากิ๊ฟช็อปผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรม

บุษกร มโนตรัยรัตน์ (2559) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized Gift ประเภทของใช้ ผ่านทางออนไลน์ มี 6 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านความหลากหลายของช่องทางจำหน่าย กิจกรรมส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการโฆษณา ปัจจัยด้านการจำหน่ายทางออนไลน์ ปัจจัยด้านการรับรู้ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

ชนนาถ แสงเจริญ (2558) พบว่า การออกแบบสินค้าบริการมีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความหมายพิเศษจากความทรงจำของผู้ให้ และผู้รับ โดยการใช้สิ่งพิมพ์ รูปภาพ และสิ่งของต่าง ๆ ที่มีความทรงจำอยู่ และมีกระบวนการให้บริการ ที่เน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนอย่างเฉพาะเจาะจง สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่า และความพร้อมในการให้บริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านจำหน่ายของขวัญโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญความหลากหลายของสินค้า สินค้ามีลักษณะพิเศษไม่เหมือนใคร ราคาต้องเหมาะสมกับตัวสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เพราะสะดวกไม่ต้องเดินทางไปที่ร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาดสื่อสารผ่าน Social Media พนักงานมีความรู้ความสามารถและการยินดีให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการต้องสะดวก และรวดเร็ว ร้านค้ามีความสะอาด และมีบรรยากาศที่ดี

2.2 สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการ ผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริโภคที่เคยซื้อการ์ด ผ่านช่องทางออนไลน์และ/หรือ หน้าร้าน ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 406 คน ซึ่งมีจำนวนมากกว่าจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่ได้จากตารางกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane,1967) ที่ขนาดประชากร ∞ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ 5 ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 คุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาให้สอดคล้องกับกรอบการวิจัยและการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถาม (Pre-Test) จำนวน 40 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีครอนบาคแอลฟ่า (Cronbach' Alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 (Cronbach, 1990) ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นได้ค่าครอนบาคแอลฟ่าของข้อคำถามส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ 0.728 ด้านราคา มีค่าเท่ากับ 0.732 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเท่ากับ 0.744 ด้านส่งเสริมการขาย มีค่าเท่ากับ 0.727 โดยรวมแล้วด้านส่วนประสมทางการตลาด มีค่าครอนบาคแอลฟ่า เท่ากับ 0.843 และข้อคำถามคุณภาพการบริการ ได้ค่าครอนบาคแอลฟ่าใน ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเท่ากับ 0.755 ด้านการให้ความเชื่อมั่น มีค่าเท่ากับ 0.834 ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.729 ด้านความเอาใจใส่ มีค่าเท่ากับ 0.738 ด้านการตอบสนอง มีค่าเท่ากับ 0.786 โดยรวมแล้วด้านคุณภาพการให้บริการ มีค่าครอนบาคแอลฟ่า เท่ากับ 0.901 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

3.3 **สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**ดังนั้น

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทาง ประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ ในรูปแบบของความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีทางสถิติ Chi-Square การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis)

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 **ผลลัพธ์การวิจัย**

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 406 ชุด ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 65 เพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 23-29 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 85.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.08 รองลงมาคือธุรกิจส่วนตัว จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.42 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std.	**ระดับความสำคัญ**
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product / Service)			
1. สินค้ามีหลากหลายขนาดให้เลือกซื้อ	3.860	0.819	มาก
2. สินค้ามีการออกแบบที่ตรงตามความต้องการ	3.890	0.862	มาก
3. มีการใช้เนื้อกระดาษที่มีคุณภาพ	3.880	0.813	มาก
4. มีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการ์ด ที่สามารถสแกนดูคลิปวีดีโอได้	3.880	0.838	มาก
รวมด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ	**3.880**	**0.785**	**มาก**
ปัจจัยด้านราคา (Price)			
5. ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า	3.790	0.829	มาก
6. ราคามีหลายระดับให้เลือก	3.890	0.840	มาก
7. มีการเทียบราคาตามรูปแบบสินค้าที่ลูกค้าต้องการ	3.850	0.844	มาก
8. มีส่วนลดทางการค้า	3.790	0.911	มาก
รวมด้านราคา	**3.828**	**0.809**	**มาก**

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด	Mean	Std.	**ระดับ ความสำคัญ**
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)			
9. ร้านค้ามีคุณภาพ	3.830	0.798	มาก
10. มีหน้าร้านเพื่อเลือกชมสินค้าและบริการ	3.900	0.801	มาก
11. มีช่องทางจำหน่ายผ่านทาง Website	4.060	0.817	มาก
12. มีช่องทางจำหน่ายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, Instagram	4.080	0.808	มาก
รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	**3.969**	**0.734**	**มาก**
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)			
13. มีการโฆษณาที่น่าสนใจ เช่น เนื้อหาดี สร้างแรงจูงใจ	3.750	0.816	มาก
14. มีสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้งาน	3.810	0.848	มาก
15. มีส่วนลดพิเศษในช่วงเทศกาลให้กับผู้ใช้บริการ	3.820	0.825	มาก
16. ฟรีค่าจัดส่ง	3.790	0.829	มาก
รวมด้านการส่งเสริมการตลาด	**3.658**	**0.829**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีคะแนนฉลี่ยเท่ากับ 3.880, 3.828, 3.969 และ 3.658 ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของข้อมูลคุณภาพการบริการ

ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ	Mean	Std.	**ระดับ ความสำคัญ**
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)			
1. ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ	3.830	0.775	มาก
2. ราคาสมเหตุสมผล	3.860	0.827	มาก
3. บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง ตรงเวลา	3.860	0.834	มาก
4. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	3.870	0.823	มาก
รวมด้านความน่าเชื่อถือ	**3.855**	**0.777**	**มาก**
การให้ความเชื่อมั่น (Assurance)			
5. เชื่อมั่นในบริการของร้านค้า	3.760	0.785	มาก
6. มั่นใจในการให้บริการของพนักงานที่ถูกต้องตรงเวลา	3.850	0.812	มาก
7. มั่นใจในความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา	3.790	0.831	มาก
8. มั่นใจในมาตรฐานการทำงานของพนักงาน	3.840	0.808	มาก
รวมด้านการให้ความเชื่อมั่น	**3.811**	**0.773**	**มาก**

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของข้อมูลคุณภาพการบริการ (ต่อ)

ข้อมูลด้านคุณภาพการบริการ	Mean	Std.	ระดับความสำคัญ
ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibility)			
9. พนักงานพูดจาดี สุภาพ	3.840	0.786	มาก
10. พนักงานแต่งกายสุภาพ	3.900	0.795	มาก
11. พนักงานรับฟังปัญหาของลูกค้า	3.870	0.788	มาก
12. พนักงานสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้	3.900	0.789	มาก
รวมด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	**3.879**	**0.760**	**มาก**
การเอาใจใส่ (Empathy)			
13. การติดตามผลการใช้งานของลูกค้า	3.740	0.809	มาก
14. การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	3.860	0.826	มาก
15. การใส่ใจในการรับฟังปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ	3.800	0.783	มาก
16. การแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้า	3.870	0.811	มาก
รวมด้านการเอาใจใส่	**3.819**	**0.774**	**มาก**
การตอบสนอง (Responsiveness)			
17. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.730	0.803	มาก
18. ความตรงต่อเวลาในการทำงาน	3.860	0.839	มาก
19. ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา	3.790	0.824	มาก
20. ความถูกต้องและตรงต่อความต้องการ	3.870	0.817	มาก
รวมด้านการตอบสนอง	**3.813**	**0.788**	**มาก**

จากตาราง 2 พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภค ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.855, 3.811, 3.879, 3.819 และ 3.813 ตามลำดับ

ตาราง 3 แสดงลักษณะประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด

ลักษณะประชากรศาสตร์	P-Value	Sig.	ผล
เพศ	2.676	0.102	ไม่สัมพันธ์
อายุ	1.559	0.212	ไม่สัมพันธ์
ระดับการศึกษา	1.691	0.429	ไม่สัมพันธ์
อาชีพ	12.140	0.007*	สัมพันธ์
รายได้	38.074	0.000*	สัมพันธ์

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 จากการทดสอบไคสแควร์ สมมติฐานการที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านประชารศาสตร์ได้แก่ อาชีพ และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเออาร์ การ์ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวอาจมีความสัมพันธ์กันเอง จึงทำการกำหนดเป็นปัจจัยใหม่ที่มีความเหมาะสม จากจำนวนตัวแปร 36 ตัวแปร จากการใช้สถิติทดสอบ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) พบว่าค่า KMO = 0.979 แสดงว่าข้อมูลเหมาะที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัย ในส่วนของการทดสอบ Barlett's Test Sphericity เพื่อทดสอบสมมติฐาน H0: ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ ระหว่างกัน และ H1: ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ที่ α = 0.05 ซึ่งค่า Sig.=0.000 แสดงว่าตัวแปรทั้ง36 ตัวมีความสัมพันธ์กัน จึงทำการวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธีการสกัดปัจจัยแบบ Principal Compotent Analysis (PCA) เมื่อพิจารณาจากค่า Initial Eigenvalues และวิธีหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax พบว่าสามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 2 กลุ่มปัจจัย ดังนี้

ตาราง 4 Extraction Sums of Squared Loadings

Component	Total	%of Variance	Cumulative %
1	28.236	78.432	78.432
2	1.471	4.085	82.518

จากตาราง 4 การวิเคราะห์ Extraction Sums of Squared Loadings พบว่ามีตัวแปรอิสระ จำนวน 36 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 2 กลุ่มปัจจัย ที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรอิสระเดิมทั้งหมด ได้ร้อยละ 82.518 (Extraction Sums of Squared Loadings)

ตาราง 5 การวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ปัจจัยด้านการตลาด**
ผลิตภัณฑ์	- สินค้ามีหลากหลายขนาดให้เลือกซื้อ
- สินค้ามีหลากหลายขนาดให้เลือกซื้อ	- สินค้ามีการออกแบบที่ตรงตามความต้องการ
- สินค้ามีการออกแบบที่ตรงตามความต้องการ	- มีการใช้เนื้อกระดาษที่มีคุณภาพ
- มีการใช้เนื้อกระดาษที่มีคุณภาพ	- มีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการ์ด ที่สามารถสแกนดูคลิปวีดีโอได้
- มีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการ์ด ที่สามารถสแกนดูคลิปวีดีโอได้	- ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า

ปัจจัยที่ได้จากการเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ปัจจัยด้านการตลาด**
ราคา	- ราคามีหลายระดับให้เลือก
- ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า	- มีการเทียบราคาตามรูปแบบสินค้าที่ลูกค้าต้องการ
- ราคามีหลายระดับให้เลือก	- มีส่วนลดทางการค้า
- มีการเทียบราคาตามรูปแบบสินค้าที่ลูกค้าต้องการ	- ร้านค้ามีคุณภาพ
- มีส่วนลดทางการค้า	- มีหน้าร้านเพื่อเลือกชมสินค้าและบริการ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	- มีช่องทางจำหน่ายผ่านทาง Website
- ร้านค้ามีคุณภาพ	- มีช่องทางจำหน่ายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, Instagram
- มีหน้าร้านเพื่อเลือกชมสินค้าและบริการ	- มีการโฆษณาที่น่าสนใจ เช่น เนื้อหาดี สร้างแรงจูงใจ
- มีช่องทางจำหน่ายผ่านทาง Website	- มีสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้งาน
- มีช่องทางจำหน่ายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, Facebook, Instagram	- มีส่วนลดพิเศษในช่วงเทศกาลให้กับผู้ใช้บริการ
การส่งเสริมการขาย	**ปัจจัยด้านการบริการ**
- มีการโฆษณาที่น่าสนใจ เช่น เนื้อหาดี สร้างแรงจูงใจ	- ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ
- มีสินค้าตัวอย่างเพื่อทดลองใช้งาน	- ราคาสมเหตุสมผล
- มีส่วนลดพิเศษในช่วงเทศกาลให้กับผู้ใช้บริการ	- บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง ตรงเวลา
- ฟรีค่าจัดส่ง	- พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ
- คุณภาพการบริการ	- เชื่อมั่นในบริการของร้านค้า
ความน่าเชื่อถือ	- มั่นใจในการให้บริการของพนักงานที่ถูกต้อง ตรงเวลา
- ผู้ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ	- มั่นใจในความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา
- ราคาสมเหตุสมผล	- มั่นใจในมาตรฐานการทำงานของพนักงาน
- บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง ตรงเวลา	- พนักงานพูดจาดี สุภาพ
- พนักงานมีความรู้ ความชำนาญในการให้บริการ	- พนักงานแต่งกายสุภาพ
การให้ความเชื่อมั่น	- พนักงานรับฟังปัญหาของลูกค้า
- เชื่อมั่นในบริการของร้านค้า	- พนักงานสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้
- มั่นใจในการให้บริการของพนักงานที่ถูกต้อง ตรงเวลา	- การติดตามผลการใช้งานของลูกค้า
- มั่นใจในความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหา	- การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน
- มั่นใจในมาตรฐานการทำงานของพนักงาน	- การใส่ใจในการรับฟังปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ได้จากการเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**ปัจจัยด้านการตลาด**
ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ	- การแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้า
- พนักงานพูดจาดี สุภาพ	- ความรวดเร็วในการให้บริการ
- พนักงานแต่งกายสุภาพ	- ความตรงต่อเวลาในการทำงาน
- พนักงานรับฟังปัญหาของลูกค้า	- ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา
- พนักงานสามารถให้คำแนะนำกับลูกค้าได้	- ความถูกต้องและตรงต่อความต้องการ
การเอาใจใส่	- **ฟรีค่าจัดส่ง**
- การติดตามผลการใช้งานของลูกค้า	
- การแจ้งข้อมูลความก้าวหน้าของงาน	
- การใส่ใจในการรับฟังปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ	
- การแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับลูกค้า	
การตอบสนอง	
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	
- ความตรงต่อเวลาในการทำงาน	
- ความรวดเร็วในการแก้ปัญหา	
- ความถูกต้องและตรงต่อความต้องการ	

จากตาราง 5 การวิเคราะห์ปัจจัย สามารถจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งหมด 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการบริการ ซึ่งพบว่าตัวแปรฟรีค่าขนส่ง ซึ่งเดิมอยู่ที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัย ตัวแปรฟรีค่าขนส่งอยู่กลุ่มปัจจัยด้านการบริการจากการจัดทำการวิเคราะห์ปัจจัย ดังกล่าวข้างต้น จึงทำการปรับ สมมติฐานที่ 2 และ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด

ตาราง 6 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด

ปัจจัย	B	S.E.	Wald	Sig
Constant	0.114	0.102	1.245	0.264
ปัจจัยด้านบริการ	0.441	0.105	17.604	0.000*
ปัจจัยด้านตลาด	0.196	0.103	3.633	0.057

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 จากการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 และ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด (Sig. <0.05) แต่ปัจจัยด้านการตลาดไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เอ อาร์ การ์ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการซื้อ เออาร์ การ์ด มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการซื้อการ์ดปกติ ดังนั้นรายได้จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งปัจจัยด้านอาชีพส่งผลต่อรายได้ จากการเก็บข้อมูลพบว่าส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนเป็นกลุ่มอาชีพที่มีกำลังซื้อมีรายได้ที่มั่นคงและชอบสินค้าใหม่ ๆ ที่มีเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาววรรณ มโนปราโมทย์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา ใหญ่โสมานัง (2559) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 และ 3 พบว่าปัจจัยด้านบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเออาร์ การ์ด เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคมองว่าจากการแข่งขันที่รุนแรง สินค้ามีให้เลือกหลากหลายประเภท เนื่องจากผู้ขายต้องการเพิ่มลูกค้าใหม่ และต้องรักษาลูกค้าเก่า ผู้ขายมีการส่งเสริมการขาย และมีช่องทางจัดจำหน่ายหลายช่องทาง ทั้งออนไลน์ และหน้าร้าน ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับการให้บริการ โดยเฉพาะการส่งมอบที่รวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า และไม่เสียค่าใช้จ่ายขนส่งเพิ่ม จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า

ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ กฤตินา จันทร์หวร (2559) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากิ๊ฟช็อป ผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรม ของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความเชื่อมั่น ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการตอบสนอง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้ากิ๊ฟช็อป ผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรม ของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.1.1 เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความแตกต่าง โดยเฉพาะของขวัญ หรือการ์ดที่ส่งมอบแทนใจให้กับผู้รับ อีกทั้งผู้ประกอบการที่ผลิตการ์ด จำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ในการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอาชีพและรายได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด ของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปมุ่งเน้นการทำนำเสนอผลิตภัณฑ์ และการบริการที่ตอบสนองความต้องการกับลูกค้า ให้กับลูกค้าที่ทำงานบริษัทเอกชน ที่ทำงานไม่ค่อยมีเวลา ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็ว และไม่ผิดพลาด แต่มีกำลังในการซื้อสินค้า

5.1.2 จากการวิจัยพบว่าด้านการบริการมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด ของผู้บริโภค ลูกค้าให้ความสำคัญกับการให้บริการของธุรกิจผลิตการ์ด อย่างยิ่ง เนื่องจากถ้าบริการไม่ดี ลูกค้าพร้อมที่จะไปหาคู่แข่ง การบริการ ต้องเอาใจใส่ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ บริการออกแบบ และการส่งมอบที่ต้องรวดเร็ว ตรงเวลาและไม่เสียค่าใช้จ่าย จะผลต่อการตัดสินใจซื้อ เออาร์ การ์ด ของผู้บริโภค

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

5.2.1 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่อาจจะเป็นประโยชน์มากขึ้น ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลใช้ในการวางแผนธุรกิจที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

5.2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่างได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

กฤตินา จันทร์หวร. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้ากิ๊ปช้อป ผ่านทางแอปพลิเคชันอินสตาแกรมของผู้บริโภคระดับชั้นมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. (พิมพ์ครั้งที่ 6), กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤติยา ใหญ่โสมานัง. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของพนักงานออฟฟิศในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

ฉัตรเมือง เผ่ามานะเจริญ. (2559*).* การศึกษาวิเคราะห์ พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการรวมกลุ่มมวลชนทางการตลาด. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 93-103.

ชนนาถ แสงเจริญ. (2558*). โครงการจัดตั้งร้าน Scrap Form Heart*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า คณะการจัดการสาระและการสร้างคุณค่า. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยอนันต์ สาขะจันทร์. (2559). *การพัฒนาการเรียนแบบร่วมมือโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความจริงเสริมเพื่อส่งเสริมทักษะปฏิบัติและความคงทนทางการเรียน สำหรับนักศึกษาหลักสูตรวิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ณัฏฐา ผิวมา และปริศนา มัชฌิมา. (2559). *การพัฒนาแอปพลิเคชันด้วยเทคโนโลยี ความเป็นจริงเสริมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาเรื่องการทำบาตรของชุมชนบ้านบาตร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยดุสิต.

ธีระ ศิริเจริญ. (2556). *การพัฒนาอัลกอริทึมเพื่อส่งข้อมูลจุดที่สนใจ และการกำหนดขอบเขตการค้นหาสำหรับเทคโนโลยีเออาร์บนโทรศัพท์มือถือ.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

บุษกร มโนตรัยรัตน์. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ Personalized gift ประเภทของใช้ผ่านทางออนไลน์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญสิริ บำรุงเชาว์เกษม และคณะ. (2554). *แผนธุรกิจร้านจำหน่ายของขวัญทำมือ Wish HandiCraf*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเพื่อเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิมลฤดี พันธ์ชูเชิด. (2554). *แผนธุรกิจ ร้าน Gift by Yourself*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2561). *การใช้จ่ายของผู้บริโภคช่วงเทศกาลปีใหม่*. ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2562, จาก http://cebf.utcc.ac.th/upload/poll_file/file_th_94d25y2017.pdf

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธีระฟิล์ม และ ไซเท็กจำกัด.

สมศักดิ์ เตชะโกสิต. (2559). *รูปแบบการเรียนรู้จินตวิศวกรรมทางวิทยาศาสตร์ด้วยเทคโนโลยี ความเป็นจริงเสริมเพื่อการรู้สะเต็ม*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

อำนาจ หังษา. (2560). *สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Aungst, S.G. & Wilson, D.T. (2005). A primer for navigating the shoals of applying wireless technology to marketing problems. *The Journal of Business and Industrial Marketing*. 20(2/3) : 59-69.

Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. 5^{TH} ed. New York : Harper Collins Publishers. 202-204.

Ivy, J. (2018). A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing . *International Journal of Education Management*. 288-299.

Leymann, F., Fehling, C., Mietzner, R., Nowak, A. & Dustder, S. (2011). Moving application to the cloud: an approach based on application model enrichment. *International Journal of Cooperative Information Systerns.* 20(3) : 307-356.

Parasuraman, A., Ziethaml & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: *A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*. 12-40.

Skog, D.A., Wimelius, H. & Sandberg, J. (2018) Digital Disruption *Business & Information Systems Engineering 60*. 431–437. https://doi.org/10.1007/s12599-018-0550-4.

Vaidya, Alpana & Pathak, Vinayak & Vaidya, Ajay. (2016). Mobile phone usage among youth. International *Journal of Applied Research and Studies*. 5. 10.20908/ijars.v5i3.9483.

Yamane, T. (1967). *Statistic: An introductory analysis*. 3rd Edition. Harper and Row,.New York.

ความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Knowledge and skills of accounting and financial officers' Rajabhat University in Northeastern

หทัยกาญจน์ ทองศรีสุข*

Hathaikan Tongsrisuk*

Received : March 2, 2020 Revised : June 1, 2020 Accepted : June 4, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 101 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความรู้อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความรู้ด้านภาษีอากร ด้านการตรวจสอบบัญชี ด้านการบัญชีการเงิน อยู่ในระดับดี มีความรู้ด้านบัญชีบริหาร อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทักษะการปฏิบัติงาน พบว่า มีทักษะการปฏิบัติงานทุกด้าน อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ความรู้ ทักษะการปฏิบัติงาน เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน

---

* อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

* Lecturer, Faculty of Business Administration, Chaiyaphum Rajabhat University

Abstract

The purpose of this research was to study level of knowledge and skills of accounting and financial officers' Rajabhat University Northeastern. A questionnaire was constructed to collect data from 101 accounting and financial officers' Rajabhat University Northeastern. Statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation. The results showed that the knowledge of accounting and financial officers were at a high level of overall. When consider each item found that tax knowledge, audit knowledge, financial accounting knowledge were at a high level, and managerial accounting knowledge were at a middle level. Furthermore, operational skills in all areas at a high level.

Keywords : Knowledge Skills Accounting and Finance Officer

1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัยข้อมูลที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นจริงของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการบริหารงานสำหรับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งข้อมูลที่มีความสำคัญกับการตัดสินใจนั้นส่วนใหญ่มักมาจากข้อมูลทางบัญชี (วันวิสาข์ เดชภูมี, 2556) จากความสำคัญข้างต้น ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดทำและนำเสนอข้อมูลทางบัญชีและรายงานทางการเงินให้กับผู้บริหารและผู้มีส่วนได้เสีย ที่จำเป็นต้องมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดทำบัญชีและนำเสนองบการเงินอย่างเพียงพอและได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ จากบุคคลที่เกี่ยวข้อง (สุภาพร แจ่มศรี, 2554) สภาวิชาชีพบัญชีจึงกำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีจะต้องมีความรู้ด้านบัญชี ตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 2 (IES2) เรื่อง การพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก – ความรู้ ความสามารถเชิงเทคนิค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดความรู้ความสามารถเชิงเทคนิค ที่ผู้มุ่งมั่นประกอบวิชาชีพบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาและแสดงให้เห็นก่อนที่จะสิ้นสุดการพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก ประกอบด้วย ความรู้ด้านการบัญชีการเงิน การบัญชีบริหาร การเงินและการบริหารการเงิน การภาษีอากร การสอบบัญชีและการให้ความเชื่อมั่น การกำกับดูแลการบริหารความเสี่ยง และการควบคุมภายใน กฎหมายและข้อบังคับทางธุรกิจ เทคโนโลยีสารสนเทศ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและองค์กร เศรษฐศาสตร์ และกลยุทธ์ธุรกิจและการจัดการ (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557)

นอกจากนี้ นักบัญชีจะต้องมีทักษะการปฏิบัติงานด้านบัญชี ซึ่งเป็นกระบวนการนำความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงานจนเกิดความเชี่ยวชาญ ทักษะการปฏิบัติงานจึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพของรายงานทาง การเงิน หากพิจารณาตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 (IES3) เรื่องทักษะวิชาชีพเป็นกรอบในการกำหนดทักษะที่นักบัญชีควรมี ประกอบด้วยทักษะ5 ด้านคือทักษะด้านปัญญา ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะด้านการจัดการบุคคล และทักษะด้านการจัดองค์กร (สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557) ความรู้ความสามารถเหล่านี้เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงสมรรถภาพในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะข้อมูลรายงานทางการเงิน ที่ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินสามารถประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร หากองค์กรปราศจากบุคคลที่มีความรู้ความสามารถแล้ว การที่พัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายคงเป็นไปได้ยาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ สังกัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ถึงแม้จะเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร แต่มีการรับจ่ายเงินงบประมาณจากภาครัฐ รวมถึงเงินรายได้ที่มหาวิทยาลัยจัดหาเอง จึงมีหน้าที่จัดทำบัญชีรับจ่าย และรายงานผลการดำเนินงานต่อกรมบัญชีกลาง หรือสำนักงานคลังจังหวัดแล้วแต่กรณี โดยการปฏิบัติงานดังกล่าว ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจะต้องปฏิบัติงานภายใต้ ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงาน ถูกต้อง ครบถ้วน มีความน่าเชื่อถือ ทันเวลาและเกิดความคุ้มค่าสูงสุด โดยทั่วไปจะดำเนินงานผ่านงานกองคลังของมหาวิทยาลัย โดยมักแบ่งผู้ปฏิบัติงานออกเป็น 2 ส่วน คือเจ้าหน้าที่การเงิน มีหน้าที่ในการบริหารจัดการด้านการรับเงิน-การเบิกจ่ายเงินจากงบประมาณแผ่นดินและเงินงบประมาณจากรายได้ของมหาวิทยาลัย รวมถึงการควบคุมดูแลทรัพย์สิน ตลอดจนการดำเนินการลงทุนหาผลประโยชน์ตามมติกรรมการพิจารณารายได้จากเงินลงทุนของมหาวิทยาลัย และแบ่งเป็นเจ้าหน้าที่บัญชี มีหน้าที่ตรวจสอบหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมทางการเงิน พร้อมทั้งบันทึกบัญชี ปิดบัญชีและจัดทำรายงานการเงินประจำเดือน ประจำปี ส่งสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน พร้อมทั้งวิเคราะห์สถานะการเงินของมหาวิทยาลัยเสนอต่อผู้บริหารและสภามหาวิทยาลัยทราบเพื่อนำข้อมูลทางบัญชีและการเงินไปใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ ในการบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุด (กองคลังและพัสดุ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 2562) ด้วยเหตุนี้ ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์กร

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมายังพบว่าเจ้าหน้าที่บัญชีบางหน่วยงานยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบันทึกบัญชี เช่น การบันทึกบัญชีตามเกณฑ์คงค้าง ส่งผลให้ไม่สามารถจัดทำรายงานทางการเงินแล้วเสร็จตามกำหนดเวลาตามระเบียบที่กำหนดได้ (ลัดดา คำเสมอ, 2554) อีกทั้งยังพบว่าเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในสถานศึกษาเอกชนยังขาดความรู้ ความเข้าใจและขาดประสบการณ์ในด้านการเงินและการบัญชี ซึ่งเกิดจากการไม่ได้รับการอบรมหรือการนิเทศจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (บุญเพิ่ม สุริยมณฑล, 2553) รวมถึงเจ้าหน้าที่การเงินและบัญชีของภาครัฐยังขาดความรู้และต้องการได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับการเบิกจ่ายเงิน (ไพรสน ทัพหน้า, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับสภาพปัญหาการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินของมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ จากรายงานการตรวจสอบงบการเงินของสำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน ประจำปี 2561พบว่า การบันทึกบัญชีและการปรับปรุงบัญชียังไม่ถูกต้อง (งานการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 2562)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น หากไม่ได้รับการแก้ไขอาจส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นตัวแทนของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินที่ปฏิบัติงานในสถาบันอุดมศึกษา หรือหน่วยงานบัญชีของภาครัฐ ที่มีลักษณะการปฏิบัติงานคล้ายคลึงกัน โดยการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นวัดระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน โดยใช้มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศฉบับที่ 2 (IES2) และฉบับที่ 3 (IES3) เป็นกรอบชี้วัดความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน เนื่องจากมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศได้ผ่านการวิจัยความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบธุรกิจ ได้แก่ มหาวิทยาลัย ผู้ว่าจ้าง พนักงาน คู่ค้า และประชาชนทั่วไป เป็นต้น นอกจากนี้ สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์ยังเป็นสมาชิกของ IFAC (IFAC, 2010) จึงเชื่อมั่นได้ว่าแนวคิดดังกล่าวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หน่วยงานภาครัฐ รวมถึงเป็นข้อมูลให้สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน นำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรด้านบัญชีและการเงิน เพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษาและผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินมีความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมและพร้อมจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

รูปภาพประกอบที่ 1

โมเดลการวิจัยความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน

1. ด้านความรู้ ตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 2 (IES2) ได้แก่
   1.1 การบัญชีการเงิน
   1.2 การบัญชีบริหาร
   1.3 การสอบบัญชี
   1.4 ภาษีอากร
2. ด้านทักษะการปฏิบัติงาน ตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 (IES3) ได้แก่
   2.1 ด้านปัญญา
   2.2 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร
   2.3 ด้านการจัดการบุคคล
   2.4 ด้านการจัดการองค์กร

(สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2557)

→

ระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2.1 ด้านความรู้

ความรู้ หมายถึง ความรู้ที่นำไปใช้ในการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน ครอบคลุมถึงการจัดทำบัญชีและการเงิน ตามระเบียบข้อบังคับของกรมบัญชีกลาง หลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

2.1.1 การบัญชีการเงิน หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับหลักการปฏิบัติด้านการรับเงิน การเบิกจ่ายเงิน การเก็บรักษาเงิน จากงบประมาณแผ่นดิน และเงินนอกงบประมาณ (เงินรายได้) รวมถึงองค์ประกอบของรายงานทางการเงิน

2.1.2 การบัญชีบริหาร หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการนำข้อมูลทางบัญชีการเงินและบัญชีอื่นมาวิเคราะห์และแปลความหมาย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินนำไปใช้วางแผนและการตัดสินใจในการดำเนินงาน

2.1.3 การสอบบัญชี หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับวิธีการตรวจสอบทางการเงิน การบันทึกบัญชีตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป การตรวจสอบสมุดบัญชีและเอกสารทางการเงิน การตรวจสอบการปฏิบัติงานตามระเบียบข้อบังคับกำหนด

2.1.4 การภาษีอากร หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับหลักเกณฑ์ทางภาษีอากร การคำนวณภาษีอากร การนำส่งภาษี รวมถึงบทลงโทษทางภาษี

2.2 ด้านทักษะการปฏิบัติงาน

ทักษะการปฏิบัติงาน หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน ประกอบด้วยทักษะ 4 ด้าน คือ

2.2.1 ทักษะด้านปัญญา หมายถึง หมายถึง ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร หมายถึง ความสามารถในการทำงานเป็นทีม สามารถนำเสนอ อภิปราย และรายงานผลการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง ทั้งการพูดและการเขียน สามารถโน้มน้าวผู้อื่นเพื่อให้เกิดการสนับสนุนและการปฏิบัติงานร่วมกันได้

2.2.3 ทักษะด้านการจัดการบุคคล หมายถึง ความสามารถในการแสวงหาความรู้ได้ด้วยตนเอง มีความกระตือรือร้นในการทำงาน สามารถจัดลำดับความสำคัญวางแผนการทำงานให้แล้วเสร็จภายใต้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงความสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้

2.2.4 ทักษะด้านการจัดองค์กร หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จภายในกำหนด สามารถตรวจทานงานและประเมินผลงานของตนเองและผู้อื่นได้ มีความเป็นผู้นำ สามารถสร้างแรงจูงใจและพัฒนาผู้อื่นได้ รวมถึงสามารถนำเครื่องมือและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน

จากกรอบแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาเกี่ยวกับความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงินในสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ผู้ปฏิบัติงานการเงินและการบัญชี ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนวิธีการบันทึกบัญชีจากเกณฑ์เงินสดเป็นเกณฑ์คงค้าง อยู่ในระดับปานกลาง (วัชรี พยัคฆ์, 2551) สอดคล้องกับการศึกษาของสุนทรี ศรีไทย (2552) พบว่า บุคลากรส่วนการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง มีความต้องการพัฒนาความรู้ด้านการบันทึกบัญชีอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ อรวรรณ ภาสุระอารีย์ (2553) ได้ศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพบัญชีของพนักงานบัญชีที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า พนักงานบัญชีมีความต้องการพัฒนาทักษะทางปัญญาสูงที่สุด ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินของภาครัฐยังประสบปัญหาและต้องการพัฒนาความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น การวัดระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงานจึงเป็นเรื่องสำคัญที่หน่วยงานควรให้ความสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานให้ตรงกับสภาพปัญหาและความต้องการก่อนกำหนดนโยบายหรือแผนพัฒนาบุคลากร เพื่อให้เกิดประโยชน์และใช้งบประมาณให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 11 แห่ง รวม 131 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาสมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 101 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 77.69 ของจำนวนประชากร ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumar และ Day (2005) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

3.2 คุณภาพของเครื่องมือวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีลักษณะเป็นแบบสอบถามเพื่อวัดความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน และแหล่งที่ได้รับความรู้ด้านบัญชีและการเงิน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดความรู้ ได้นำมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 2 (IES2) เป็นเกณฑ์กำหนดด้านความรู้ที่ต้องการวัด จำนวน 4 ด้าน ประกอบด้วย ความรู้ด้านการบัญชีการเงิน การบัญชีบริหาร การสอบบัญชี และการภาษีอากร จากนั้นกำหนดข้อคำถามด้านละ 10 ข้อ รวมทั้งสิ้น 40 ข้อ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากคู่มือเตรียมสอบ ก.พ. (คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน) ตำแหน่ง นักบัญชี การเงิน และตรวจสอบภายในมาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถาม (สิงห์ทอง บัวชุม และจันทนี บัวชุม, 2561) ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายปิด กำหนดคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ “ใช่” หรือ “ไม่ใช่” โดยกำหนดให้คำตอบที่ถูก มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน ส่วนคำตอบที่ผิดมีค่าคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน จากนั้นนำผลรวมของคะแนนที่ตอบถูกในแต่ละข้อหาค่าเฉลี่ย ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์ระดับความรู้ออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้คะแนนเฉลี่ยตัดตามช่วงพิสัย (กัญจนา สินทรัตนศิริกุล, 2558) ได้ดังนี้

0.81-1.00	หมายถึง	มีความรู้ในระดับดีมาก
0.61-0.80	หมายถึง	มีความรู้ในระดับดี
0.41-0.60	หมายถึง	มีความรู้ในระดับปานกลาง
0.21-0.40	หมายถึง	มีความรู้ในระดับพอใช้
0.00-0.20	หมายถึง	มีความรู้ในระดับอ่อน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดทักษะการปฏิบัติงาน โดยใช้มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 (IES3) เป็นเกณฑ์กำหนดข้อคำถามเพื่อวัดทักษะการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย ทักษะด้านปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะด้านการจัดการบุคคล และทักษะด้านการจัดการองค์กร มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ท (Likert Method) ซึ่งกำหนดระดับของคะแนน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้อย่างเสรี ถึงด้านความรู้และทักษะการปฏิบัติงานที่ต้องการเพิ่มเติม สภาพปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหา

จากนั้น นำเสนอแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ทำงานด้านบัญชีและการเงิน มากกว่า 10 ปี จำนวน 3 ท่าน คือ ดร.รัศมีเพ็ญ นาครินทร์ ดร.วาสนา คำไทย อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ และนางสาวสุภาพร จงจอหอ หัวหน้าฝ่ายบัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหาที่ต้องการวัดความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง

0.67 – 1.00 ซึ่งสอดคล้องกับ สุวิมล ว่องวานิช (2555) ได้นำเสนอว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป อยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพสามารถนำเครื่องมือไปใช้ในการวิจัยได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** (Primary Data) เก็บจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และดำเนินการจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ จำนวน 131 ฉบับ และได้รับตอบกลับจำนวน 101 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 77.10 จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์และความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

2. **ข้อมูลทุติภูมิ** (Secondary Data) เก็บข้อมูลจากวารสาร สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยและเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิตที่ใช้ แบ่งได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

2. ระดับความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. ข้อมูลข้อเสนอแนะอื่น ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาสรุปรวมเป็นประเด็นหลักที่สำคัญ และนำเสนอในรูปของพรรณาโวหาร

4. ผลลัพธ์การวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาความรู้และทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัย แสดงได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 92.08 มีอายุระหว่าง 31-41 ปี คิดเป็น ร้อยละ 49.50 สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 80.20 สำเร็จการศึกษาในสาขาบัญชี คิดเป็นร้อยละ 60.40 มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.60 และแหล่งที่ได้รับความรู้มากที่สุด คือ การเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานต้นสังกัด คิดเป็นร้อยละ 21.15

4.2 ด้านความรู้

ผลการศึกษาระดับความรู้ ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงได้ดังนี้

ตาราง 1 ระดับความรู้โดยรวมและเป็นรายด้าน

ด้านความรู้	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับความรู้
การบัญชีการเงิน	0.62	0.12	ดี
การบัญชีบริหาร	0.55	0.14	ปานกลาง
การสอบบัญชี	0.64	0.13	ดี
การภาษีอากร	0.65	0.17	ดี
รวม	**0.61**	**0.10**	**ดี**

จากตาราง 1 พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในภาพรวมมีความรู้อยู่ในระดับดี ($\bar{x}$ = 0.61) เมื่อพิจารณาความรู้เป็นรายด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มีความรู้ด้านภาษีอากรมากที่สุด ($\bar{x}$ = 0.65) โดยมีความรู้อยู่ในระดับดี รองลงมาคือ ด้านการสอบบัญชี ($\bar{x}$ =0.64) มีความรู้อยู่ในระดับดี ด้านการบัญชีการเงิน ($\bar{x}$ = 0.62) มีความรู้อยู่ในระดับดี และด้านบัญชีบริหาร ($\bar{x}$ = 0.55) มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความรู้ด้านการภาษีอากร ด้านการสอบบัญชี และด้านการบัญชีการเงิน อยู่ในระดับดี ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องจาก การภาษีอากรและบัญชีการเงิน เป็นรายงานทางการเงินที่ต้องปฏิบัติตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป ประมวลรัษฎากร ระเบียบกรมบัญชีกลาง รวมถึงข้อบังคับอื่น ๆ ที่กำหนดให้ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด หากไม่ปฏิบัติตามอาจมีความผิด ตามกฎหมายทำให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินให้ความสำคัญและศึกษาหาความรู้อย่างสม่ำเสมอจนเกิดความรู้ ความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังพบว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความรู้ด้านการสอบบัญชี อยู่ในระดับดีเช่นกัน อาจเนื่องจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นหน่วยงานของรัฐ ใช้จ่ายเงินประมาณแผ่นดิน ซึ่งต้องได้รับการตรวจสอบ จากหน่วยงานกำกับดูแล เช่น กรมบัญชีกลาง สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน เป็นต้น จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรับ การตรวจสอบอยู่ตลอดเวลาทำให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ วิธีการตรวจสอบ บัญชีได้เป็นอย่างดี

ส่วนความรู้ด้านบัญชีบริหาร การวิจัย พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นด้านที่มีความรู้น้อยที่สุด ที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องจากการบัญชีบริหาร คือการนำข้อมูลทางบัญชีการเงินและบัญชี อื่น ๆ มาทำการวิเคราะห์และแปลความหมาย โดยมุ่งเน้นรายงานข้อมูลต่อผู้บริหารเพื่อใช้ในการวางแผนและการ ตัดสินใจที่ส่งผลต่ออนาคต ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลทางการเงินที่ถูกต้องสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจได้อย่างมี ประสิทธิภาพ เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินนอกจากจะต้องมีความรู้ด้านทฤษฎีและหลักการบัญชีที่เพียงพอแล้ว จะต้องมี ความรอบรู้และทักษะด้านอื่น ๆ ที่หลากหลาย เช่น มีทักษะด้านคำนวณ การคิดวิเคราะห์ ด้านเศรษฐศาสตร์ รวมถึง ความรู้เกี่ยวกับสถิติเบื้องต้น จึงจะสามารถวิเคราะห์และแปลความหมายให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการเงินเข้าใจได้ สอดคล้องกับ การวิจัยของ กรณิศา ดิษฐ์เสถียร (2562) พบว่า ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีบริหาร ควรมีความรู้ด้านการวิเคราะห์และการแก้ไข ปัญหาจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือในข้อมูลและผลงานที่ได้มาจากนักบัญชี ทำให้ผู้มีส่วนได้เสียสามารถมั่นใจว่าการ ตัดสินใจของผู้บริหารมาจากข้อมูลที่มีคุณภาพและถูกต้อง ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินได้รับการพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถนำความรู้ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4.3 **ด้านทักษะการปฏิบัติงาน**

ผลการศึกษาระดับทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แสดงได้ดังนี้

ตาราง 2 ระดับทักษะการปฏิบัติงานโดยรวมและเป็นรายด้าน

ด้านทักษะการปฏิบัติงาน	($\bar{x}$)	S.D.	ระดับทักษะ
ด้านปัญญา	4.10	0.66	มาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร	3.88	0.66	มาก
ด้านการจัดการบุคคล	4.11	0.60	มาก
ด้านการจัดการองค์กร	3.98	0.62	มาก
รวม	**4.02**	**0.58**	**มาก**

* $\bar{x}$ = 3.51 - 4.50 หมายถึง มีทักษะการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก

จากตาราง 2 พบว่า ผลการศึกษาระดับทักษะการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือในภาพรวม พบว่ามีทักษะการปฏิบัติงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.02) เมื่อพิจารณาทักษะการปฏิบัติงานเป็นรายด้าน พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะการปฏิบัติงานทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีทักษะด้านการจัดการบุคคลมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.11) รองลงมาคือ ทักษะด้านปัญญา ($\bar{x}$ = 4.10) ทักษะด้านการจัดการองค์กร ($\bar{x}$ = 3.98) และทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ($\bar{x}$ = 3.88) ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ อาจเนื่องจากเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาด้านบัญชี และสาขาการเงินโดยตรง อีกทั้งมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 10 ปี จึงมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี เมื่อพิจารณาทักษะการปฏิบัติงานเป็นรายด้าน สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ทักษะด้านปัญญา พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะด้านปัญญาอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สังวาลย์ ยมเกิด (2552) ที่ศึกษาเรื่องทักษะทางวิชาชีพของพนักงานบัญชีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง พบว่าพนักงานมีทักษะทางปัญญาสูงที่สุด คือ สามารถนำหลักการบัญชีมาใช้ในการจัดทำรายงานการเงินของหน่วยงานได้

ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม สามารถนำเสนอ อภิปราย และรายงานได้อย่างถูกต้อง ทั้งการพูดและการเขียน สามารถโน้มน้าวผู้อื่นเพื่อให้สนับสนุนและปฏิบัติงานร่วมกันได้ ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญเนื่องจากการจัดทำบัญชีและการเงินต้องอาศัยข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ การสื่อสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริยากร ปริโยทัย และสุภัทรษร ทวีจันทร์ (2560) พบว่า ทักษะทางปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและการสื่อสารมีความสัมพันธ์สูงกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ทักษะด้านการจัดการบุคคล พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะด้านการจัดการบุคคล อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความสามารถแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเองได้เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นในการทำงาน สามารถจัดลำดับความสำคัญ วางแผนการทำงานให้แล้วเสร็จภายใต้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของปิติภูมิ เบญจโอฬาร (2553) ได้ศึกษาคุณสมบัติของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน พบว่านักบัญชีมีด้านทักษะด้านการจัดการบุคคล อยู่ในระดับมาก คือ มีความสามารถเลือกใช้และบริหารทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดได้

ทักษะด้านการจัดการองค์กร พบว่า เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความสามารถในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จภายในกำหนด สามารถตรวจทานงานและประเมินผลงานของตนเองและผู้อื่นได้ มีความเป็นผู้นำสามารถสร้างแรงจูงใจและพัฒนาผู้อื่นได้ดี รวมถึงสามารถนำเครื่องมือและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน สอดคล้องกับ เพ็ญธิดา พงษ์ธานี (2557) ที่ได้ระบุว่า ทักษะด้านการจัดการ หมายถึง กระบวนการในการทำงานให้สำเร็จประกอบด้วยการวางแผน การปฏิบัติงาน การประเมินผลงาน และการสรุปผลงาน โดยเลือกใช้วิธีการแก้ปัญหาที่เหมาะสมและปรับตัวให้เหมาะสมกับสถานการณ์

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการพัฒนาความรู้ เกี่ยวกับระเบียบ ข้อบังคับ แนวปฏิบัติงานที่เป็นปัจจุบัน การควบคุมภายใน ความรู้ด้านเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และโปรแกรม ใช้งานต่าง ๆ รวมถึงความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ส่วนทักษะการปฏิบัติงานอื่นที่เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินควรมี ได้แก่ การปฏิบัติตามระเบียบอย่างเคร่งครัด การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ส่วนปัญหาหรืออุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนาความรู้ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน ส่วนใหญ่เห็นว่าเกิดจากงบประมาณสนับสนุนในการพัฒนาความรู้ไม่เพียงพอ มหาวิทยาลัยควรจัดสรรงบประมาณให้เพียงพอต่อการพัฒนาความรู้ เช่น การอบรม ศึกษาดูงาน ประชุมหารือ เป็นต้น

จากการศึกษาข้างต้น จะเห็นว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากในทุกด้าน แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากในปัจจุบันธุรกรรมทางการเงินมีความซับซ้อน และการแข่งขันอย่างรุนแรงเพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ องค์กรจึงมีความคาดหวังต่อความสามารถของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินได้รับการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ เพื่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ในการศึกษาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน ของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เป็นการสอบถามเชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด ตรงประเด็น และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 มหาวิทยาลัยราชภัฏ ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี

5.2.2 สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานภาครัฐอื่น ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีให้เป็นมาตรฐานและมีการนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพ

5.2.3 สถาบันการศึกษานำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรทางด้านบัญชี เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ

5.2.4 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ปฏิบัติงานด้านบัญชีและการเงิน กำหนดทิศทางและรูปแบบการพัฒนาตนเอง

5.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการทดสอบความรู้ได้อย่างอิสระ ไม่ได้ควบคุมสถานที่หรือกำหนดระยะเวลาในการทดสอบความรู้ อาจทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถค้นหาคำตอบได้ จึงอาจไม่สะท้อนระดับความรู้ที่แท้จริง ในการศึกษาครั้งต่อไปควรออกแบบเครื่องมือในการทดสอบที่เหมาะสมและรัดกุม ส่วนการประเมินทักษะการปฏิบัติงานเป็นการสำรวจเพียงมุมมองของผู้ปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินเพียงด้านเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลจากมุมมองของผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องว่าเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะการปฏิบัติงานอยู่ในระดับใด

6. สรุปผลการวิจัย

เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงิน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในภาพรวมมีความรู้อยู่ในระดับดี โดยมีความรู้ด้านภาษีอากร การสอบบัญชี และด้านการบัญชีการเงินและรายงานทางการเงิน อยู่ในระดับดี และมีความรู้ด้านบัญชีบริหาร อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทักษะการปฏิบัติงาน พบว่า ในภาพรวมเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีทักษะการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยเจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินเห็นว่าตนเองมีทักษะด้านทักษะด้านการจัดการบุคคลมากที่สุด และมีทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารน้อยที่สุด ดังนั้น เพื่อให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมีความรู้และทักษะการปฏิบัติงานที่สูงขึ้น มหาวิทยาลัยราชภัฏควรส่งเสริมและจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรให้เพียงพอ เพื่อกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่บัญชีและการเงินมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถที่สูงขึ้น ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

เอกสารอ้างอิง

กัญจนา ลินทรัตนศิริกุล. (2558). *การประเมินและวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน : การวัดความรู้ความคิด.* นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กรณิศา ดิษฐ์เสถียร. (2562). คุณสมบัติและกรอบความรู้นักบัญชีบริหารในประเทศไทย. *วารสารสภาวิชาชีพบัญชี,* 1(1), 1-1.

กองคลังและพัสดุ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. (2562). *คู่มือปฏิบัติงาน.* ค้นวันที่ 4 ตุลาคม 2562, จาก http://www.cpru.ac.th.

งานการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. (2562). เอกสารประกอบรายงานสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินจังหวัดชัยภูมิ. 22 กรกฎาคม 2562. มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ,

บุญเพิ่ม สุริยมณฑล. (2553). *แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการเงินและการบัญชีของโรงเรียนเอกชนการกุศล ในจังหวัดเชียงราย.* การศึกษาอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ปริยากร ปริโยทัย และสุภัทรษร ทวีจันทร์. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะทางวิชาชีพบัญชีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชีในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาในประเทศไทย. *วารสารราชธานีนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์*, 1(2), 8-20.

ปิติภูมิ เบญจโอฬาร. (2553). *คุณสมบัติของนักบัญชีในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน.* การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต (สาขาการบัญชี) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เพ็ญธิดา พงษ์ธานี. (2557). ผลของความรู้ ทักษะ คุณค่า จรรยาบรรณ และทัศนคติในวิชาชีพ ที่มีต่อสมรรถนะของผู้สอบบัญชีภาษีอากร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(87), 101.

ไพรสน ทัพหน้า. (2551). *การศึกษาศักยภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่การเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

ลัดดา คำเสมอ. (2554). *การศึกษาปัญหาของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชีของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาระยอง*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

วัชรี พยัคฆ์. (2551). *ความรู้ความเข้าใจต่อระบบบัญชีจากเกณฑ์เงินสดเป็นเกณฑ์คงค้างของผู้ปฏิบัติงานการเงินและบัญชี มหาวิทยาลัยรามคำแหง*. ทุนอุดหนุนการวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วันวิสาข์ เดชภูมี. (2556). ทักษะทางวิชาชีพบัญชีของผู้ทำบัญชีที่ธุรกิจในเขตจังหวัดขอนแก่นต้องการ. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 2 การพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก – ความรู้ ความสามารถเชิงเทคนิค (ฉบับปรับปรุง)*. ค้นวันที่ 8 ตุลาคม 2561, จาก http://www.fap.or.th.

สภาวิชาชีพบัญชี ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2557). *มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 การพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก - ทักษะทางวิชาชีพ (ฉบับปรับปรุง)*. ค้นวันที่ 8 ตุลาคม 2561, จาก http://www.fap.or.th.

สังวาล ยมเกิด. (2552). *ทักษะทางวิชาชีพของพนักงานบัญชีการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง*. การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต (สาขาการบัญชี) : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สิงห์ทอง บัวชุม และจันทนี บัวชุม. (2561). *คู่มือเตรียมสอบทำหน้าที่บัญชีและการเงิน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์บริษัท เดอะเบสท์ เซ็นเตอร์ อินเตอร์กรุ๊ป จำกัด.

สุนทรี ศรีไทย. (2552). *ความต้องการพัฒนาความรู้ทางการบัญชีของบุคลากรส่วนการคลัง สังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุภาพร แจ่มศรี. (2554). *ผลกระทบของการเรียนรู้ทางบัญชีอย่างต่อเนื่องที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในจังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุวิมล ว่องวานิช. (2555). *การวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรวรรณ ภาสุระอารีย์. (2553). *ความต้องการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพของพนักงานบัญชีในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Aaker D.A., V. Kumar. & G.S. Day. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Son.

International Federation of Accountants-IFAC. (2010). *Handbook of international education pronouncements 2010 edition*. New York: IFAC.

ความสัมพันธ์ระหว่างการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

The Relationship between Good Accounting System Design and Accounting Information Quality of Beverage Businesses in Thailand

ไมตรี เธียรวรรณ* จุลสุชดา ศิริสม[2] พงศธร ตันตระบัณฑิตย์[3]

Maitree Tianwan* Julsuchada Sirisom[2] Pongsatorn Tantrabondit[3]

Received : July 25, 2019 Revised : September 15, 2019 Accepted : September 28, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย จำนวน 122 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี และด้านการควบคุมภายในมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการวางระบบบัญชีที่ดี ให้มีการสนับสนุนและความสำคัญกับการออกแบบและพัฒนาเอกสารทางการบัญชีที่เหมาะสมต่อการประกอบธุรกิจและใช้เป็นหลักฐานประกอบการบันทึกรายการทางบัญชี การติดตามผลการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินตามโครงสร้างขององค์กรและควบคุมการดำเนินงานของแต่ละแผนก โดยเน้น ด้านการควบคุมภายใน เพื่อให้ได้มาซึ่งคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี โดยประกอบไปด้วยด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลาและด้านความสามารถเข้าใจได้ ส่งผลต่อการสร้างความมั่นต่อคุณภาพรายงานทางการเงินเพื่อประโยชน์ต่อผู้ใช้รายงานทางการเงินนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

คำสำคัญ : การวางระบบบัญชีที่ดี คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี และธุรกิจเครื่องดื่ม

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master student, Master of Accountancy , Mahasarakham Business school, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business school, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study was to study to examine the relationship between good accounting design and accounting information quality of beverage businesses in Thailand by collecting data from 122 business accounting managers of beverage businesses. The instrument used in the study was a questionnaire. The data were analyzed by using Multiple Correlation Analysis and Multiple Linear Regression Analysis. The results of the study revealed that accounting documents, accounting forms, accounting information system and internal control related and affected positively with to overall accounting data quality. Therefore, administrators of beverage business in Thailand should develop and emphasize on good accounting system design and accounting documents with beverage business and accounting records. Progression tracking according to the organizational structure and internal control, consists of decision, faithful representation, comparability, verifiability, timeliness and understandability, with reference to accounting data quality affecting financial report quality and economical decision.

Keyword : Good Accounting system design, Accounting information quality, Beverage Businesses

1. บทนำ

ปัจจุบันภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ย่อมส่งผลกระทบต่อวิธีการบริหารงานขององค์กรธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม กิจการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการปัจจัยการนำเข้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการเพิ่มความสามารถในการบริหารงาน และการจัดการค่าใช้จ่ายให้มีประสิทธิภาพในทุกส่วนงาน วิธีการทางบัญชีจึงเป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มความสามารถในการบริหารงาน เนื่องจากการบัญชีจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ราคา ปริมาณขาย กำไร ที่สะท้อนผลการดำเนินงานของกิจการได้เป็นอย่างดี สำหรับผู้ใช้งบการเงินภายนอก เช่น นักลงทุน สถาบันการเงิน หน่วยงานรัฐบาล เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ เกี่ยวกับกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจลงทุน การพิจารณาสินเชื่อ การส่งเสริมการลงทุน การกระตุ้นเศรษฐกิจ หรือการจัดเก็บภาษี เป็นต้น (ประดิษฐ์ เจริญชัยชนะ, 2553) ดังนั้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการวางระบบบัญชีที่เหมาะสมกับลักษณะสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของกิจการ เพื่อให้ได้ข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพ มีรายงานทางการเงินที่เป็นไปตามมาตรฐานการนำเสนอรายงานทางการเงิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุเทน เลานำทา, 2561)

การวางระบบบัญชีที่ดี (Good Accounting System Design) หมายถึง กระบวนการออกแบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด โดยอาศัยเอกสารหลักฐานทางการบัญชีแบบฟอร์มทางการบัญชี ระบบสารสนเทศทางการบัญชี บุคลากรที่เกี่ยวข้อง การควบคุมภายใน ตลอดจนวิธีการทางบัญชีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานของกิจการ เพื่อให้ได้ข้อมูลในรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ สำหรับสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้รายงานทางการเงินภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย ด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี (Accounting Documents) ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี (Accounting Forms) ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System) ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง (Personnel) ด้านการควบคุมภายใน (Internal Control) (วิไล วีระปรีย, 2558) การออกแบบระบบบัญชีที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กรจะทำให้กิจการมีระบบบัญชีที่สนับสนุนลักษณะเชิงคุณภาพของรายงานทางการเงินซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้ทุกกลุ่มสามารถนำไปประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อุเทน เลานำทา, 2561)

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี (Accounting Information Quality) หมายถึง คุณสมบัติของรายงานทางการเงินที่สะท้อนความเป็นจริงของเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจของกิจการได้อย่างแท้จริง เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงิน นำเสนอตามกรอบแนวความคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ภายใต้คุณลักษณะของคุณภาพข้อมูลทางการเงิน ประกอบด้วย ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ (Comparability) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) ด้านความทันเวลา (Timeliness) ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2558) ในอุตสาหกรรมธุรกิจที่มีการเติบโตและการแข่งขันทางการตลาดสูง มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ อาทิเช่น ธุรกิจเครื่องดื่ม รายงานทางการเงินถือเป็นตัวแทนสำคัญที่จะสะท้อนเหตุการณ์เชิงเศรษฐกิจของกิจการได้เป็นอย่างดี เพราะผู้ใช้รายงานการเงินจะประเมินฐานะและผลการดำเนินงานขององค์กรจากข้อมูลที่นำเสนองบการเงิน (วิไล วีระปรีย, 2558)

ธุรกิจเครื่องดื่ม (Beverage Businesses) เป็นธุรกิจหรือกิจการที่ทำการผลิตหรือจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สำหรับดื่มที่อยู่ในรูปของเหลวหรือผงชงผสมน้ำก่อนดื่ม มีส่วนประกอบของน้ำเป็นหลัก ทั้งชนิดผสมแอลกอฮอล์และไม่ผสมแอลกอฮอล์ เป็นธุรกิจที่ดำเนินการผลิตเครื่องดื่มสำเร็จรูปและกึ่งสำเร็จรูปที่มีคุณภาพปลอดภัยเหมาะสมต่อการบริโภคและอุปโภคของมนุษย์ โดยในปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มจัดเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ มีความเชื่อมโยงในภาคเกษตรและการเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบ เนื่องจากพืชผัก ผลไม้ เป็นผลผลิตขั้นปฐมภูมิ ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านภูมิศาสตร์ กำลังคน ขีดความสามารถในการผลติดอย่างต่อเนื่องและอาชีพเกษตรยังเป็นอาชีพของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอีกทั้งในห่วงโซ่ในภาคการผลิตของทั้ง 2 อุตสาหกรรมนับตั้งแต่การเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การแปรรูปผลผลิตโดยใช้เทคโนโลยีก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างภาคเกษตรและภาคการผลิตกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคทั่วทั้งประเทศนอกจากนี้ยังสามารถสร้างและรักษาแรงงานให้อยู่ในพื้นที่ลดการอพยพแรงงานเข้าสู่เมืองช่วยลดปัญหาความแออัดสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ทางหนึ่ง อีกทั้งเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งเกิดจากการแปรสภาพวัตถุดิบให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมีคุณค่าเพิ่มสะดวกต่อการอุปโภคบริโภครวมทั้งการคงรักษาสภาพสินค้าให้สามารถเก็บรักษาได้ยาวนานมากยิ่งขึ้นโดยการเกิดขึ้นของมูลค่าเพิ่มที่ค่อนข้างสูงนั้นจะพบในกระบวนการอุตสาหกรรมแปรรูปไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมน้ำผลไม้ อุตสาหกรรมนม อุตสาหกรรมน้ำผักเป็นต้น ในปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ลอกเลียนแบบได้เร็วขึ้น จึงจะต้องพัฒนาสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาดอยู่เสมอรวมถึงการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าซ้ำให้มากที่สุดและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ดังนั้นธุรกิจเครื่องดื่มจึงควรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยนำการวางระบบบัญชีมาใช้เพื่อให้สามารถทราบถึงผลการดำเนินงาน สถานะการเงินรวมของธุรกิจได้อย่างแม่นยำเพื่อใช้ควบคุมการบริหารงานขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งยังได้คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีในการนำเสนอให้มากที่สุดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดี

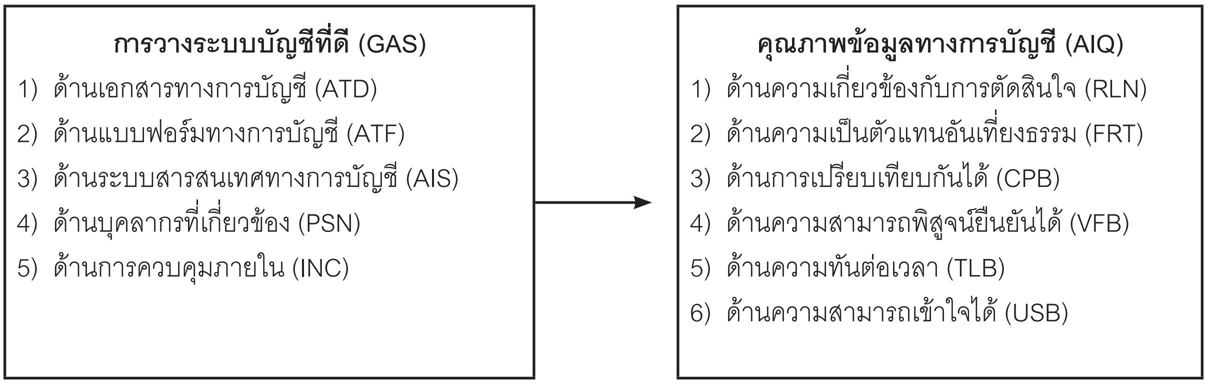
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าการวางระบบบัญชีที่ดีมีผลกระทบต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทยหรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นข้อสนเทศในการประเมินการวางระบบบัญชีที่ดีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย รวมทั้งใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการวางระบบบัญชีที่ดีให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการสร้างความมั่นต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เพื่อประโยชน์ต่อผู้ใช้รายงานทางการเงินนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การวางระบบบัญชีที่ดีได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ

โมเดลของการวางระบบบัญชีที่ดีและคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี



2.1 **การวางระบบบัญชีที่ดี** (Good Accounting System Design)

การวางระบบบัญชีที่ดี (Good Accounting System Design) หมายถึง กระบวนการออกแบบการจัดเก็บข้อมูลทางการเงินตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด โดยอาศัยเอกสารหลักฐานทางการบัญชี แบบฟอร์มทางการบัญชี ระบบสารสนเทศทางการบัญชี บุคลากรที่เกี่ยวข้อง การควบคุมภายในทางการบัญชี ตลอดจนวิธีการทางบัญชีที่เหมาะสมกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลในรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพน่าเชื่อถือ สำหรับสนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้รายงานทางการเงินภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี (Accounting Documents) หมายถึง หลักฐานที่ใช้ประกอบรายการในการบันทึกบัญชีสำหรับระบุเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน เช่น ใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ใบกำกับภาษี บิลเงินสด ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น ซึ่งจัดทำให้ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้อง ครอบคลุมกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กร

2.1.2 ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี (Accounting Forms) หมายถึง รูปแบบของสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยกประเภท รายงานทางการเงินหรือรายงานอื่น ที่ออกแบบได้ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนด อีกทั้งมีความสอดคล้องกับบริบทขององค์กร มีรายละเอียดชัดเจน สื่อสารให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ถูกต้อง รวมถึงใช้ประกอบรายการได้อย่างเหมาะสม

2.1.3 ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี (Accounting Information System) หมายถึง กระบวนการที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการรวบรวม จัดเก็บ สำรองและประมวลผลข้อมูลทางการเงิน เพื่อช่วยลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการบันทึกบัญชี เป็นต้น

2.1.4 ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง (Personnel) หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการทำงานด้านบัญชี ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงานบัญชี ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เชิงเทคนิคในการสร้างและพัฒนาระบบบัญชี โดยเป็นผู้มีความรู้เฉพาะทางด้านมาตรฐานบัญชี กฎหมายภาษีอากร ระเบียบข้อบังคับขององค์กร ตลอดจนมีความเข้าใจสภาพ

แวดล้อมของกิจการ ตลอดจนกิจการมีการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีของกิจการให้ดียิ่งขึ้น

2.1.5 ด้านการควบคุมภายใน (Internal Control) หมายถึง การกำหนดวิธีปฏิบัติและจัดแบ่งส่วนงานพร้อมระบุขอบเขตอำนาจหน้าที่ของแต่ละแผนกงานไว้อย่างชัดเจนรวมถึงการกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสมรัดกุม เพื่อควบคุมดูแลรักษาทรัพย์สิน ลดข้อผิดพลาดและให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการจัดให้มีการตรวจสอบภายในโดยบุคคลที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน

2.2 **คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี** (Accounting Information Quality)

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี (Accounting Information Quality) หมายถึง คุณสมบัติของรายงานทางการเงินที่สะท้อนความเป็นจริงของเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจของกิจการได้อย่างแท้จริง เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งบการเงินนำเสนอตามกรอบแนวความคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ภายใต้คุณลักษณะของคุณภาพข้อมูลทางการเงินประกอบด้วย ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลาและด้านความสามารถเข้าใจได้ ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ (Relevance) หมายถึง รายการที่แสดงในรายงานทางการเงินสามารถนำไปใช้ประกอบการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้อย่างเที่ยงตรง มีการจัดทำหมายเหตุประกอบงบการเงินที่สามารถตรวจสอบยืนยันรายการได้ นำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินได้อย่างถูกต้องและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างทั่วถึง

2.2.2 ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม (Faithful Representation) หมายถึง รายงานการเงินขององค์กรแสดงข้อมูลที่จัดทำขึ้นภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงิน มีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นกลางปราศจากอคติ ความลำเอียงและการตกแต่งข้อมูล สามารถอธิบายหรือเป็นตัวแทนของกิจการต่อผู้ใช้งบการเงินได้ตามความเป็นจริง

2.2.3 ด้านการเปรียบเทียบกันได้ (Comparability) หมายถึง รายงานการเงินของกิจการที่แสดงข้อมูลที่ผู้ใช้สามารถนำไปเปรียบเทียบข้อมูลอดีต และปัจจุบันได้ในช่วงระยะเวลาเดียวกันแต่ต่างงวดบัญชีหรือสามารถนำข้อมูลไปเปรียบเทียบกับกิจการอื่นในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันได้ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการบัญชีที่มาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนด

2.2.4 ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ (Verifiability) หมายถึง ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานทางการเงินสามารถพิสูจน์ยืนยันรายการได้และผ่านการรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามที่กฎหมายกำหนด แสดงหลักฐานเพียงพอต่อการสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าผู้ใช้ข้อมูลสามารถตีความหมายของแต่ละรายการและนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้ในทิศทางเดียวกัน

2.2.5 ด้านความทันเวลา (Timeliness) หมายถึง กิจการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อเผยแพร่และนำส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามที่เวลากำหนด มีการใช้ระบบบัญชีและวิธีการบัญชีที่เหมาะสมกับบริบทเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงาน ทุกฝ่ายมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการส่งข้อมูล เพื่อจัดเตรียมเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการจัดทำรายงานทางการเงิน

2.2.6 ด้านความสามารถเข้าใจได้ (Understandability) หมายถึง กิจการนำเสนอรายการในรายงานทางการเงินชัดเจนช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจถึงสถานะและผลการดำเนินงานของกิจการได้ตามความเป็นจริง โดยอยู่บนพื้นฐานที่ผู้ใช้ข้อมูลจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจพอควร

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการวางระบบบัญชีที่ดีมีผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีจึงตั้งสมมุติฐานได้ดังนี้

สมมุติฐานในการวิจัย : การวางระบบบัญชีที่ดีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มประเทศไทย ที่เปิดเผยข้อมูลในเว็บไซต์ จำนวน 2,196 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยโดย ได้แก่ ผู้บริหารฝ่ายบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มประเทศไทย จำนวน 122 คน โดยเปิดตารางของ Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 42-43) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด เมื่อครบกำหนดตามระยะเวลาได้รับ แบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนตอบกลับมาทั้งหมด จำนวน 122 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 30.50 ถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ตามแนวคิดของ Aaker และคณะ (2001) ที่เสนอว่า อัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณภาพลักษณะของตัวแปร

การวางระบบบัญชีที่ดีเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน จำนวน 20 ข้อ ดังนี้

1) ด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม หลักฐานที่ใช้ประกอบรายการในการบันทึกบัญชีสำหรับระบุเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน เช่น ใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ใบกำกับภาษี บิลเงินสด ใบเสร็จรับเงิน เป็นต้น ซึ่งจัดทำให้ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและมีความสอดคล้อง ครอบคลุมกับลักษณะการดำเนินงานขององค์กร

2) ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี จำนวน 4 ข้อ โดยคลอบคลุมรูปแบบของสมุดรายวันขั้นต้น สมุดบัญชีแยกประเภท รายงานทางการเงินหรือรายงานอื่น ที่ออกแบบได้ถูกต้องตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องและครอบคลุมตามมาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนด อีกทั้งมีความสอดคล้องกับบริบทขององค์กร มีรายละเอียดชัดเจนสื่อสารให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ถูกต้อง รวมถึงใช้ประกอบรายการได้อย่างเหมาะสม

3) ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี จำนวน 4 ข้อ โดยคลอบคลุมถึง กระบวนการที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการรวบรวม จัดเก็บ สำรองและประมวลผลข้อมูลทางการเงิน เพื่อช่วยลดขั้นตอนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน มีระบบป้องกันและรักษาความปลอดภัยของข้อมูล สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว เช่น การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการบันทึกบัญชี

4) ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 ข้อ โดยคลอบคลุมถึง มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการทำงานด้านบัญชี ตั้งแต่ผู้บริหาร พนักงานบัญชี ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้เชิงเทคนิคในการสร้างและพัฒนาระบบบัญชี โดยเป็นผู้มีความรู้เฉพาะทางด้านมาตรฐานบัญชี กฎหมายภาษีอากร ระเบียบข้อบังคับขององค์กร ตลอดจนมีความเข้าใจสภาพแวดล้อมขององค์กร ตลอดจนองค์กรมีการส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาระบบบัญชีขององค์กรให้ดียิ่งขึ้น

5) ด้านการควบคุมภายใน จำนวน 4 ข้อ โดยคลอบคลุมถึง การกำหนดวิธีปฏิบัติและจัดแบ่งส่วนงานพร้อมระบุขอบเขตอำนาจหน้าที่ของแต่ละแผนกงานไว้อย่างชัดเจนรวมถึงการกำหนดขั้นตอนการทำงานที่เหมาะสมรัดกุม เพื่อควบคุมดูแลรักษาทรัพย์สิน ลดข้อผิดพลาดและให้การใช้ทรัพยากรเกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการจัดให้มีการตรวจสอบภายในโดยบุคคลที่มีความเป็นอิสระในการปฏิบัติงาน

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 6 ด้าน จำนวน 24 ข้อ ดังนี้

1) ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมรายการที่แสดงในรายงานทางการเงินสามารถนำไปใช้ประกอบการพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้อย่างเที่ยงตรง มีการจัดทำหมายเหตุประกอบงบการเงินที่สามารถตรวจสอบยืนยันรายการได้ นำไปใช้สนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงินได้อย่างถูกต้อง และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างทั่วถึง

2) ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม รายงานการเงินขององค์กรแสดงข้อมูลที่จัดทำขึ้นภายใต้มาตรฐานการรายงานทางการเงินมีความถูกต้อง ครบถ้วน เป็นกลาง ปราศจากอคติ ความลำเอียงและการตกแต่งข้อมูล สามารถอธิบายหรือเป็นตัวแทนขององค์กรต่อผู้ใช้งบการเงินได้ตามความเป็นจริง

3) ด้านการเปรียบเทียบกันได้ จำนวน 4 ข้อ โดยคลอบคลุม รายงานการเงินขององค์กรที่แสดงข้อมูลที่ผู้ใช้สามารถนำไปเปรียบเทียบข้อมูลอดีต และปัจจุบันได้ในช่วงระยะเวลาเดียวกันแต่ต่างงวดบัญชีหรือสามารถนำข้อมูลไปเปรียบเทียบกับองค์กรอื่นในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันได้ รวมทั้งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากวิธีการบัญชีที่มาตรฐานการรายงานทางการเงินกำหนด

4) ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุม ข้อมูลที่ปรากฏในรายงานทางการเงินสามารถพิสูจน์ยืนยันรายการได้และผ่านการรับรองโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตตามที่กฎหมายกำหนด แสดงหลักฐานเพียงพอต่อการสร้างความเชื่อมั่นได้ว่าผู้ใช้ข้อมูลสามารถตีความหมายของแต่ละรายการและนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้ในทิศทางเดียวกัน

5) ด้านความทันเวลา จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อเผยแพร่และนำส่งต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามที่เวลากำหนด มีการใช้ระบบบัญชีและวิธีการบัญชีที่เหมาะสมกับบริบทเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดทำรายงาน ทุกฝ่ายมีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการส่งข้อมูลเพื่อจัดเตรียมเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการจัดทำรายงานทางการเงิน

6) ด้านความสามารถเข้าใจได้ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมการนำเสนอรายการในรายงานทางการเงินชัดเจนช่วยให้ผู้ใช้ข้อมูลเข้าใจถึงสถานะและผลการดำเนินงานขององค์กรได้ตามความเป็นจริง โดยอยู่บนพื้นฐานที่ผู้ใช้ข้อมูลจำเป็นจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจพอควร

3.3 คุณภาพของเครื่องมือที่วัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง ความเชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกรายข้อโดยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ การวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งการวางระบบบัญชีที่ดี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.834 – 0.955 และคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.820 – 0.953 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวัดเพียงพอที่จะใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient Method) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการวางระบบบัญชีที่ดี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.881 – 0.954 และคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.858 – 0.945 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally และ Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเกินกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3.4 **สถิติที่ใช้ในการวิจัย**

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของเทคนิคการตรวจสอบทุจริตที่มีต่อคุณภาพการสอบบัญชีของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในประเทศไทย สามารถแสดงในรูปแบบของสมการได้ ดังนี้

สมการ $AIQ = \beta_0 + \beta_1 ATD + \beta_2 ATF + \beta_3 AIS + \beta_4 PSN + \beta_5 INC + \epsilon$

เมื่อ β แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ϵ แทน ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

AIQ แทน คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม

ATD แทน การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านเอกสารทางการบัญชี

ATF แทน การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี

AIS แทน การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านสารสนเทศทางการบัญชี

PSN แทน การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

INC แทน การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านการควบคุมภายใน

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

ตัวแปร	AIQ	ATD	AIF	AIS	PSN	INC	VIFs
$\overline{X}$	3.935	4.000	3.746	3.959	3.605	4.008	
S.D.	0.973	0.852	1.083	0.925	1.043	1.084	
AIQ		0.824*	0.907*	0.920*	0.862*	0.951*	
ATD			0.866*	0.823*	0.755*	0.835*	4.660
AIF				0.858*	0.854*	0.880*	7.078
AIS					0.861*	0.909*	7.286
PSN						0.848*	4.984
INC							7.750

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การวางระบบบัญชีที่ดี มีค่าตั้งแต่ 4.660 – 7.750 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยของการวางระบบบัญชีที่ดีกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย

การวางระบบบัญชีที่ดี	คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	0.373	0.119 0.082	3.124*	0.002
ด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี (ATD)	-0.105	0.056	-1.829	0.700
ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี (AIF)	0.763	0.066	4.725*	<0.0001
ด้านสารสนเทศทางการบัญชี (AIS)	0.259	0.049	3.911*	<0.0001
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง (PSN)	0.019	0.058	0.381	0.704
ด้านการควบคุมภายใน (INC)	0.475		8.145*	<0.0001

$F = 344.211$ $p < 0.0001$ Adj $R^2 = 0.934$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลาและด้านความสามารถเข้าใจได้ เนื่องจาก การนำเสนอรายงานทางการเงินในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจเน้นการนำธุรกิจเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเพื่อความมั่นคง จึงต้องเน้นปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานรายงานทางการเงิน รายงานทางการเงินที่มีคุณภาพโดยมีพื้นฐานของ การเปรียบเทียบข้อมูลของรายงานทางการเงิน สามารถพิสูจน์ยืนยันได้ทันทันทีในทุก ๆ รายการที่ปรากฏในรายงานทางการเงิน รวมถึงเข้าใจได้ทันทันทีที่ใช้งานและทันต่อการนำเสนอรายงานทางการเงิน ซึ่งองค์ประกอบเหล่าคือคุณลักษณะพื้นฐานของรายงานทางการเงิน ที่ผู้ใช้รายงานทางการเงินนำรายงานทางการเงินใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการลงทุน ซึ่งการได้ข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพนั้นต้องเริ่มมาจากกระบวนการการวางระบบบัญชีที่ดี ซึ่งจะทำให้ธุรกิจนั้นได้เปรียบทางการแข่งขันจากการมีรายงานทางการเงินที่มีคุณภาพ เข้าใจได้ในทันทีที่ใช้งานมีการอธิบายรายการที่ซับซ้อนไว้ในหมายเหตุประกอบงบการเงิน ซึ่งหมายถึงการมีแบบฟอร์มทางการบัญชีที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อุเทน เลานำทา, 2559) กล่าวว่า ระบบบัญชีที่ดีนั้นจะนำไปสู่การนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีผ่านรายงานทางการเงินจะส่งผลโดยส่งให้ผู้ใช้รายงานทางการเงินนั้นสามารถเข้าใจง่าย เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจผู้ใช้งบการเงินและความน่าเชื่อถือข้อมูลทางการบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชิต อนุศรี (2557 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบบัญชีที่ดีนั้นต้องอาศัยแบบฟอร์มทางการบัญชีเป็นปัจจัยหลักในการหล่อเลี้ยงข้อมูลเพื่อใช้ในการนำเสนอไปยังรายงานทางการเงินเพื่อความเข้าใจงาน จะส่งให้ผู้ใช้ข้อมูลทางการบัญชีนั้นใช้ในการวางแผนงานเพื่อสร้างหลักการบริหารงานที่ดี รวมถึงการให้วางแผนกลยุทธ์ทางการค้าเพื่อให้เป็นผู้นำทางการตลาดในการทำธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิด (Richardson, 2018) กล่าวคือ การวางระบบบัญชีที่ดีนั้นขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล เอกสารทางการเงินต่าง ๆ ที่เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชีส่งผลไปยังการกำหนดแบบฟอร์มทางการบัญชีที่ดี ตลอดจนวิธีการที่ใช้ในการบันทึกบัญชีการจัดทำรายงานเสนอต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายนอกและภายในองค์กรให้เข้าใจได้ง่ายช่วยให้ฝ่ายจัดการได้มีข้อมูลประกอบการบริหารงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robert W. Scapens and Mostafa Jazayeri (2010 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบบัญชีที่ดีและมีคุณภาพนั้นจะต้องมาจากลักษณะของแบบฟอร์มทางการบัญชีที่ดีจะช่วยลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานโดยรวมเพื่อนำไปสู่การนำเสนอข้อมูลทางการบัญชีผ่านรายงาน

ทางการเงินที่มีคุณภาพ เข้าใจง่าย ผู้ใช้ข้อมูลสามารถนำข้อมูลทางการบัญชีไปใช้ในการตัดสินใจได้จริง การพยากรณ์ของข้อมูลที่แม่นยำ สามารถเชื่อถือได้

2) การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม และด้านความสามารถเข้าใจได้ เนื่องจาก การบริหารธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องอาศัยข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ในการวางแผนงาน ซึ่งการได้มาของข้อมูลที่มีคุณภาพนั้นต้องอาศัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีโดยการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ในกระบวนการทำงาน สามารถลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงานได้ดีขึ้น มีการป้องกันหรือรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญรวมถึงนำมาอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บ จัดส่ง และสำรองข้อมูลออนไลน์ สามารถได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงธรรมและเข้าใจง่ายจากกระบวนการของการวางระบบบัญชีที่ดีโดยการนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาใช้ในการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญญา คงวิริยะกุล (2560 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบบัญชีที่ดีต้องอาศัยระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นกลไกหลัก ในการนำกระบวนการบัญชีให้มีข้อมูลที่มีคุณภาพ เข้าใจง่ายโดยเป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม เมื่อนำระบบสารสนเทศทางการบัญชีมาให้ในการดำเนินงานสามารถได้ข้อมูลทางการบัญชีที่ตรงต่อเวลามีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ผู้บริหารสามารถนำข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผน บริหารต้นทุนการผลิต จัดการหรือลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง สามารถลดการทำงานของบุคคลกรและเพิ่มปริมาณงานขององค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของ (สมเดช โรจน์คุรีเสถียร, 2556) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นระบบการทำงานที่นำนโยบายจากทรัพย์กรมนุษย์และเทคโนโลยีสนเทศมาประประกอบกัน โดยเน้นการใช้ประโยชน์ต่อกระบวนการทางการบัญชีจากการดำเนินธุรกิจ วิธีการดำเนินงานตลอดจนการควบคุมทางการบัญชีการนำเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ในกระบวนการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรให้สามารถนำเสนอข้อมูลทางบัญชีได้สำเร็จครบถ้วนสมบูรณ์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับสินทรัพย์ หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ รายได้ ค่าใช้จ่ายและการประเมินผลในการดำเนินงานอย่างถูกต้องและเข้าใจง่าย เป็นระบบแบบแผนที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา คำมณี (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า ศักยภาพด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชีสามารถทำให้ข้อมูลทางการบัญชีเชื่อถือได้ เข้าใจง่าย ลดการผิดพลาดในการดำเนินงานโดยการใช้เทคโนโลยีในการควบคุมการจัดการระบบโดยรวม เพิ่มความมั่นใจต่อข้อมูลหรือต้นทุนการผิดที่ป้อนเข้าว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง จึงกล่าวได้ว่าระบบสารสนเทศทางการบัญชีนั้นเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ (Romney, 2018) กล่าวว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชี ขั้นตอนการปฏิบัติเกี่ยวกับ การรวบรวมข้อมูลเอกสารทางการเงินต่าง ๆ ที่เป็นหลักฐานในการบันทึกบัญชี สมุดบัญชี เครื่องมือ อุปกรณ์ ตลอดจนวิธีการที่ใช้ในการบันทึกบัญชีการจัดทำรายงานเสนอต่อบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายนอกและภายในองค์กรช่วยให้ฝ่ายจัดการได้มีข้อมูลประกอบการบริหารงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Agbejule (2012 : บทคัดย่อ) พบว่า ระบบสารสนเทศทางการบัญชีมีความสอดคล้องกับการได้ข้อมูลที่เที่ยงธรรมและเข้าใจง่าย เนื่องจากการป้อนข้อมูลผ่านระบบสารสนเทศนั้น ต้องดำเนินการตามเงื่อนไขที่ระบบกำหนด จึงทำให้ข้อมูลทางการบัญชีที่ออกมานั้นเป็นรูปแบบข้อมูลที่ผ่านระบบสารสนเทศที่ดีลดการบิดเบียนข้อมูลในเชิงการตกแต่งตัวเลข สามารถทำให้ผู้ใช้งบการเงินนั้นมั่นใจในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน

3) การวางระบบบัญชีที่ดี ด้านการควบคุมภายใน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวม ด้านความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ด้านความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม ด้านการเปรียบเทียบกันได้ ด้านความสามารถพิสูจน์ยืนยันได้ ด้านความทันเวลาและด้านความสามารถเข้าใจได้ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขัน การตกแต่งตัวเลขทางการบัญชีจึงมีบทบาทสำหรับธุรกิจที่ต้องการเปิดเผยรายงานทางการเงิน

ในส่วนเฉพาะที่ผู้นำเสนอต้องการให้เห็น การควบคุมภายในจึงถือเป็นส่วนสำคัญในองค์กร ซึ่งประจักษ์เป็นรูปธรรมในเรื่องของข้อมูลที่ยืนยันความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการควบคุมภายในและคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีโดยรวมและในด้านต่าง ๆ ซึ่งการควบคุมภายในนั้นยังหมายรวมถึงการกำหนดโครงสร้างและระบุรายละเอียดของแต่ละแผนกงานไว้อย่างชัดเจน มีการการติดตามผลการดำเนินงานว่าเป็นไปตามแผนการดำเนินตามโครงสร้างขององค์กรและควบคุมการดำเนินงานของแต่ละแผนกอย่างสม่ำเสมอรวมถึงการตรวจสอบภายในอย่างสม่ำเสมอโดยกำหนดให้บุคคลที่มีความอิสระและเชี่ยวชาญในการปฏิบัติหน้าที่จะทำให้องค์กรนั้นได้ข้อมูลทางการบัญชีที่เป็นธรรมสามารถพิสูจน์ได้ทันทันที่ที่มีการตรวจสอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินันท์ ผดาจิตร (2559 : บทคัดย่อ) พบว่า การควบคุมภายในเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการบริหารงานเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพ ในภาพรวมของการเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ความเป็นตัวแทนอันเที่ยงธรรม สามารถพิสูจน์ได้ เข้าใจได้ในทันทีที่ใช้งานรวมถึงการได้ข้อมูลที่ทันต่อเวลา ซึ่งเกิดขึ้นจากกระบวนการการมีบุคลากรของหน่วยตรวจสอบภายในองค์กรรับผิดชอบในการควบคุม ติดตามแผนงานและการกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร จึงถือได้ว่าการควบคุมภายในมีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อทุกองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรธีรา สายเจริญ (2558 : บทคัดย่อ) พบว่าการควบคุมภายในเชิงรุกมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบอกต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ด้านการมีเอกสารหลักฐานชีและด้านการแบ่งแยกหน้าที่โดยมาจากการตั้งโครงสร้างขององค์กรให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานจะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีเพื่อให้ได้การบริหารงานโดยภาพรวมให้มีคุณภาพเพื่อส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ถาวร พรามไทย (2558 : บทคัดย่อ) พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี กระบวนการควบคุมภายในโดยการกำหนดโครงสร้างและระบุรายละเอียดของแต่ละแผนกงานไว้อย่างชัดเจน กำหนดขั้นตอนแผนการดำเนินงานและการอนุมัติขั้นตอนการทำงานเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างมาตรฐานการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการควบคุมภายในถือเป็นกระบวนการที่มีคุณภาพลดข้อบกพร่องในการดำเนินงานในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Bubaker Shareia, 2016) พบว่า การควบคุมภายในโดยระบบสารสนเทศที่ใช้คอมพิวเตอร์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีดังนั้นองค์กรควรส่งเสริมให้มีการลงทุนในระบบสารสนเทศเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศที่มีความเหมาะสมกับองค์กร ส่งเสริมให้บุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะการใช้งานระบบสารสนเทศและให้ความสำคัญกับการควบคุมภายในระบบสารสนเทศที่ใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อให้องค์กรได้รับข้อมูลทางการบัญชีที่มีคุณภาพเพื่อให้ฝ่ายจัดการสามารถนำไปใช้บริหารจัดการองค์กร

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยและประโยชน์ของการวิจัย

5.1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

5.1.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบหรือปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการวางระบบบัญชีที่ดี เช่น กฎหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ภาษีในการดำเนินธุรกิจ หลักการในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ความพร้อมของระบบงานและรูปแบบในการจัดการองค์กร เป็นต้น เพื่อหาปัจจัยอื่นที่นำมาพัฒนาองค์กรให้การปฏิบัติงานในด้านของระบบบัญชีโดยรวมให้มีประสิทธิผลบนประสิทธิภาพอันสูงสุด

5.1.2 ควรมีการเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น ธุรกิจเคมีภัณฑ์ในประเทศไทย ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ธุรกิจยานยนต์ในประเทศไทย เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้ส่วนเกี่ยวข้องกับการวางระบบบัญชีที่ดี มีการนำระบบบัญชีมาประยุกต์ใช้เป็นจำนวนมากและเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ละเอียดและเกิดประโยชน์สูงสุดในการทำวิจัย

5.4.3 สำหรับการดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไป ควรเพิ่มวิธีการศึกษาโดยการส่งเครื่องมือในการวิจัย (แบบสอบถาม) ร่วมกับการสัมภาษณ์ในเชิงลึก เพื่อให้ได้เนื้อหาและรายละเอียดของข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์

5.1.4 ควรเพิ่มตัวแปรแทรกอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่อการวางระบบบัญชีที่ดี เช่น นโยบายขององค์กร สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นต้น เพื่อศึกษาว่ามีผลให้ตัวแปรอิสระส่งผลต่อตัวแปรตามดีขึ้นหรือแย่ลง หรือไม่มีผลต่อการดำเนินการวิจัยเลย

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ สามารถเป็นข้อสนเทศในการพัฒนาและปรับปรุงการวางระบบบัญชีที่ดีให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อผลลัพธ์ของคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย และเพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารจัดการขององค์กร รวมทั้งเป็นข้อสนเทศในการออกแบบการทำงาน โครงสร้างองค์กร พัฒนารูปแบบเอกสารและระบบทางการบัญชี รวมถึงการวางแผนการควบคุมการดำเนินงานทางการบัญชีขององค์กรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม อันจะนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาขององค์กรตลอดไป

6. สรุปผลการวิจัย

การวางระบบบัญชีที่ดีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี ดังนั้น ผู้บริหารฝ่ายบัญชีธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย จึงควรนำข้อสนเทศที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพ ทั้งด้านเอกสารหลักฐานทางการบัญชี ด้านแบบฟอร์มทางการบัญชี ด้านระบบสารสนเทศทางการบัญชี ด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องและด้านการควบคุมภายใน ส่งผลต่อการสร้างความมั่นต่อคุณภาพรายงานทางการเงิน เพื่อประโยชน์ต่อผู้ใช้รายงานทางการเงินนำไปใช้ในการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

ชุตินันท์ ผดาจิตร. (2559). *ผลกระทบของการควบคุมภายในสมัยใหม่ที่มีต่อประสิทธิผลองค์กรของธุรกิจเครื่องดื่มในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ถาวร พรามไทย. (2558). *ผลกระทบของการติดตามประเมินผลการควบคุมภายในที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชีของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นิตยา คำมณี. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการบัญชีเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิภาพรายงานทางการเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (8th ed.). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประดิษฐ์ เจริญชัยชนะ. (2553). *การบัญชีสำหรับองค์กรท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: บริษัท บุ๊คโปรโมชั่นแอนด์เซอร์วิส จำกัด.

วิไล วีระปรีย จงจิตต์ หลีกภัย และ ประจิตร หาวัตร. (2558). *ระบบบัญชี* (25th ed.). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2558). *กรอบแนวคิดสำหรับการรายงานทางการเงิน ปี 2558*. ค้นเมื่อ 1 มกราคม 2558, จาก frhttp://www.tfac.or.th/Home/Main

สมเดช โรจน์คุรีเสถียร. (2556). *เทคนิคการวางระบบบัญชีให้มีประสิทธิภาพ* (11th ed.). กรุงเทพฯ: ธรรมนิติเพรส.

อนุชิต อนุศรี. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างระบบบัญชีเชิงกลยุทธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางบัญชีของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อภิญญา คงวิริยะกุล. (2560). *ผลกระทบของประสิทธิภาพการประยุกต์ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีที่มีต่อการปฏิบัติงานที่ดีทางการบัญชีของธุรกิจเคมีภัณฑ์ในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

อรธีรา สายเจริญ. (2558). *ผลกระทบของการควบคุมภายในเชิงรุกที่มีต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจผลิตภัณฑ์ยางในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัมหาสารคาม.

อุเทน เลานำทา. (2559). *การวางระบบบัญชี*. (สารคามการพิมพ์, Ed.). มหาสารคาม.

Agbejule. (2012). The relationship between accounting systems management and perceived Environmental uncertainty on managerial performance. Accounting and Business Research. *Journal Research in Business,* 111-132.

Bubaker hareia. (2016). Accounting systems in developing countries. *Journal of Business and Economic Policy,* 132-142.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.

Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Richardson. (2018). *Accounting Information Systems*. Singapore: Seng Lee Press.

Robert W. S. & Mostafa, J. (2010). *Accounting system design*. Comprehensive enterprise resource planning business.

Romney. (2018). *Accounting information systems*. USA: Courier Kendallville in The United States States of America.

ผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มี
ต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

Effects of Product Quality Management on Organizational Success of Thai Brand Clothing Businesses

จุฑาณัฐ สินธุศิริ* ธีรพรรณ อึ๊งภากรณ์[2] และกาญจนา หินเธาว์[3]

Jutanat Sintusiri* Teerapan Ungphakorn[2] and Kanjana Hinthaw[3]

Received : June 10, 2019 Revised : August 15, 2019 Accepted : August 19, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย จำนวน 129 ฉบับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านความพอใจของทุกฝ่าย 2) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร และด้านกระบวนการปฏิบัติงาน 3) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยควรมีการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ในด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า และด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ควรให้เน้นและให้ความสำคัญด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการเกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรมในการทำงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องเข้าด้วยกัน โดยเชื่อมโยงกับทรัพยากรที่มีอยู่ในกิจการ ซึ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ความสำเร็จขององค์กร ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Business Administration, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The purpose of this study is to study the effects of product quality management on organizational success of Thai brand clothing businesses. Data were collected from 129 of Thai brand clothing business executives and questionnaires were used as a tool and statistic in analyzing. The Statistics used for analyzing the data were multiple correlation analysis, Simple Regression Analysis, and multiple regression analysis. Results revealed that: 1) product quality management and customer focus have positive relationship and effect to the organization in overall of goal accomplishment, operational process and participant satisfaction 2) process approach have positive relation and effect on organizational success in overall of goal accomplishment, supply and resource, and operational process 3) product quality management and continual improvement have positive relationship and effect on organizational success and supply and resource. Therefore, the executives should have product quality management in relation to process approach, customer focus, and continual improvement. In this regards, the executives should take into account of the importance of process approach in order to prescribe activities to be in compliance by connecting resources of the business operation. This will result the success and provide the business into more efficient way.

Keywords : Product Quality Management, Organizational Success

1. บทนำ

ในยุคที่ธุรกิจมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดเสรีการค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Communication : AEC) ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ พยายามสร้างจุดแข็งเพื่อให้สามารถได้เปรียบคู่แข่งขันโดยใช้กลยุทธ์เทคนิคการบริหารจัดการรวมถึงการบริการลูกค้าที่ดี ซึ่งองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี ตลอดจนสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจึงจำเป็นจะต้องมีความรู้เรื่องการจัดการคุณภาพ ความรอบคอบในการตัดสินใจ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแข่งขันและผลิตสินค้าที่ดีส่งต่อถึงผู้บริโภค ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจต้องมีการวางแผนบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ และให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวคิดการบริหารจัดการคุณภาพ ที่มุ่งเน้นให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้กับธุรกิจเพื่อสนับสนุนและเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจให้สามารถประสบความสำเร็จได้ (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน, 2554 : 120)

การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product Quality Management) เป็นวิธีการที่ทำหน้าที่กำหนดแนวทางการปฏิบัติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดและได้รับการยอมรับตามมาตรฐานการใช้งาน และได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กรในทางที่ดี มีการปรับปรุงขั้นตอน วิธีการและใช้เครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นประโยชน์กับองค์กรนำไปสู่ความเป็นเลิศในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ แม้แต่องค์กรสาธารณะในปัจจุบันล้วนให้บริการที่แตกต่างจากในอดีต ทั้งนี้เนื่องจากคุณภาพกลายเป็นมาตรฐานที่แน่นอน ตัวอย่างเช่น องค์กรทางด้านการศึกษาและสาธารณสุขทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนมีการแข่งขันสูงขึ้นมิใช่การแข่งขันกันเรื่อง

ราคาเพียงอย่างเดียว แต่ยังมุ่งเน้นไปที่คุณภาพ ซึ่งถือเป็นเกณฑ์สำคัญที่ลูกค้าจะเลือกใช้บริการ การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้น ประกอบด้วย การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) การดำเนินงานเป็นกระบวนการ (Process Approach) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรตามขั้นตอนการบริหาร การพัฒนาออกแบบ การลงมือผลิตรวมทั้งนำเสนอสินค้าและบริการที่มีประโยชน์สูงอย่างประหยัดที่สุด และเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า (บรรจง จันทมาศ, 2547 : 26) ดังนั้น องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการจัดการคุณภาพ การแข่งขันโดยการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องจึงจะนำพาให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ

ความสำเร็จขององค์กร (Organizational Success) เป็นผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจที่สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานโดยใช้ทรัพยากร กำลังคนและเวลาอย่างคุ้มค่า มีการสูญเปล่าน้อย จนทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย โดยการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจนบรรลุความสำเร็จได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิผล มุ่งเน้นการบรรลุการชี้วัดความสำเร็จทั้งในระดับหน่วยงานระดับแผนก และระดับผู้บริหาร ซึ่งการทำงานที่เน้นตัวชี้วัดความสำเร็จนี้ได้ส่งผลให้องค์กรต้องปรับตัวและพัฒนาอย่างเต็มที่ เพื่อให้ก้าวทันรูปแบบการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป ความสำเร็จขององค์กรนั้น มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ด้านการบรรลุเป้าหมาย (Goal Accomplishment) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (Supply and Resource) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Operational Processes) ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) (สมใจ ลักษณะ, 2553 : 65) ดังนั้น องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรจะส่งผลให้เกิดการส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้าและจะส่งผลดีต่อองค์กรให้มีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย (Thai Brand Clothing Businesses) เป็นธุรกิจที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบของห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทภายใต้ตราสัญลักษณ์ และจดทะเบียนในประเทศไทย ดำเนินงานเกี่ยวกับการผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จัดเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศและเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง อีกทั้งในปัจจุบันยังมีสถานประกอบการเป็นจำนวนมาก ธุรกิจผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการในภาคการผลิต รวมถึงบุคลากรในด้านแรงงานที่มีฝีมือ มีคุณภาพสูง ทำให้ผู้ประกอบการจะต้องมีการวางแผนบริหารจัดการทั้งในด้านบุคคลากรและด้านการออกแบบ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมามีคุณภาพ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค (สุจริต กุลธร, 2538 : 32) ดังนั้น การบริหารจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ จะช่วยทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในระยะยาวได้เป็นอย่างดี

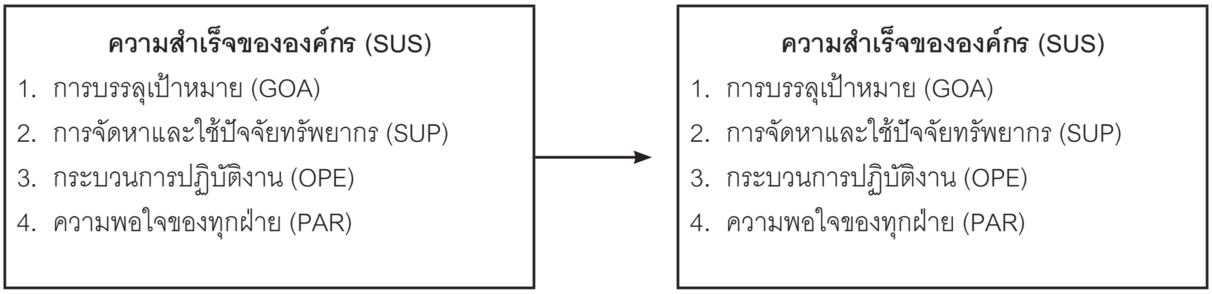
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัย ผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่า การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากธุรกิจผลิตเสื้อผ้าในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาและกำหนดทิศทางการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตเสื้อผ้า เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับธุรกิจประเภทเดียวกันในการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าและผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจผลิตเสื้อผ้าในประเทศไทย

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ถูกกำหนดเป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กร จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

รูปภาพประกอบ 1

โมเดลของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์และความสำเร็จขององค์กร



2.1 **การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์** (Product Quality Management)

วิธีการที่ทำหน้าที่กำหนดแนวทางการในการปฏิบัติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการปฏิบัติงานตามหน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ขององค์กร เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพตรงตามข้อกำหนดและได้รับการยอมรับตามมาตรฐานการใช้งานและได้รับความพึงพอใจจากลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กรในทางที่ดี มีการปรับปรุงขั้นตอน วิธีการและใช้เครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นประโยชน์กับองค์กรนำไปสู่ความเป็นเลิศในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย (บรรจง จันทมาศ, 2547 : 26)

2.1.1 การมุ่งเน้นที่ลูกค้า (Customer Focus) หมายถึง กระบวนการที่ยึดเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลางและแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเหล่านั้น โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความพึงพอใจ ให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า

2.1.2 การดำเนินงานเป็นกระบวนการ (Process Approach) หมายถึง วิธีการกำหนดระบบความสัมพันธ์ของปัจจัยและกระบวนการดำเนินงานโดยการนำกระบวนการต่าง ๆ มาร้อยเรียงกัน ก่อให้เกิดเป็นระบบ (System) เพื่อให้องค์กรผลิตสินค้าได้อย่างมีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.3 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continual Improvement) หมายถึง วิธีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขซึ่งเกิดขึ้นจากความพยายามอย่างต่อเนื่องและค่อยเป็นค่อยไปในการปรับปรุงจากมาตรฐานเดิมที่มีอยู่ให้ดีขึ้นรวมถึงการปรับปรุงการทำงานประจำวันให้ดียิ่งขึ้น การปรับปรุงนี้อาจไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคพิเศษใด ๆ เพียงแต่ใช้สามัญสำนึกของพนักงานทุกคนในองค์กร ตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่างในการตรวจสอบงานของตนเองและตั้งใจปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม

2.2 **ความสำเร็จขององค์กร** (Organizational Success)

ผลการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจที่สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ได้มาตรฐานโดยใช้ทรัพยากร กำลังคน และเวลาอย่างคุ้มค่า มีการสูญเปล่าน้อย จนทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ทุกฝ่าย ประกอบด้วย (สมใจ ลักษณะ, 2553 : 65)

2.2.1 ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ (Goal Accomplishment) หมายถึง ผลลัพธ์จากการพิจารณาผลผลิต (Output) ขององค์กร ว่าสามารถผลิตได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนด

2.2.2 ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร (Supply and Resource) หมายถึงผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดหาและจัดสรรทรัพยากร การพิจารณาประสิทธิภาพของการจัดหาทรัพยากรในลักษณะที่มีเพียงพอสำหรับการดำเนินการตามแผนปฏิบัติและจัดสรรอย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมาย

2.2.3 ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน (Operational Processes) หมายถึง ผลลัพธ์จากกระบวนการปฏิบัติหน้าที่ ตามบทบาทของแต่ละกลุ่มงานตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน การไหลลื่น ส่งต่อ (Flow) ของงานการมีประสิทธิภาพของการทำงานที่ได้งานครบถ้วน มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีช่วยปฏิบัติงาน บุคคลทำงานเต็มศักยภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มมีความราบรื่น ไม่มีข้อขัดแย้ง

2.2.4 ด้านความพอใจของทุกฝ่าย (Participant Satisfaction) หมายถึง ผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงาน และกระบวนการปฏิบัติที่ใช้ นำมาซึ่งความพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้แก่ ผู้บริหารองค์กร พนักงานและลูกจ้าง ลูกค้า รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จขององค์กรจึงตั้งเป็นสมมุติฐาน ได้ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 : การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

สมมุติฐานที่ 2 : การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

สมมุติฐานที่ 3 : การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย จำนวน 2,071 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย จำนวน 400 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 43-48) และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบ่งตามภูมิภาคและทำการสุ่มโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามวันที่ 4 กันยายน 2560 จำนวน 400 ฉบับ และขอความร่วมมือจากหน่วยงานในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 15 วัน นับจากได้รับแบบสอบถาม เมื่อครบกำหนด ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมา จำนวน 57 ฉบับ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการโทรศัพท์ติดตามบริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย ในวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560 ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาอีกจำนวน 76 ฉบับ รวมแบบสอบที่ได้รับกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 133 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 65 วัน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับทั้ง 133 ฉบับ ซึ่งมีแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์ จำนวน 129 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 32.25 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker Kumar และ Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้

3.2 การวัดคุณภาพของตัวแปร

การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมความต้องการของลูกค้า และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า 2) ด้านการดำเนินงานอย่างเป็นกระบวนการ 4 ข้อ โดยครอบคลุมระบบความสัมพันธ์ของปัจจัยและกระบวนการดำเนินงานโดยการนำกระบวนการต่าง ๆ และ 3) ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง 4 ข้อ โดยครอบคลุมวิธีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่างความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการบรรลุเป้าหมาย 4 ข้อ โดยครอบคลุมผลลัพธ์ขององค์กรว่าสามารถผลิตได้ตรงตามเป้าหมายที่กำหนด 2) ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร 4 ข้อ โดยครอบคลุมผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดหาและจัดสรรทรัพยากร 3) ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมผลลัพธ์จากกระบวนการปฏิบัติหน้าที่ ตามบทบาทของแต่ละกลุ่มงานตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน และ 4) ด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน และหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item total Correlation การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.718 - 0.822 และ ความสำเร็จขององค์กร ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.729 - 0.922 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเกินกว่า 0.4 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.816 - 0.921 และ ความสำเร็จขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง 0.839 - 0.974 ซึ่งสอดคล้องกับ (Nunnally & Bernstein, 1994) ได้นำเสนอว่า แบบเกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมากกว่า 0.70 หมายความว่า เครื่องมือมีคุณภาพสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 สถิติที่ใช้การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ กับความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$SUS = \beta_0 + \beta_1 CUS + \beta_2 PRO + \beta_3 CON + \varepsilon$$

เมื่อ SUS แทน ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม

CUS แทน การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า

PRO แทน การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ

CON แทน การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปราย

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์กับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

ตัวแปร	SUS	CUS	PRO	CON	VIFS
$\overline{X}$	4.082	4.049	4.085	4.045	
S.D.	0.233	0.243	0.319	0.328	
SUS	-	0.576*	0.309*	0.054*	
CUS		-	0.113*	0.052*	1.020
PRO			-	0.224*	1.071
CON				-	1.060

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระ การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์มีค่าตั้งแต่ 1.020 – 1.071 ซึ่งมาค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006 : 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวมของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทย

การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์	ความสำเร็จขององค์กรโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.145	0.370	3.091*	0.002
ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า (CUS)	0.528	0.068	7.815*	<0.001
ด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ (PRO)	0.176	0.053	3.338*	0.001
ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (CON)	0.020	0.051	0.395	0.694
F = 26.941 p = < 0.0001 $AdjR^2$= 0.378				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า 1) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นลูกค้าถือเป็นกระบวนการที่ยึดเอาลูกค้าเป็นศูนย์กลางและแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเหล่านั้น โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าทั้งยังต้องรักษาความสัมพันธ์โดยวิธีการต่าง ๆ รวมถึงการมุ่งเน้นให้มีการประเมินความพึงพอใจและความผูกพันของลูกค้า เพื่อตอบสนองให้เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Swinney (2011 : Abstract) พบว่า การสอบถามความต้องการของลูกค้าด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จะช่วยตอบสนองกลยุทธ์พฤติกรรมของผู้บริโภคได้ตรงจุด โดยนำเสนอสินค้าให้ตรงใจและสามารถทำให้สินค้ามีมูลค่ามากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วช่วยลดผลกระทบพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาสในการขายได้ สิ่งเหล่านี้ทำให้ได้รับผลกำไรมากขึ้นเกิดการจ้างงานในระบบเพิ่มมากขึ้น โดยสรุปแล้วการตอบสนองกระแสความต้องการของผู้บริโภคที่รวดเร็วสามารถก่อเกิดมูลค่าที่มีความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อผู้บริโภคแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ต้องการ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค 2) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากกิจการจะต้องมีการมุ่งเน้นการกำหนดกระบวนการที่จะสร้างคุณค่าโดยการมุ่งเน้นการตรวจวัดปัจจัยนำเข้า และผลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังต้องมีการกำหนดความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ที่ชัดเจน และมีการเชื่อมโยงกันกับทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการทำงานที่สอดคล้องกันทั้งองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hewitt (2005 : Abstract) พบว่า ความต้องการและความคาดหวังความพึงพอใจของลูกค้าคือข้อมูลที่มีคุณค่าในการวางแผนจัดการกระบวนการทำงาน ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมสำคัญในการทำให้อุตสาหกรรมการผลิตเป็นไปอย่างราบรื่น ลดต้นทุนการผลิตที่เกิดจากของเสียจากกระบวนการทำงาน ส่งผลมาจากการมีระบบการทำงานที่ดี มีการตรวจวัดปัจจัยนำเข้า และส่งออก โดยดำเนินการตามการออกแบบกิจกรรมที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ และ 3) การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กร ด้านการจัดหาและใช้ปัจจัยทรัพยากร เนื่องจากธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยจะให้ความสำคัญกับการตรวจประเมินการทำงานแต่ละส่วนอย่างเป็นระยะ ๆ และมีการใช้แนวคิดการปรับปรุงเบื้องต้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยการจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ในการผลิตให้เพียงพอและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ David (2009 : บทคัดย่อ) พบว่า การบริหารการผลิตเป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการมนุษย์ ผู้ซึ่งมีความต้องการอย่างไม่สิ้นสุด แต่เนื่องจากการมีทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น จึงได้เข้ามาเป็นตัวกำหนดบทบาทในกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก การจัดสรรและปรับปรุงระบบการทำงาน โดยมีการตรวจประเมินในแต่ละจุดจะทำให้การทำงานสอดคล้องกันทั้งกระบวนการ ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรที่จำกัดของกิจการได้ ดังนั้นจึงทำให้เกิดการบริหารการผลิต เพื่อช่วยให้ผลผลิตที่ออกมามีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของมนุษย์ อีกประการหนึ่งยังเป็นการช่วยให้เรานำเอาทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้น มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอีกด้วย โดยการผลิตมีการแปรรูปปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ผ่านกระบวนการที่ทำให้ผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าปัจจัยนำเข้า ดังนั้นการผลิตจึงเป็นหนึ่งในหน้าที่หลักของการบริหารธุรกิจที่มีผลโดยตรงต่อความอยู่รอดขององค์การ

5. ข้อเสนอแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่สนใจควรมีการศึกษาผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของกลุ่มธุรกิจอื่น เช่น ยานยนต์ อาหาร เพื่อเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ในการปฏิบัติงาน และพัฒนาผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีอื่นเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth-Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดใหม่ ๆ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยผู้บริหารควรยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยสอบถามความคิดเห็นและความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและเสริมให้มีการประเมินความพึงพอใจ แล้วนำความคิดเห็นเหล่านั้นมาปรับใช้ และสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อลูกค้าเพื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในระยะยาว ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้กิจการสามารถบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ โดยสามารถใช้ปัจจัยทรัพยากรที่มีอยู่ในกิจการได้อย่างคุ้มค่าและก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ต่อไป

6. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาผลกระทบของการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรของธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยในประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยจำนวน 129 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับการมีความสำเร็จขององค์กร ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ไทยควรมีการจัดการคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ ด้านการมุ่งเน้นที่ลูกค้าและด้านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ควรให้เน้นและให้ความสำคัญด้านการดำเนินงานเป็นกระบวนการ เกี่ยวกับการกำหนดกิจกรรมในการทำงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องเข้าด้วยกัน โดยเชื่อมโยงกับทรัพยากรที่มีอยู่ในกิจการ ซึ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). *กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2559 , จาก http://www.dbd.go.th/main.php?filename=index

บรรจง จันทมาศ. (2547). *การพัฒนางานด้วยระบบบริหารคุณภาพและเพิ่มผลผลิต* (5th ed.). กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย - ญี่ปุ่น.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (5th ed.). กรุงเทพฯ: สุวิริยาสาส์น.

สมใจ ลักษณะ. (2553). *การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. (2554). *โลกของผู้ประกอบการ และการวางแผนกลยุทธ์สำหรับ SME* (2nd ed.). กรุงเทพฯ: กรองอักษร.

สุจริต กุลธร (2538). *การปรับตัวของแรงงาน ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ จากการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี : ศึกษาเฉพาะกรณีอุตสาหกรรมปั่นด้าย-ทอผ้า และอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี*. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์/กรุงเทพฯ.

Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2004). *Marketing research*. John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. John Wiley & Sons.

David, A. G. (2009). *General management: Processes and action*. USA : John Wiley & Son.

Hewitt, A. L. (2005). *Employee engagement*. Retrieved Augustl 30, 2018, from https://ceplb03.hewitt.com/bestemployers/turkey/pages/emp_ eng.htm

Meirovitch, L. (2008). *Fundamentals of vibrations*. McGraw – Hill., 12, 6.

Nunnally, J. C., & Ira, H. B. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychological theory*. New York, NY: MacGraw-Hill.

Swinney, R. (2011). Selling to strategic consumers when product value is uncertain: The value of matching supply and demand. *Management Science*, 57(10), 1737-1751.

ผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Effects of Best Accounting Learning on Job Efficiency of Bookkeepers in the Northeast

วรัญญา พันธุ์โสภณ* ศรีรุ่งรัตน์ สุดสมบูรณ์[2] และศุทธินี ปราชญ์ศรีภูมิ[3]

Warunya Pansophon* Seerungrat Sudsomboon[2] and Suttinee Prachsriphum[3]

Received : March 8, 2020 Revised : April 7, 2020 Accepted : April 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 133 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 10 เมษายน ถึง 15 พฤษภาคม 2562 และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีด้านตรวจสอบตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม และด้านปริมาณ การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการสังเกตและการศึกษา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านต้นทุน และด้านปริมาณ และการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน และด้านเวลา ดังนั้น ผู้ทำบัญชีควรมุ่งเน้นพัฒนาการเรียนรู้ทางบัญชีของตนเองในด้านการตรวจสอบตนเอง ด้านการสังเกตและการศึกษา และด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น เพื่อที่จะสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้บริหารองค์กรและผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชี

คำสำคัญ : การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ผู้ทำบัญชี

---

* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

* Master Student, Master of Accountancy, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[2] อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[2] Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

[3] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

[3] Assistant Professor, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

Abstract

The objective of this research was to test Effects of Best Accounting Learning on Job Efficiency of Bookkeepers in the Northeast. Questionnaires were used as a tool for collecting data form 133 bookkeepers in the Northeast and the period of data collection 10 April to 15 May 2019. The statistical techniques used for data analysis were multiple correlation analysis simple regression analysis and multiple regression analysis. According to analyses of relationships and effects were found best accounting learning in the aspect self – check had positive relationships with and effect on job efficiency in general and in aspect of quality. best accounting learning in the aspect observation and education had positive relationships with and effect on job efficiency in general and in these aspects; cost and quantity. And best accounting learning in the aspect learning from others had positive relationships with and effect on job efficiency in general and in these aspects; quality, cost and timing. Therefore, bookkeepers should focus on improving learning accounting in the aspect of self – check, observation and education, learning from others. In order to apply knowledge to work effectively for the best benefit of corporate executives and users of accounting data
Keyword : best accounting learning, job efficiency, bookkeepers

1. บทนำ

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมของธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก การแข่งขันทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ทวีความรุนแรงขึ้น รวมถึงความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของหลักการทางการบัญชี มาตรฐานการบัญชี และแนวทางปฏิบัติทางการบัญชี เพื่อให้มีแนวทางในการปฏิบัติทางการบัญชีให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปและทันต่อข้อมูลใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น บทบาทของผู้ทำบัญชีจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม ผู้ทำบัญชีจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์และมุมมองที่เข้าใจสภาพแวดล้อมของกิจการและองค์กรอื่นที่ดำเนินงานอยู่ ซึ่งในปัจจุบันผู้ทำบัญชีได้รับความคาดหวังว่าจะสนองความต้องการข้อมูลของนักลงทุน เจ้าหนี้ และผู้ใช้ข้อมูลทั้งที่เป็นข้อมูลทางการเงินและไม่เป็นข้อมูลทางการเงินได้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560: เว็บไซต์) ข้อมูลทางบัญชีทั้งข้อมูลทางการเงินและข้อมูลที่ไม่ใช่ทางการเงินล้วนแต่มีความสำคัญต่อการวางแผน ควบคุมการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กรทั้งสิ้น ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ทำบัญชีจะต้องพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ซึ่งจะช่วยให้ผู้ทำบัญชีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ข้อมูลทางบัญชี

การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี (Best Accounting Learning) เป็นกระบวนการที่นำไปสู่การพัฒนาที่ได้รับมาจากประสบการณ์หรือการฝึกหัดที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีโดยเกิดขึ้นได้จากการอ่านและศึกษามาตรฐานและแนวคิดทางบัญชี การรับรู้ข่าวสารทางด้านบัญชี การปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นการเรียนรู้อย่างเป็นกระบวนการ ทำให้เกิดการเพิ่มความรู้ ความสามารถ ทักษะในการแก้ไขปัญหาทางบัญชีและประยุกต์ใช้ข้อมูลทางบัญชีในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย ด้านความคิด (Thinking) ด้านการตรวจสอบตนเอง (Self – Check) ด้านปฏิบัติ (Acting) ด้านการสังเกตและการศึกษา (Observation and Education) และด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น (Learning from Others) (ยุรพร ศุทธรัตน์, 2552: 47) การเรียนรู้เป็นกระบวนการได้มาซึ่งความเข้าใจและการใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มความสามารถที่จะแสวงหาและปรับใช้ความรู้ ทำให้ผู้ทำบัญชีสามารถเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและสามารถนำความรู้ไปใช้ในการแก้ปัญหาได้ (สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560: เว็บไซต์) ดังนั้นผู้ทำบัญชีควรมีการเรียนรู้ทางบัญชีที่ดีและทันต่อเหตุการณ์เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (Job Efficiency) เป็นผลลัพธ์การปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบัญชีที่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และได้ผลการปฏิบัติงานทางบัญชีที่มีคุณภาพ ถูกต้อง เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพ (Quality of Work) ด้านต้นทุน (Cost of Work) ด้านปริมาณ (Quantity of Work) และด้านเวลา (Timing) (Grote, 2011: 51) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนั้นมีปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ ความรู้ความสามารถและคุณสมบัติส่วนบุคคล ปริมาณงานและคุณภาพของการดำเนินงาน ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะในการปฏิบัติงาน เจตคติค่านิยมในการทำงาน และขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน (สมใจ ลักษณะ, 2552: 262-266) ผู้ทำบัญชีต้องมีปัจจัยเหล่านี้เพื่อเป็นตัวกำหนดให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพมากขึ้น ส่งผลในทางที่ดีให้แก่ทั้งองค์กรและผู้ทำบัญชีเองจึงอาจกล่าวได้ว่าการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานนั้นต้องเกิดจากการเรียนรู้ของผู้ทำบัญชี

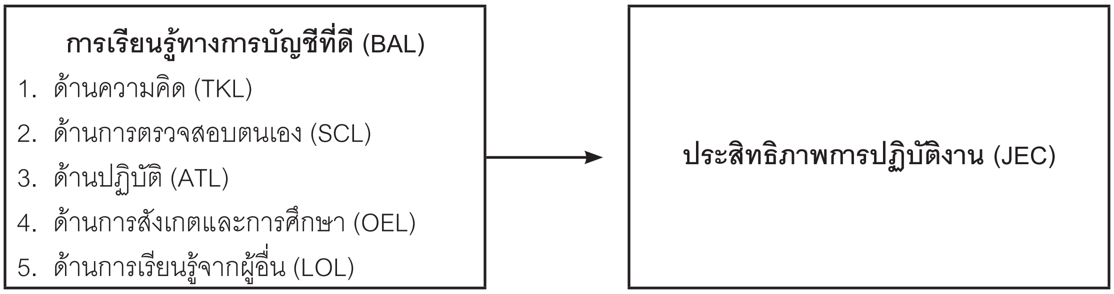
ผู้ทำบัญชี (Bookkeepers) เป็นผู้รับผิดชอบในการทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีอันได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจดทะเบียน บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายต่างประเทศที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย กิจการร่วมค้าตามประมวลรัษฎากร และบุคคลธรรมดาหรือห้างหุ้นส่วนที่มิได้จดทะเบียนบางประเภทธุรกิจ ไม่ว่าจะได้กระทำในฐานะเป็นลูกจ้างของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีหรือไม่ก็ตาม ผู้ทำบัญชีมีหน้าที่จัดทำบัญชีเพื่อให้มีการแสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงินหรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีตามความเป็นจริงและตามมาตรฐานการบัญชีโดยมีเอกสารที่ต้องใช้ประกอบการลงบัญชีให้ถูกต้องครบถ้วน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561: เว็บไซต์) ผู้ทำบัญชีต้องมีการพัฒนาความรู้ความสามารถอันเกิดจากการเรียนรู้ที่ดีและทันต่อเหตุการณ์ในสภาพแวดล้อม รวมถึงมาตรฐานการบัญชีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อที่จะนำความรู้ใหม่ ๆ ไปใช้ได้อย่างสม่ำเสมอ และผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพ ดังนั้นการเรียนรู้ที่ดีจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิจัยผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเพื่อเป็นแนวทางในการนำไปพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของผู้ทำบัญชี และส่งเสริมให้ผู้ทำบัญชีตระหนักถึงการเรียนรู้ทางการบัญชีเพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลาและนำความรู้ใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างสม่ำเสมอ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้

รูปภาพประกอบ
โมเดลของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีและประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน



2.1 **การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี** (Best Accounting Learning) หมายถึง กระบวนการที่นำไปสู่การพัฒนาที่ได้รับมาจากประสบการณ์หรือการฝึกหัดที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี โดยเกิดขึ้นได้จากการอ่านและศึกษามาตรฐานและแนวคิดทางบัญชี การรับรู้ข่าวสารทางด้านบัญชี การปฏิบัติงานด้านบัญชีเป็นการเรียนรู้อย่างเป็นกระบวนการทำให้เกิดการเพิ่มความรู้ ความสามารถ ทักษะในการแก้ไขปัญหาทางบัญชีและประยุกต์ใช้ข้อมูลทางบัญชีในอนาคต (ยุรพร ศุทธรัตน์, 2552: 47) ประกอบด้วย

2.1.1 ด้านความคิด (Thinking) หมายถึง การนำข้อมูลจากมาตรฐานการบัญชีมาวิเคราะห์ทำความเข้าใจ ปรับเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานและแก้ไขปัญหาทางบัญชีในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปให้มีประสิทธิภาพตรงตามมาตรฐานการบัญชี

2.1.2 ด้านการตรวจสอบตนเอง (Self – Check) หมายถึง การทบทวน ตีความ ไตร่ตรองถึงความรู้ความสามารถ ทักษะทางด้านการบัญชี รวมถึงประสบการณ์ด้านการบัญชีถึงสิ่งที่ได้ปฏิบัติไปหากพบข้อผิดพลาดจึงหาวิธีการปรับปรุงแก้ไข

2.1.3 ด้านปฏิบัติ (Acting) หมายถึง การรับรู้ การปรับเปลี่ยนความคิด และการตอบสนองจากกระบวนการปฏิบัติงานทางบัญชีอย่างเป็นระบบ เพื่อผลักดันให้ผลการปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย มีความถูกต้องแม่นยำ

2.1.4 ด้านการสังเกตและการศึกษา (Observation and Education) หมายถึง การจดจำ การสังเกตและศึกษาวิธีทางการบัญชี มาตรฐานการบัญชีทั้งฉบับใหม่และฉบับเดิมที่มีอยู่แล้วหรือที่ปรับปรุงใหม่และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีอย่างถี่ถ้วน

2.1.5 ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น (Learning from Others) หมายถึง การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านงานบัญชี วิธีการทำงาน และการฝึกอบรมจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานภายในองค์กร ซึ่งเป็นการทำความเข้าใจเพิ่มเติมในงานที่ปฏิบัติ รวมทั้งได้รับความคิดหรือแง่มุมใหม่ ๆ ในการจัดทำบัญชี

2.2. **ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน** (Job Efficiency) หมายถึง ผลลัพธ์การปฏิบัติงานตามมาตรฐานการบัญชีที่สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และได้ผลการปฏิบัติงานทางบัญชีที่มีคุณภาพ ถูกต้อง เสร็จทันตามเวลาที่กำหนด และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเชิงเศรษฐกิจ (Grote, 2011: 51) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านคุณภาพ (Quality) หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานบัญชีที่ทำสำเร็จมีความถูกต้อง ประณีตเรียบร้อย สมบูรณ์ และสอดคล้องตามมาตรฐาน งานในหน้าที่รับผิดชอบหรือปฏิบัติงานไม่ผิดพลาดบกพร่อง ทำให้เกิดผลสำเร็จ ตอบสนองตามความต้องการและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

2.2.2 ด้านต้นทุน (Cost) หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานบัญชีที่มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรในบทบาทหน้าที่ ได้ผลตามเป้าหมายไม่เกิดการสูญเปล่าของทรัพยากรโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าและความประหยัด

2.2.3 ด้านปริมาณ (Quantity) หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานบัญชีโดยปริมาณที่แล้วเสร็จมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับปริมาณงานที่กำหนดหรือปริมาณงานที่ควรจะทำได้ในเวลาหรือมาตรฐานที่ควรจะเป็น

2.2.4 ด้านเวลา (Timing) หมายถึง ผลของการปฏิบัติงานบัญชีตามปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงก่อนหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด เพื่อการเสนอผลงานได้ทันต่อเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการเรียนรู้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน จึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานในการวิจัย : การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6,814 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559: เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 363 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553: 121) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกผู้ทำบัญชีตามจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 20 จังหวัด กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนและทำการสุ่มโดยใช้คอมพิวเตอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามจำนวน 363 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 144 ฉบับ เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 133 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 37.57 ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, Kumer and Day (2001: 1) ได้นำเสนอว่า การส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราตอบกลับมาอย่างน้อยร้อยละ 20

3.2 การวัดคุณลักษณะตัวแปร

การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความคิด ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการวิเคราะห์ ทำความเข้าใจจากมาตรฐานการบัญชี 2) ด้านการตรวจสอบตนเอง ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการทบทวนถึงความรู้ ความสามารถ ทักษะทางด้านการบัญชี รวมถึงประสบการณ์ด้านการบัญชี 3) ด้านปฏิบัติ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการรับรู้ การปรับเปลี่ยนความคิด และการตอบสนองจากกระบวนการปฏิบัติงานทางบัญชีอย่างเป็นระบบ 4) ด้านการสังเกตและการศึกษา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการจดจำ การสังเกตและศึกษาวิธีทางการบัญชี มาตรฐานการบัญชีทั้งฉบับใหม่และฉบับเดิมที่มีอยู่แล้วหรือที่ปรับปรุงใหม่และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี 5) ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านงานบัญชี วิธีการทำงาน และการฝึกอบรมจากหัวหน้างานหรือเพื่อนร่วมงานภายในองค์กร

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพ ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลของการปฏิบัติงานบัญชีที่ทำสำเร็จมีความถูกต้อง ประณีตเรียบร้อย สมบูรณ์ และสอดคล้องตามมาตรฐาน 2) ด้านต้นทุน ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลของการปฏิบัติงานบัญชีที่มีการบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรไม่เกิดการสูญเปล่าของทรัพยากร 3) ด้านปริมาณ ประกอบด้วย 3 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลของการปฏิบัติงานบัญชีโดยปริมาณที่แล้วเสร็จมีจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับปริมาณงานที่

กำหนด 4) ด้านเวลา ประกอบด้วย 4 คำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวกับผลของการปฏิบัติงานบัญชีตามปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงก่อนหรือภายในระยะเวลาที่กำหนด

3.3 คุณภาพของเครื่องมือวัด

ผู้วิจัยมีการทดสอบความเที่ยงตรงโดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญและหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.430 - 0.887 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.643 - 0.947 ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2553: 90) ได้เสนอเกณฑ์การพิจารณา ค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามมีคุณภาพดี และการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.828 - 0.920 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.901 - 0.944 ซึ่งเป็นค่าที่ (Hair, J.F.,Black, W.C.,Anderson, 2006) แสดงความเห็นว่าค่าความเชื่อมั่น ต้องมีค่า 0.70 ขึ้นไป ถือว่าเนื้อหาในแบบสอบถามจะถือว่ายอมรับได้

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

สมการ $JEC = \beta_0 + \beta_1 TKL + \beta_2 SCL + \beta_3 ATL + \beta_4 OEL + \beta_5 LOL + \varepsilon$

เมื่อ JEC แทน การปฏิบัติงานโดยรวม

TKL แทน การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านความคิด

SCL แทน การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการตรวจสอบตนเอง

ATL แทน การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านปฏิบัติ

OEL แทน การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการสังเกตและการศึกษา

LOL แทน การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวมของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตัวแปร	JEC	TKL	SCL	ATL	OEL	LOL	VIFs
$\bar{X}$	4.276	4.425	4.363	4.348	4.344	4.383	
S.D	0.512	0.561	0.509	0.577	0.538	0.551	
JEC	-	0.552*	0.628*	0.562*	0.689*	0.676*	
TKL		-	0.739*	0.667*	0.754*	0.585*	2.849
SCL			-	0.702*	0.743*	0.662*	2.887
ATL				-	0.781*	0.760*	3.231
OEL					-	0.781*	4.467
LOL						-	3.144

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.552 - 0.689 และตัวแปรอิสระการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่าค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี มีค่าตั้งแต่ 2.849 - 4.467 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Black, 2006: 585)

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม และรายด้านของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน				
	โดยรวม (JEC)	ด้านคุณภาพ (QLE)	ด้านต้นทุน (CWE)	ด้านปริมาณ (QTE)	ด้านเวลา (TJE)
ด้านความคิด (TKL)	0.012[a]	0.041	0.098	-0.123	0.031
	(0.127)[b]	(0.389)	(0.891)	(-0.967)	(0.245)
ด้านตรวจสอบตนเอง (SCL)	0.234	0.201	0.093	0.446	0.194
	(2.288)*	(1.732)	(0.768)	(3.152)*	(1.364)
ด้านปฏิบัติ (ATL)	-0.132	- 0.055	-0.091	-0.246	-0.136
	(-1.384)	(- 0.506)	(-0.805)	(-1.861)	(-1.019)
ด้านการสังเกตและการศึกษา (OEL)	0.323	0.258	0.380	0.413	0.242
	(2.688)*	(1.885)	(2.652)*	(2.480)*	(1.442)
ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น (LOL)	0.335	0.332	0.424	0.252	0.332
	(3.401)*	(2.961)*	(3.612)*	(1.848)	(2.417)*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 , [a] ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย , [b]ค่าสถิติ t

จากตาราง 2 พบว่า 1) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านตรวจสอบตนเอง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านปริมาณ เนื่องจาก ลักษณะงานของผู้ทำบัญชีที่มีผลกระทบต่อทั้งองค์กรและสาธารณชน ผู้ทำบัญชีจึงต้องเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ ละเอียดรอบคอบ ต้องมีการไตร่ตรอง เก็บข้อมูล และวิเคราะห์โดยละเอียดในการปฏิบัติงาน รวมถึงการไตร่ตรองและทบทวนถึงความรู้และประสบการณ์ด้านการบัญชีด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิภัทร สุขช่วย (2559: 83) พบว่า การเรียนรู้การปฏิบัติงานทางการบัญชีจากบทเรียนในอดีต เป็นการพัฒนาความรู้ความสามารถ และทักษะของผู้ปฏิบัติงานทางการบัญชีให้มีความเชี่ยวชาญเพื่อใช้ในการพัฒนาการทำงานและแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับการปฏิบัติงาน โดยการประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตเข้ากับการทำงานในปัจจุบัน ภายใต้ข้อจำกัดของปัจจัยทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การปฏิบัติงานบรรลุได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

2) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการสังเกตและการศึกษา มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านต้นทุน และด้านปริมาณ เนื่องจาก ผู้ทำบัญชีต้องศึกษามาตรฐานการบัญชี

ให้เป็นมาตรฐานการบัญชีที่ใช้อยู่ในปัจจุบันให้ทันกับเหตุการณ์และศึกษามาตรฐานการบัญชีเพิ่มเติมให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ เพื่อที่ผู้ทำบัญชีมีความรู้ความสามารถทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงในการประกอบวิชาชีพ มีความรู้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสาท เนืองเฉลิม (2559: 13) พบว่า กระบวนการเรียนรู้เป็นผลมาจากวิธีการหรือช่องทางที่บุคคลรับรู้แล้วจัดกระบวนการสิ่งที่ได้รับรู้นั้นโดยผ่านประสบการณ์และผ่านความคิดรวบยอด บางคนถนัดเรียนรู้จากการสังเกตแล้วสะท้อนเป็นการเรียนรู้ การเรียนรู้จึงมีทั้งความรู้และจิตนาการ การซึมซับและปรับเปลี่ยนความรู้ผ่านประสบการณ์ตรงแล้วสรุปออกมาเป็นมโนทัศน์ของตนเอง

3) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน และด้านเวลา เนื่องจากผู้ทำบัญชีให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากผู้อื่น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิธีการทำงานจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ปฏิบัติงานท่านอื่น รับฟังและรับคำแนะนำจากบุคคลที่มีประสบการณ์มากกว่า ถือเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนมากขึ้น การรับรู้และวิเคราะห์ตามความคิดเห็นของผู้อื่นจะทำให้เกิดความรู้ในวงกว้าง รับรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ส่งผลให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กวีศุภณิฐ วิกรมวยากรม์ (2559: บทคัดย่อ) พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นพฤติกรรมของพนักงานที่สำคัญต่อองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดการไหลเวียนความรู้ในองค์กร และองค์กรเองสามารถนำความรู้เหล่านั้นไปใช้เพื่อการพัฒนาได้ พนักงานในองค์กรต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่ดีและเหมาะสม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้มีบทบาทที่สำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร ช่วยให้พนักงานเกิดการพัฒนาทักษะและความสามารถของตน รวมทั้งเพิ่มความได้เปรียบขององค์กรในการแข่งขันอีกด้วย

4) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านความคิด ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน ด้านปริมาณ และด้านเวลา เนื่องจาก ความรู้จากมาตรฐานการบัญชีหากนำมาวิเคราะห์ใช้ในการปฏิบัติงานอาจส่งผลให้การปฏิบัติงานสำเร็จและสิ้นสุดลงได้ แต่ก็ไม่อาจส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งปัจจัยสำคัญสำหรับการเกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานต้องเกิดจากทั้งการมีความรู้ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้รับประกอบกันไป รวมถึงการได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญซึ่งต้องเป็นบุคคลที่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น พร้อมรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ความรู้สร้างจากกระบวนการความคิดหากบุคคลมีความคิดที่มีอคติการเรียนรู้นั้นก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ โศรยา บุตรอินทร (2556: 67) พบว่า การเรียนรู้มาตรฐานการบัญชี ด้านการวิเคราะห์มาตรฐานการบัญชีไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชี

5) การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านปฏิบัติ ไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวก กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม ด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน ด้านปริมาณและด้านเวลา เนื่องจาก การปฏิบัติเป็นเพียงการรับรู้ถึงขั้นตอน วิธีการในการปฏิบัติงานทางการบัญชีต่าง ๆ ตามขอบเขตหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ อาจเป็นวิธีการซ้ำ ๆ แบบเดิมหากผู้ทำบัญชีมีการปฏิบัติงานเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีการศึกษาเพิ่มเติม การเรียนรู้จากผู้ชำนาญ การทบทวน ไตร่ตรองตนเอง ขาดความพร้อมและความสนใจในงาน ไม่ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ด้านอื่น ๆ ทำให้ไม่เกิดองค์ความรู้ใหม่ไม่มีการเพิ่มพูนความรู้ในงาน ขาดความชำนาญในงาน ส่งผลให้ไม่เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผลงานไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งในการปฏิบัติงานผู้ปฏิบัติงานทุกคนต้องมีความสามารถที่จะเข้าใจงาน การคิด วิเคราะห์ สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีการตัดสินใจด้านการปฏิบัติงาน จึงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิภัทร สุขช่วย (2559: 84) พบว่า การเรียนรู้การปฏิบัติงานทางการบัญชี ด้านการเรียนรู้จากการทดลองปฏิบัติไม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการทำงานโดยรวม ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จด้านการจัดหาและการใช้ทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงาน และด้านความพึงพอใจของทุกฝ่าย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1.1 ควรศึกษาการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีของผู้ทำบัญชีในเขตภูมิภาคอื่น เพื่อนำมาเปรียบเทียบความเหมือนหรือความแตกต่างของการเรียนรู้และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

5.1.2 ควรศึกษา เปรียบเทียบผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยการทำวิจัยกับประชากรกลุ่มอื่น เช่น ผู้สอบบัญชีรับอนุญาต ผู้สอบบัญชีภาษีอากร ซึ่งจะทำให้งานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ตรงตามเป้าหมายมากขึ้น

5.1.3 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านความคิด และด้านปฏิบัติ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้ไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชี

5.1.4 ควรเพิ่มตัวแปรอื่น เพื่อทำการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เช่น การพัฒนาความรู้ความสามารถทางการบัญชี

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย

5.2.1 ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี เพื่อแสดงถึงความสามารถในการทบทวนความรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการบัญชี การศึกษาและประสบการณ์เกี่ยวกับมาตรฐานการบัญชีที่ผู้ทำบัญชีได้รับมา

5.2.2 ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำแนวทางการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไปประยุกต์ใช้ในการเรียนรู้ของผู้ทำบัญชีให้เกิดผลสูงสุด

5.2.3 องค์กรควรสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้ เพื่อให้ผู้ทำบัญชีสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาความก้าวหน้าของตนเอง และองค์กรต่อไปได้

5.2.4 ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมการพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพ มีการพัฒนาความรู้อยู่ตลอดเวลา และต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และสามารถพัฒนาความสามารถ ทักษะของตนได้

6. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของการเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 133 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ t –test F –test (ANOVA และ MANOVA) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า การเรียนรู้ทางการบัญชีที่ดี ด้านตรวจสอบตนเอง ด้านการสังเกตและการศึกษา และด้านการเรียนรู้จากผู้อื่นมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดังนั้น ผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือควรให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ทางการบัญชีทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านตรวจสอบตนเอง ด้านการสังเกตและการศึกษา และด้านการเรียนรู้จากผู้อื่น เพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาความรู้ความสามารถอยู่ตลอดเวลา สามารถนำความรู้ใหม่ ๆ ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการวางแผน ควบคุมการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กร

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). *รายชื่อผู้ทำบัญชีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2560, จาก http://www.dbd.go.th/

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *ผู้ทำบัญชี*. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธุ์ 2561, จาก http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=5061&filename=index

กวีศุภณิฐ วิกรมวยากรม์. (2559). *การแลกเปลี่ยนเรียนรู้: หนึ่งในจุดสำคัญเพื่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้.* วิทยานิพนธ์ ปริญญาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาศึกษาทั่วไป คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษภูวนารถ.

บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ประสาท เนืองเฉลิม. (2559). สะเต็มศึกษากับสไตล์การเรียนรู้ตามแนวคิด KOLB. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2) : 11–17.

ยุรพร ศุทธรัตน์. (2552). *องค์การเพื่อการเรียนรู้.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒิภัทร สุขช่วย. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนรู้การปฏิบัติงานทางการบัญชีกับความสำเร็จในการทำงานของผู้บริหารฝ่ายกองคลังของสถาบันอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.* วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

โศรยา บุตรอินทร. (2556). *ผลกระทบของการเรียนรู้มาตรฐานการบัญชีที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทางการบัญชีของผู้ทำบัญชีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วิทยานิพนธ์ ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต สาขาการบัญชี คณะการบัญชีและ การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2560). *บทนำสู่มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ(ปรับปรุง 2558).* ค้นเมื่อ 28 กุมภาพันธ์ 2561, จาก from http://www.fap.or.th/upload/9414/VAP157NZQV.pdf

สมใจ ลักษณะ. (2552). *การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Aaker, D.A., V. Kumar & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed). New York: John Wiley & Sons.

Grote, D. (2011). *How to be good at performance appraisals*. Boston: Harvard business school.

Hair, J.F.,Black, W.C. & Anderson, R. E. (2006). *Multivariate data. Analysis* (6th ed). Multivaria: NJ: Pearson Education International.

Black, K. (2006). *Business statistic for contemporary decision making*. (4th ed). New York: John Wiley & Son.

การพิจารณาผลกระทบของการประกาศซื้อหุ้นคืนต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติ กรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Re-Appraising Stock-Repurchase Announcement Impacting on Abnormal Stock Return: Evidence Fromthe Stock Exchange of Thailand

เมธาวัฒน์ ตุงคโสภา* กุลบุตร โกเมนกุล[2]

Methawat Thungkasopa* Kulabutr Komenkul[2]

Received : August 29, 2020 Revised : March 4, 2020 Accepted : March 28, 2020

บทคัดย่อ

การซื้อหุ้นคืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์เป็นเครื่องมือทางการเงินอย่างหนึ่งที่ใช้กันในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลก การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจการตอบสนองของราคาหุ้นต่อการประกาศซื้อหุ้นคืนของตลาดโดยศึกษาจากการอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติ (Abnormal Return) และผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return)ในช่วงก่อนและหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน รวมทั้งได้ทำการวิเคราะห์แบบแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรมทั้ง 8กลุ่ม เพื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมที่เกิดขึ้นในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยฉบับนี้ มีทั้งสิ้น91บริษัทซึ่งจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาดเอ็ม เอ ไอ (mai)บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการประกาศซื้อหุ้นคืนทั้งหมดเป็นจำนวน 117 ครั้ง นับตั้งแต่เริ่มมีการประกาศซื้อหุ้นคืนครั้งแรกในวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2544ผลการศึกษาพบว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติช่วงระยะเวลาก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืนและหลังการประกาศซื้อหุ้นคืนในระยะสั้น 1 วัน ก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืนจากกลุ่มตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติที่ร้อยละ 0.41จงถึง 1 วันหลังการประกาศซื้อหุ้นคืนที่มีการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยร้อยละ 2.80 ในส่วนของอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมนั้นเป็นบวกถึงร้อยละ 3.61 และร้อยละ 3.63หลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืน 15 วันและ1 เดือนตามลำดับซึ่งเป็นการเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: การประกาศซื้อหุ้นคืนผลตอบแทนที่ผิดปกติผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม

---

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

* Master Student, Master of Business Administration, Rangsit Business School, Rangsit University

[2] อาจารย์ประจำ สาขาการเงินและการลงทุน คณะบิหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

[2] Lecturer, RangsitBusiness School, Rangsit University

Abstract

The stock repurchase of companies is a significant financial instrument applying to the global stock exchange.This study aims to find the effect of the stock repurchase announcement on stock returns. Additionally, the researcher studies abnormal return (AR) and cumulative abnormal return (CAR) of Thai common stock between pre-period and post-period of the stock repurchase announcement. This research classifiescompanies by 8 sectors to analysis and compare their abnormal return.The sample in this studiedare 91 firms on the Stock Exchange of Thailand (SET) and the Market for Alternative Investment (mai). In the Thai stock market, stock repurchase was initiated on July 4,2001. Thus, the number of stock repurchase is totally 117 from 2001 to 2017. The findings show that there is a positive return after the day of repurchase announcement and the abnormal return (AR) is at 2.80 percent at the first day in the post-announcementperiod. For cumulative abnormal return (CAR), it also shows a positive and statistically significant only in the period after the announcement and then increasesto3.61 percent at the fifteenth day and 3.63 per centat the first month after repurchase announcement.

Keyword: Stock repurchase, Abnormal return, Cumulative abnormal return

1. บทนำ

ในปัจจุบันตลาดหลักทรัพย์ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าตลาดหุ้น คือแหล่งรวบรวมและระดมเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ภายนอกกิจการซึ่งถือว่าเป็นสถาบันที่มีความสำคัญต่อบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และระบบเศรษฐกิจ โดยกิจการจะทำการรวบรวมเงินทุนผ่านการจำหน่ายหุ้นสามัญของบริษัทเองให้กับผู้ที่สนใจ โดยราคาหุ้นจะถูกกำหนดจากหลาย ๆ ปัจจัย เช่น ความต้องการของตลาด ปัจจัยพื้นฐานของบริษัท นโยบายภาครัฐ และสถานการณ์ในปัจจุบัน แต่ราคาหุ้นของบริษัทในบางครั้งก็ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ หรือไม่อาจสะท้อนราคาที่เหมาะสมของตัวธุรกิจจึงทำให้ราคาหุ้นสูงหรือต่ำเกินไปจากมูลค่าที่แท้จริง (Intrinsic value) ในช่วงเวลาที่ราคาหุ้นมีมูลค่าต่ำเกินกว่ามูลค่าที่แท้จริง บริษัทจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อทำให้ราคาหุ้นกลับมาสู่ราคาที่เหมาะสม ซึ่งหนึ่งในนั้นคือเครื่องมือทางการเงิน ที่เรียกว่า การซื้อหุ้นคืน (Stock repurchase)

สำหรับในประเทศไทยได้มีการอนุญาตให้บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถซื้อคืนหุ้นสามัญของบริษัทได้ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริษัทสามารถบริหารงานทางการเงินในกรณีที่ราคาหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ต่ำกว่าราคาพื้นฐานที่ควรจะเป็น ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ค่อนข้างใหม่สำหรับประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศอังกฤษ ที่อนุญาตให้บริษัทซื้อหุ้นคืนครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2524 ประเทศออสเตรเลียอนุญาตให้บริษัทซื้อหุ้นคืนได้ใน พ.ศ. 2534 ทางด้านประเทศสิงคโปร์ และฝรั่งเศสเริ่มมีการอนุญาตให้บริษัทซื้อหุ้นคืนได้เมื่อพ.ศ. 2541(นราทิพย์ ทับเที่ยง,2552:108) ทั้งนี้การซื้อหุ้นคืนอาจเป็นนโยบายด้านเงินปันผลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะทำให้ราคาหุ้นนั้นสูงขึ้นได้ หรืออาจเพราะราคาหุ้นในตลาดนั้นต่ำเกินไป ทางผู้บริหารจึงต้องตัดสินใจใช้เงินสดที่มีอยู่ในระบบของบริษัททำการซื้อหุ้นคืนกลับมา ซึ่งทางผู้บริหารจะอาศัยข้อมูลภายในที่มีมากกว่านักลงทุนรายย่อยทั่วไป ดังนั้นการซื้อหุ้นคืนจึงเป็นไปตามทฤษฎีการส่งสัญญาณ (Signaling Theory) ทฤษฎีความไม่สมมาตรของข้อมูล (Asymmetric Information) และสมมติฐานประสิทธิภาพของตลาด (Efficient Market Hypothesis-EMH) ตามทฤษฎีข้างต้นนี้เป็นทฤษฎีที่นักลงทุนควรศึกษาถึงพฤติกรรมที่บริษัทส่งสัญญาณให้กับผู้ลงทุนรายย่อย โดยจะนำไปสู่การปรับตัวขึ้นลงของราคาหุ้นได้ จากข้อความข้างต้นผู้วิจัยเห็นว่าการเกิดผลตอบแทน

ที่ผิดปกติและผิดปกติสะสมที่เกิดจากการประกาศซื้อหุ้นคืนเป็นผลทำให้เกิดกำไรจากการขายหุ้นของนักลงทุนบางกลุ่ม ซึ่งมีจำนวนน้อยเพราะข้อมูลที่ไม่สามารถรับรู้ได้ในวงกว้าง ซึ่งทำให้นักลงทุนส่วนใหญ่โดยเฉพาะรายย่อยขาดโอกาสในการรับผลตอบแทนจากการประกาศซื้อหุ้นคืน แต่ปัญหาของนักลงทุนรายย่อยทั่วไปไม่สามารถที่จะคาดการณ์ได้ว่าผลตอบแทนที่เกิดจากการประกาศซื้อหุ้นคืนนั้นจะเป็นบวกในระยะเวลานานเท่าไหร่ ควรจะลงทุนในหุ้นตัวนั้นหรือไม่ หรือหาช่วงระยะเวลาในการถือหุ้นว่าจะต้องถือไว้และขายออกเมื่อไหร่ ก่อนที่ผลตอบแทนที่ผิดปกติจะกลับเข้าสู่สภาวะปกติ รวมทั้งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้แยกหมวดอุตสาหกรรมเพื่อให้นักลงทุนสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

1.1 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญในการศึกษาถึงเหตุการณ์ที่บริษัทซื้อหุ้นคืนโดยจะศึกษาในด้านของผลตอบแทนที่ผิดปกติของหลักทรัพย์โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1.1.1 ศึกษาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมในช่วงก่อนและหลังประกาศการซื้อหุ้นคืน

1.1.2 คำนวณอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติรวมถึงผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมที่เกิดขึ้นในกลุ่มหุ้นที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน

1.1.3 ทดสอบผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมเพื่อหาค่านัยสำคัญทางสถิติ

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานในงานวิจัย

2.1 แนวคิดและหลักการในการซื้อหุ้นคืน

บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาด เอ็ม เอ ไอ มีการซื้อหุ้นคืนครั้งแรกตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการบริหารทางการเงินและรักษาระดับราคาของหุ้น เมื่อราคาหุ้นต่ำกว่าปัจจัยพื้นฐานที่ควรจะเป็น และบริษัทมีกำไรสะสมและสภาพคล่องทางการเงินสูงกว่าความต้องการใช้ดำเนินธุรกิจในช่วงระยะเวลาดำเนินงาน

2.1.1 วิธีการซื้อคืนหุ้นมี 2 วิธีดังต่อไปนี้

1) การซื้อบนกระดานหลัก (Main Board) โดยราคาที่ซื้อต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 115 ของราคาปิดของหุ้นเฉลี่ย 5 วันทำการซื้อขายก่อนหน้า หากเลือกวิธีนี้จะซื้อหุ้นคืนได้ไม่เกินร้อยละ 10 ของทุนชำระแล้ว

2) เสนอซื้อเป็นการทั่วไป (General Offer: GO) เป็นวิธีที่มีความยืดหยุ่นเรื่องราคาในการเสนอซื้อและจำนวนซื้อ ซึ่งไม่ถูกควบคุมราคาและบริษัทอาจซื้อเกินหรือไม่เกินร้อยละ 10 ของทุนชำระแล้วก็ได้ บริษัทต้องเปิดเผยโครงการซื้อคืนหุ้นล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 14วันก่อนการซื้อคืนโดยซื้อคืนในตลาดหลักทรัพย์ ต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 6เดือน แต่การเสนอซื้อจากผู้ถือหุ้นเป็นการทั่วไปต้องมีระยะเวลาการดำเนินการไม่น้อยกว่า 10วัน แต่ไม่เกิน 20 วัน

2.2 Modigliani-Miller Theory

Modigliani-Miller ได้มีการนำเสนอแนวคิดพื้นฐานให้กับบริษัทหรือองค์กรทางการเงินสมัยใหม่โดยพื้นฐานของทฤษฎีนี้ก็คือการว่าด้วยเรื่องของโครงสร้างเงินทุนหรือโดยทั่วไปเรียกว่า The Capital Structure Irrelevance Principl eโดยในแนวคิดนี้จะมีหลักสำคัญอยู่ 4ประการ ประการแรกคือการแสดงให้เห็นว่าอัตราหนี้สินต่อส่วนของส่วนของผู้ถือหุ้นนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าตลาดภายใต้เงื่อนไขที่ตายตัว ประการที่สองคือการใช้เงินลงทุนที่ไม่แสดงถึงความสัมพันธ์กับต้นทุนทางการเงินโดยเฉลี่ย(WACC)โดยมีนัยสำคัญ ประการที่สามคือการแสดงให้เห็นว่ามูลค่าทางการตลาดของบริษัทนั้นไม่ได้สอดคล้องกับนโยบายการจ่ายเงินปันผลของบริษัท และประการที่สี่ซึ่งเป็นประการสุดท้ายคือการให้น้ำหนักกับผู้ถือหุ้นซึ่งอาจจะดำเนินกลยุทธ์ทางการเงินที่ไม่เป็นกลางหรือไม่เหมาะสม

2.3 สมมุติฐานความมีประสิทธิภาพของตลาด (Efficient Market Hypothesis)

ตลาดที่มีประสิทธิภาพ (Efficient Market) หมายถึง ตลาดซึ่งมีราคาของหลักทรัพย์ที่สะท้อนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง (Relevant Information) กับหลักทรัพย์ทุกประเภทอย่างรวดเร็วถูกต้องและทั่วถึงโดยผ่านการรับรู้ของนักลงทุนในตลาด และกระบวนการทำกำไรในตลาดอย่างไม่เป็นธรรม หรือการสร้างผลตอบแทนส่วนเกินจากกำไรปกติไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยเป้าหมายสูงสุดในการมีตลาดการเงินนั้นคือการมีตลาดสมบูรณ์(Perfect Market) ซึ่งหมายถึง ตลาดที่ไร้ภาวะแรงเสียดทาน (Frictionless) และข้อมูลข่าวสารที่ไหลเวียนในตลาด(Information Flow) ต้องเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ ไม่มีต้นทุนในการรับรู้ข้อมูลประสิทธิภาพทางการตลาดแบ่งเป็นลักษณะต่าง ๆ ได้ 3 ลักษณะคือ

2.3.1 ตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพต่ำ ข้อมูลต่าง ๆ ในอดีตจะสะท้อนราคาตลาดของหลักทรัพย์ในปัจจุบันเป็นตลาดหลักทรัพย์ที่ราคามีการเคลื่อนไหวอย่างสุ่มและมีความยืดหยุ่นต่ำเนื่องจากนักลงทุนสามารถศึกษาข้อมูลด้านราคาได้อย่างเท่าเทียมกัน และข้อมูลด้านราคามีน้อย จึงไม่มีใครเอาเปรียบใครได้จากข้อมูลด้านราคาทำให้การเปลี่ยนแปลงของราคาในอดีตเป็นไปโดยไม่อาจคาดคะเนได้ ราคาหุ้นในปัจจุบันจึงมีการเคลื่อนไหวแบบเชิงสุ่ม

2.3.2 ตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ราคาตลาดปัจจุบันสะท้อนถึงข้อมูลที่ได้ประกาศให้สาธารณะทราบแล้วเป็นตลาดหลักทรัพย์ที่ราคาเป็นตัวสะท้อนข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ต่อสาธารณะชนทั่วไป ราคาดุลยภาพเปลี่ยนแปลงไปเมื่อ Demand และ Supply ของหุ้นเปลี่ยนเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ จนกระทั่งเกิดดุลยภาพใหม่

2.3.3 ตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพสูงราคาตลาดสะท้อนถึงข้อมูลทุกประเภทนักทฤษฎีตลาดที่มีประสิทธิภาพมักจะบอกเสมอว่า ในเวลาใดเวลาหนึ่งราคาจะสะท้อนถึงสารสนเทศทั้งหมดที่มีอยู่ทั้งนี้ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าไม่มีต้นทุนใดในการซื้อขายและการได้มาซึ่งข้อมูลมีความยืดหยุ่นมาก ซึ่งตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพในระดับนี้ราคาเป็นตัวสะท้อนข้อมูลข่าวสารใหม่ทุกชนิด ไม่เพียงแต่เป็นข้อมูลที่เผยแพร่ต่อสาธารณชนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงข้อมูลที่ไม่เปิดเผยอีกด้วย (Inside Information)

2.4 ทฤษฎีความอสมมาตรของข้อมูลข่าวสาร (Asymmetric Information)

ในภาวะตลาดแท้จริงแล้วไม่ได้เป็นตลาดสมบูรณ์นักลงทุนมีข้อมูลน้อยกว่าผู้บริหารเกี่ยวกับมูลค่าและอนาคตของบริษัท ราคาหุ้นในตลาดจึงอาจไม่ตรงกับมูลค่าที่แท้จริงกล่าวคือการเข้าถึงข่าวสารของนักลุกทุนทั่วไปกับผู้บริหารหรือบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องภายในกิจการนั้นไม่เท่าเทียมกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการยกตัวอย่างงานวิจัยจากหลาย ๆ ประเทศเช่น “การประกาศซื้อคืนหุ้นและผลตอบแทนที่ผิดปกติของกลุ่มบริษัทอสังหาริมทรัพย์ในประเทศสวีเดน” ของLars Axelssonและ Philip Brissman (2011) ซึ่งมีผลการศึกษาระบุว่า การประกาศซื้อคืนหุ้นนั้นได้ทำให้เกิดการรับรู้ในส่วนของนักลงทุนบางกลุ่มและมีการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีการประกาศข้อมูลออกมาหรือมีสัญญาณว่าหลักทรัพย์หรือหุ้นตัวนั้นจะมีราคาต่ำกว่ามูลค่า ทำให้ในระยะสั้นผลตอบที่เกินกว่าปกติอย่างมีนัยสำคัญที่ 96% มีทั้งหมด 1 บริษัท ในวันที่ประกาศซื้อคืนหุ้นและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมในอีกสิบวันต่อมาที่ 32% มีทั้งหมด 2 บริษัท ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยในทวีปยุโรปของ Wen Zhou (2014) ที่ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างหุ้นซื้อคืนและผลตอบแทนที่ได้รับของประเทศในทวีปยุโรปที่เข้าร่วมกลุ่มสหภาพยุโรปก่อนปี 2006”โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยหุ้นซื้อคืนจำนวน 588หุ้นที่ประกาศซื้อคืนภายในปี 2006-2013 พบว่าการเกิดผลตอบแทนเกินปกติสะสมเป็นค่าลบก่อนหน้าที่จะมีการประกาศซื้อคืนหุ้นอยู่ที่ 0.647% และค่อย ๆ ปรับกลับมาเป็นผลบวกตามลำดับหลังมีการประกาศซื้อคืนหุ้นที่ 2.39%

ในส่วนของการศึกษาในประเทศไทยได้มีการศึกษาวิจัยในเรื่องของผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม เช่นเดียวกัน โดยมีงานวิจัยของ มธุตฤณ แจ่มอารทรา (2558) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนเกินปกติและการประกาศซื้อคืนหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” โดยแบ่ง

ออกเป็น 2 ประการ ประการแรกคือ การศึกษาถึงความผิดปกติของอัตราผลตอบแทนของหุ้นสามัญที่มีการประกาศซื้อคืนหุ้น โดยการศึกษาในส่วนแรกได้ผลสอดคล้องกับสมมติฐานความต่ำการมูลค่า (Undervaluation Hypothesis) ซึ่งพบว่าในช่วงก่อนการประกาศมีอัตราผลตอบแทนเป็นค่าลบอย่างมีนัยสำคัญและเพิ่มมากขึ้นในช่วงหลังวันประกาศ และประการที่สอง คือศึกษาปัจจัยที่อธิบายถึงความผิดปกติของผลตอบแทนดังกล่าวโดยพบว่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราผลตอบแทนผิดปกติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 90% และ "ผลกระทบการซื้อหุ้นคืนต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาด เอม เอ ไอ"นราทิพย์ ทับเที่ยง (2552) ได้ศึกษาพบว่า มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเกิดขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเมื่อมีการประกาศโครงการซื้อคืนหุ้น แต่ทั้งนี้ไม่ได้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเมื่อมีการดำเนินการซื้อคืนหุ้นและผลการดำเนินงานของบริษัทที่ซื้อคืนหุ้นวัดโดยอัตราส่วนทางการเงินได้แก่ เงินปันผลต่อหุ้นมีการปรับตัวในทิศทางที่ดีภายหลังการประกาศโครงการซื้อคืนหุ้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งพบว่าราคาของหลักทรัพย์มีการปรับตัวในเชิงลบก่อนที่จะมีการประกาศลดทุนจดทะเบียนและทุนชำระแล้วของบริษัทที่ไม่สามารถจำหน่ายหุ้นคืนได้ในระยะเวลา 3 ปี

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาวิจัยเรื่องผลตอบแทนที่ผิดปกติ และผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม นั้นเป็นที่สนใจในหลายประเทศและมีหลาย ๆ ตัวแปร หรือ รูปแบบความสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยสามารถนำมาศึกษาเปรียบเทียบได้ โดยเฉพาะในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งกลุ่มบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนออกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรมตามแบบของตลาดหลักทรัพย์แหล่งประเทศไทย เพื่อศึกษาหาความแตกต่างและเปรียบเทียบผลการวิจัยและยังไม่มีงานวิจัยชิ้นใดศึกษาในรูปแบบนี้ในประเทศไทย

สมมุติฐานในการวิจัย: ในการศึกษาผลกระทบเนื่องจากเหตุการณ์ที่บริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยประกาศซื้อหุ้นคืนที่มีผลต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติของหุ้นสามัญ มีสมมติฐานดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 (H1): การประกาศซื้อหุ้นคืนของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ทำให้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

สมมุติฐานที่ 2 (H2): ช่วงก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืนเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมในภาพรวมเป็นลบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

สมมุติฐานที่ 3 (H3): ช่วงหลังการประกาศซื้อหุ้นคืนเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

สมมุติฐานที่ 4 (H4): การประกาศซื้อหุ้นคืนทำให้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมเป็นบวกในบางกลุ่มอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 กระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การการศึกษาแบบเหตุการณ์ (Event study) โดยเก็บข้อมูลตั้งแต่มีการเริ่มอนุญาตให้มีการประกาศซื้อหุ้นคืนในประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2544 – 31 ธันวาคม พ.ศ. 2560 ซึ่งผู้วิจัยได้มีการค้นหางานวิจัยเรื่องการประกาศซื้อหุ้นคืนในประเทศไทยซึ่งมีงานวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบการซื้อหุ้นคืนต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) และตลาด เอ็ม เอ ไอ (mai)โดยจากการเก็บข้อมูลจะได้จำนวนข้อมูลดังนี้มีการประกาศซื้อหุ้นคืน 117ครั้งข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) อ้างอิงจากฐานข้อมูล SETSMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและข้อมูลของหลักทรัพย์จากเว็บไซต์ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และได้แบ่งช่วงเวลาที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนของแต่ละบริษัทไว้ดังนี้

ตาราง 1 การประกาศซื้อหุ้นคืนแบ่งตามช่วงระยะเวลา

ช่วงระยะเวลา	จำนวนครั้ง	จำนวนบริษัท	บริษัทที่มีการประกาศ มากกว่า 1 ครั้ง
2001-2005	24	24	MODERN (04,08,12) SUSCO (05,08,10) JAS (07,09,10,11,14,16) AH (06,16) KCE (08,10,12) SVI (11,17) ZMICO (06,08,10)
2006-2010	55	48	
2011-2015	28	27	
2016-2017	10	10	

ตาราง 2 จำนวนบริษัทที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro & Food Industry)	9
สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product)	4
ธุรกิจการเงิน (Financials)	9
สินค้าอุตสาหกรรม (Industrials)	17
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property & Construction)	12
ทรัพยากร (Resources)	7
บริการ (Services)	21
เทคโนโลยี (Technology)	12
รวมทั้งหมด	91

โดยเหตุการณ์ที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนนี้แบ่งเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ (SET) 87บริษัท และบริษัทในตลาด mai4 บริษัทโดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยได้ใช้

3.2 Methodology

ผู้วิจัยได้มีนำสมาการในการคำนวณหาอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติและอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมดังนี้

คำนวณหาผลตอบแทนที่คาดหวังโดยใช้ Market Model จากสมการ

$$E(R_{it}) = \alpha + \beta R_{mt}$$

โดยที่กำหนดให้ $E(R_{it})$ คืออัตราผลตอบแทนที่คาดหวังของหุ้น i ในเวลา t

R_{mt} คือผลตอบแทนจาก Market Portfolio ในเวลา t

คำนวณหาผลตอบแทนที่แท้จริง โดยจะนำไปเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่คาดหวัง เพื่อที่จะนำมาคำนวณหาผลตอบแทนที่ผิดปกติในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ้งได้จากสมการดังต่อไปนี้

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{mt})$$

โดย $R_{it} = \frac{R_{it}-R_{it-1}}{R_{it-1}}$

โดยที่ AR_{it} ผลตอบแทนที่ผิดปกติในของหุ้น i ในช่วงเวลา t

สำหรับการคำนวณหาผลรวมของผลตอบแทนที่ผิดปกติของหุ้นสามัญหรือผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม (CAR) ในระยะยาวสามารถคำนวณได้ตามสมการดังต่อไปนี้

$$CAR_{i(t1,t2)} = \sum_{t=q}^{s} AR_{it}$$

โดยที่ CAR_{it} คือผลรวมของ AR_{it} ตามช่วงเวลาที่กำหนด (t)

สำหรับการทดสอบทางสถิติของผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม โดยชุดข้อมูลจะเป็นแบบ cross-sectional จะใช้สมการดังต่อไปนี้

$$CAR_{(t1,t2)} = \frac{1}{N}\sum_{i=1}^{N} CAR_{i(t1,t2)}$$

โดยกำหนดให้ N คือจำนวนเหตุการณ์การประกาศซื้อหุ้นคืน (Events)

ทำการทดสอบว่า ผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม(Cumulative Abnormal Return : CAR) แตกต่างจากสมมุติฐาน อย่างมีสาระสำคัญหรือไม่ ด้วยค่า t-test ที่ระดับนัยสำคัญที่ 9095 และ 99 เปอร์เซ็นต์โดยใช้สมการ t-test ดังต่อไปนี้

$$t - test = \frac{CAR_t}{\sigma/\sqrt{N}}$$

โดย σ คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของหุ้น i ณ เวลา t

การทำการทบทวนผลงานวิจัย หรือ Robustness Check โดยใช้การทดสอดทางสถิติแบบ Non-Parametric ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะนำการทดสอบแบบ Wilcoxon Signed-Rank Test มาใช้ในการทดสอบโดยมีสมการดังต่อไปนี้

$$\boldsymbol{W} = \sum_{\boldsymbol{i=1}}^{\boldsymbol{n^i}} \boldsymbol{R_i^{(t)}}$$

$$Z = \frac{W - \mu_w}{\sigma_w}$$

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

4.1 **ผลการศึกษาผลตอบแทนที่ผิดปกติ** (Abnormal Return: AR)

ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาในรูปแบบการศึกษาก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน 15 วันและหลังซื้อหุ้นคืน 15 วัน (-15,+15) ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ามีการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติภายใน 1 วัน (+1) หลังมีการประกาศซื้อหุ้นคืนสูงที่สุด ที่ร้อยละ 2.8 และการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติได้เริ่มเกิดขึ้นก่อนวันที่จะประกาศซื้อหุ้นคืน 1 วัน (-1) โดยที่มีอัตราผลตอบแทนอยู่ที่ร้อยละ 0.41 และเพิ่มขึ้นในวันที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน (0) ที่ร้อยละ 0.82 และภายหลังการประกาศซื้อหุ้นผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติมีค่าเป็นลบในวันที่ 2 หลังการประกาศซื้อหุ้นคืนที่ลบร้อยละ0.1และในส่วนการเก็บข้อมูลในรูปแบบอัตราผลตอบแทนเป็นรายเดือน คือ ก่อนหน้าการประกาศซื้อหุ้นคืน 3 เดือน และหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน 6 เดือน (-3,+6) ได้ผลว่าการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติมีการอัตราสูงที่สุดในเดือนที่ประกาศซื้อหุ้นคืน (0) อยู่ที่ร้อยละ 0.82รองลงมาคือก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน 2 เดือน(-2) ที่ร้อยละ 0.5 และหลังจากการประกาศซื้อหุ้นคืนผ่านไป3 เดือน (+3) ที่ร้อยละ 0.15

4.2 **ผลตอบแทนที่ผดปกติสะสม** (Cumulative Abnormal Return: CAR)

ผู้วิจัยได้ใช้กรอบระยะเวลาเดียวกันกับการศึกษาการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติ คือ ก่อนมีการประกาศซื้อหุ้นคืน 15 วันและหลังจากนั้น 15 วัน (-15,+15) โดยจะมีข้อแตกต่างคือจะไม่นำวันที่ประกาศซื้อหุ้นคืน (0) มาคำนวณและในรูปแบบเดือนก็จะใช้ข้อมูลล่วงหน้าวันประกาศซื้อหุ้นคืน 3 เดือนและหลังจากเดือนที่ประกาศ 6 เดือน(-3,+6) ทั้งนี้จะไม่นำเดือนที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนมาร่วมคำนวณด้วยเช่นกัน

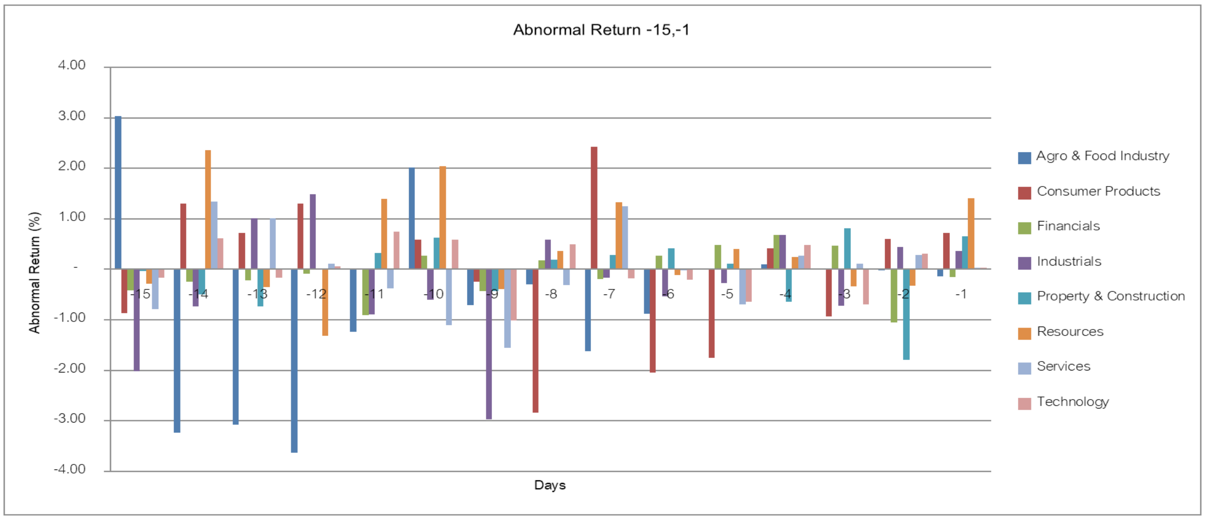
โดยผลการศึกษาผู้วิจัยพบว่า การประกาศซื้อหุ้นคืนมีผลทำให้เกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม(Cumulative Abnormal Return : CAR) ตั้งแต่วันแรก(+1) หลังการประกาศซื้อหุ้นคืนโดยจะมีค่าผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอยู่ที่ร้อยละ 2.8 ซึ่งสอดคล้องกับการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติ และตามการศึกษาผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมจะมีอัตราสูงมากที่สุดในสิบสามวันหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน (+13)โดยจะมีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอยู่ที่ร้อยละ 4.13 และในการศึกษารูปแบบเดือนผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมจะติดลบค่อนข้างมากในช่วง1 เดือนก่อนการประกาศซื้อคืนหุ้นโดยจะมีผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอยู่ที่ร้อยละ -1.34แต่จะกลับมาเป็นบวกตั้งแต่มีการประกาศซื้อคืนหุ้นโดยจะเริ่มตั้งแต่เดือนแรกหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน(+1) ที่ร้อยละ 3.63 และจะมีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมสูงสุดอยู่ที่เดือนที่ 4(+4) โดยจะมีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอยู่ที่ร้อยละ 4.01 จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมจะเริ่มลดลงภายหลัง 4 เดือนหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน จึงสามารถอธิบายได้ว่าช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการปรับกลยุทธ์ลงทุนในหุ้นที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนนอกจากจะลงทุนในระยะสั้น 1,13 วัน แล้วการถือหุ้นที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนจะให้ผลตอบแทนมากที่สุดอีกครั้งในช่วง 4 เดือนหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน

จากการทดสอบทางสถิติสถิติ t-test (t-stats) และ Wilcoxon signed-rank (s-stats) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่าง (Full sample) พบว่าจะเริ่มมีนัยสำคัญตั้งแต่วันแรกหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน (post1day) โดยจะมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 เรื่อยไปจนกระทั้งถึงช่วง 1 เดือนหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน (post1month) ที่ระดับนัยสำคัญจะปรับลงมาอยู่ที่ 0.05

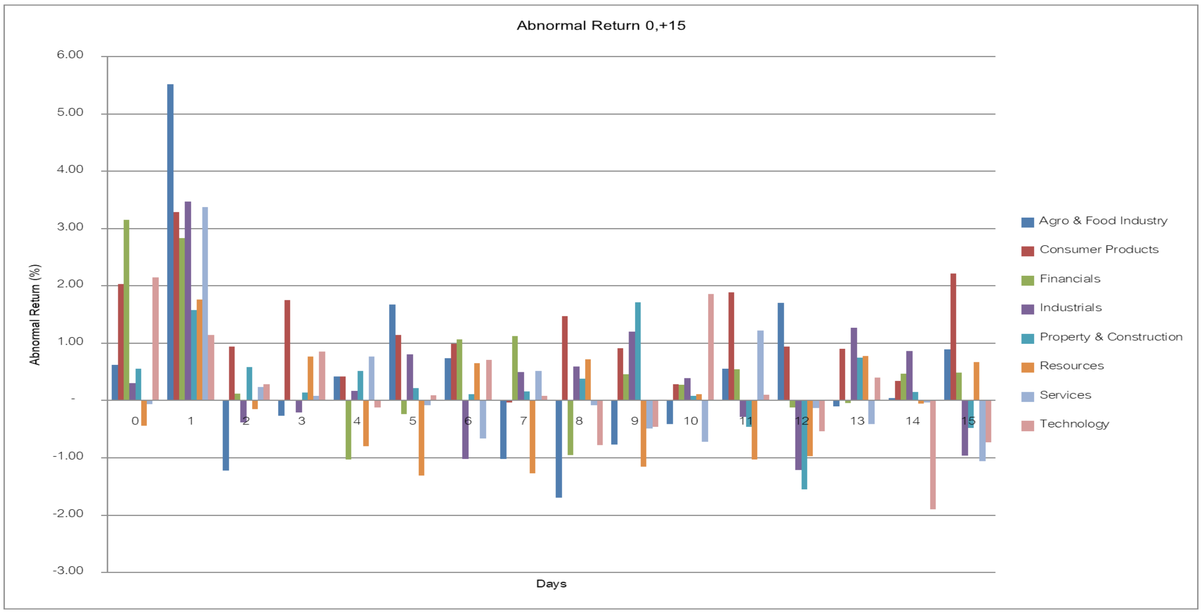
4.3 ผลการศึกษาแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของกลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาด เอม เอ ไอ ที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืนตามกลุ่มอุตสาหกรรมตามประเภทธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนโดยจะแบ่งออกเป็น 8 กลุ่มอุตสาหกรรมดังนี้ 1) กลุ่มธุรกิจอาหารและการเกษตร 2) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค 3) กลุ่มการเงิน 4) กลุ่มอุตสาหกรรม 5) กลุ่มธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 6) กลุ่มทรัพยากร 7) กลุ่มธุรกิจบริการ 8) กลุ่มเทคโนโลยี และพบการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติและผิดปกติสะสมดังนี้

รูปภาพ 1 การเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน

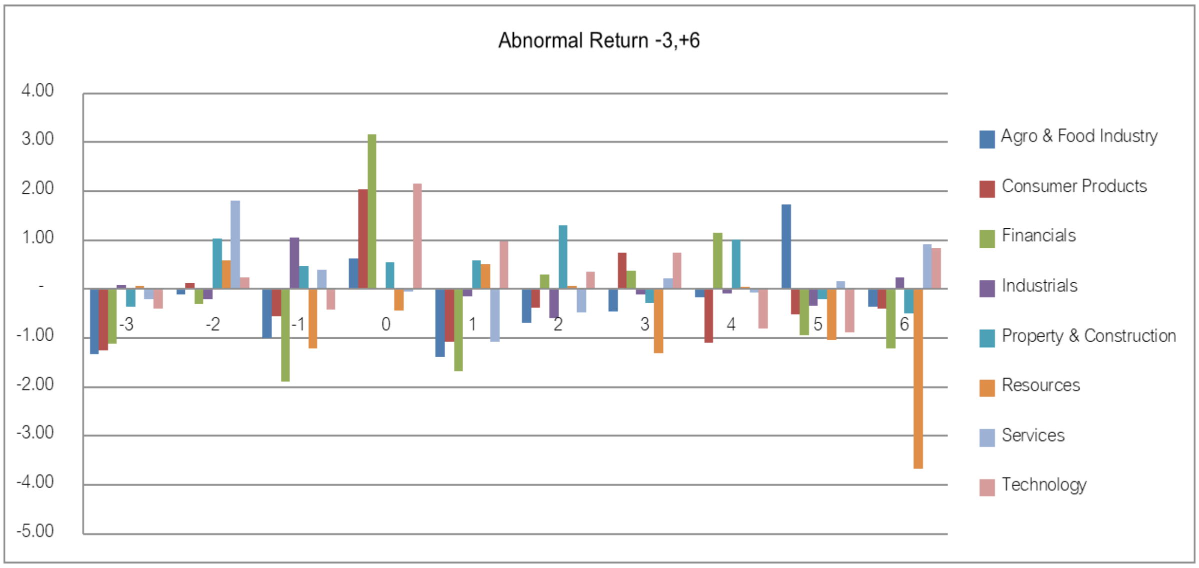


รูปภาพ 2 การเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติภายหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน



จากรูปภาพ 1 และ 2 จะเห็นว่าการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกตินั้นจะแสดงผลอย่างเห็นได้ชัดในวันที่ 0 และชัดเจนที่สุดใน 1 วันหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน (+1)โดยกลุ่มที่มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสูงสุดคือ ธุรกิจการเกษตรและอาหาร (Agro & Food industry) โดยมีอัตราสูงสุดในวันก่อนการประซื้อหุ้นคืน 15 วัน (-15) ที่ร้อยละ 3.04 และหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน 1 วัน (+1) ที่ร้อยละ 5.52 แต่สำหรับกลุ่มธุรกิจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในการศึกษารูปแบบก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน 15 วัน และหลังประกาศซื้อหุ้นคืน 15 วัน (-15,+15) คือ กลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 0.61ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดใน 8 กลุ่มอุตสาหกรรม

รูปภาพ 3 การเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติในรูปเดือน



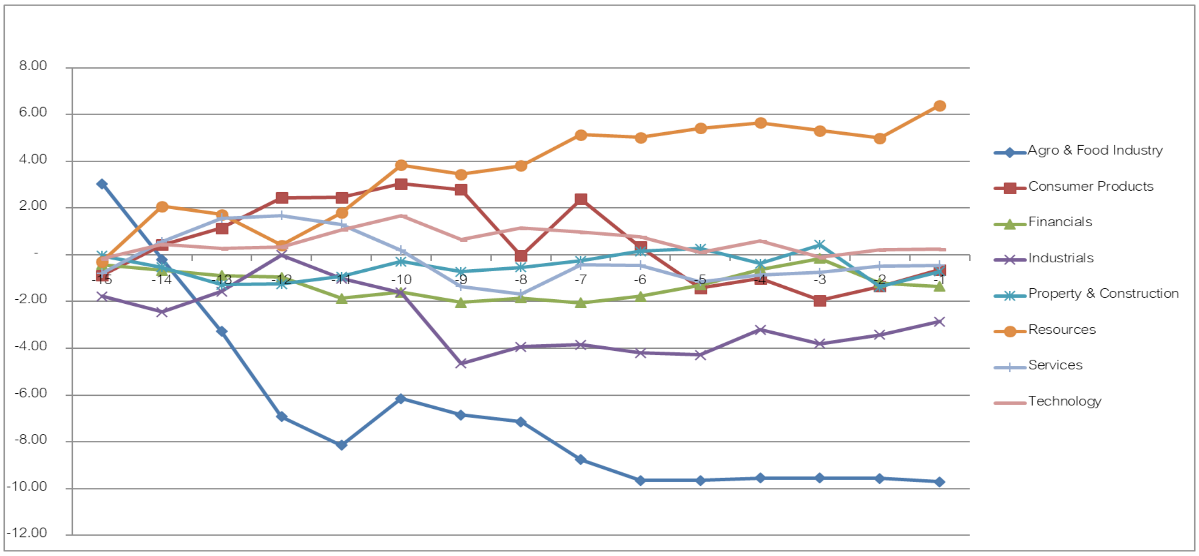
จากรูปภาพ 3 จะแสดงการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติจากการศึกษาในรูปแบบก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน 3 เดือน และหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน 6 เดือน (-3,+6)จะสังเกตได้ว่าการเกิดอัตราผลการตอบแทนที่ผิดปกติจะสูงในเดือนที่มีการประกาศซื้อหุ้นคืน (0) ซึ่งกลุ่มที่มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสูงที่สุดคือ กลุ่มธุรกิจการเงิน (Financials) อยู่ที่ร้อยละ 3.15

ตาราง 3 แสดงอัตราเฉลี่ยของการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติ

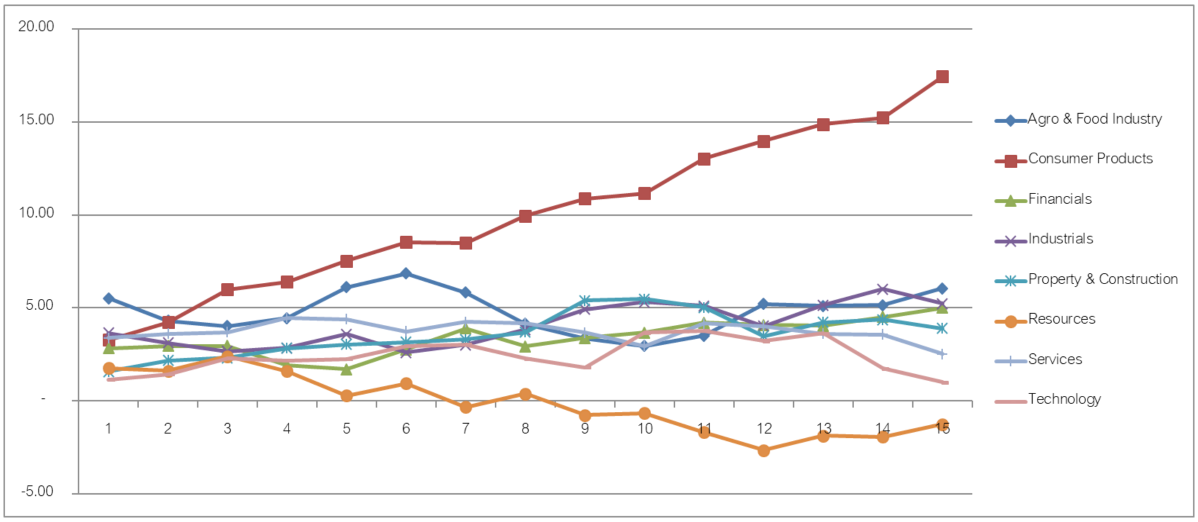
Abnormal Return (%)		
Sector	Day (-15,+15)	Month (-3,+6)
กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร (Agro&Food Industry)	-0.10	-0.32
กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Products)	0.61	-0.24
กลุ่มธุรกิจการเงิน (Financials)	0.22	-0.22
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม (Industrials)	0.04	-0.01
กลุ่มอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง (Property&Construction)	0.12	0.37
กลุ่มทรัพยากร (Resources)	0.15	-0.64
กลุ่มบริการ (Services)	0.06	0.17
กลุ่มเทคโนโลยี (Technology)	0.11	0.28

จากตาราง 2 เป็นการแสดงการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติเฉลี่ยในการศึกษาทั้ง 2 รูปแบบเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจในการลงทุน การกำหนดกลยุทธ์ในการลงทุน

รูปภาพ 4 การเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน



รูปภาพ 5 การเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน



จากรูปภาพที่ 4และ5เป็นกราฟที่แสดงให้เห็นชัดเจนว่าผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมที่เก็บข้อมูลก่อนวันประกาศซื้อคืนหุ้น 15 วัน และหลังวันประกาศซื้อคืนหุ้น 15 วัน ของกลุ่มอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มีค่าเป็นบวกภายหลังที่มีการประกาศซื้อคืนหุ้นอย่างชัดเจน ยกเว้นกลุ่มอุตสาหกรรมด้านทรัพยากรธรรมชาติที่ยังมีความเคลื่อนไหวเป็นลบ ซึ่งการทดสอบทดสอบทางสถิติ t-test (t-stats) และ Wilcoxon signed-rank (s-stats) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีนัยสำคัญหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน

ตาราง 4 อัตราการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมรูปแบบเดือนแยกตามกลุ่มธุรกิจ

Cumulative Abnormal Return: CAR (-3,+6 Month)								
Period	SECTOR OF INDUSTRY							
	AGRO	CONSUMP	FINCIAL	INDUS	PROPCON	RESOURS	SERVICE	TECH
-3 month	-1.33	-0.93	-0.87	0.19	-0.44	0.60	-0.21	-0.32
-2 month	-4.43	0.82	-7.19	2.26	-1.61	-6.07	2.89	3.85
-1 month	-6.58	2.81	-6.96	2.29	-7.87	-1.77	1.55	2.18
+1 month	5.58	15.28	4.51	4.25	4.06	4.24	-0.42	1.52
+2 month	1.98	11.55	3.35	7.62	4.04	-6.25	2.20	-0.63
+3 month	-0.88	14.99	3.26	3.80	1.09	-2.61	2.17	4.59
+4 month	2.35	4.27	4.48	6.89	4.48	-0.83	2.64	5.06
+5 month	7.10	-2.68	1.16	4.44	2.87	-1.21	-1.05	6.89
+6 month	5.36	-6.25	-3.63	3.61	4.50	-1.22	-2.95	8.01

จะเห็นได้ว่าในระยะยาว 6 เดือนกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีเป็นกลุ่มที่มีอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมสูงที่สุดที่ร้อยละ 8.01 แต่อัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมสูงที่สุดจะปรากฏในระยะเวลา1เดือนหลังการประกาศซื้อหุ้นคืน โดยเป็นหุ้นในกลุ่มธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่ร้อยละ 15.28

จากตารางที่ 4 และ 5 จะเป็นการแสดงการทดสอบทางสถิติของกลุ่มอุตสาหกรรมที่ 8 กลุ่ม ซึ่งสามารถอธิบายการซื้อหุ้นคืนและเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มอุตสาหกรรมใดบ้าง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความเป็นว่าในกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะมีนัยสำคัญภายการประกาศซื้อหุ้นคืน จนกระทั้งถึงช่วงระยะเวลาหลังการประกาศ1 เดือน (post1month) ทั้งการทดสอบ t-test และWilcoxon signed-rank ในความเห็นของผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม (CAR) จะเป็นการเกิดแบบมีนัยสำคัญในช่างระยะเวลาไม่เกิด 1 เดือน

ตาราง 5 ผลการทดสอบทางสถิติตามกลุ่มธุรกิจ t-stats

PERIOD	AGRO	CONSUMP	FINCIAL	INDUS	PROPCON	RESOURS	SERVICE	TECH
pre3month	-1.12	-1.85	-1.34	0.50	-0.91	0.85	-0.34	-0.75
pre2month	-1.28	0.23	-3.21**	1.08	-0.71	-3.13*	0.57	0.76
pre1month	-1.29	0.65	-1.69	0.64	-1.64	-0.58	0.29	0.31
pre15days	0.89	-0.18	-1.11	-1.54	0.65	-0.03	-0.95	0.15
pre14days	-0.32	0.91	-1.17	-1.24	0.29	0.85	0.32	-0.07
pre13days	-0.95	1.41	-1.41	-2.27*	-0.33	0.67	0.88	-0.45
pre12days	-1.04	1.96	-1.33	-0.25	-0.12	0.11	1.00	-0.46
pre11days	-1.06	1.76	-1.43	-0.70	0.25	0.62	0.75	-0.05
pre10days	-0.95	2.21	-1.29	-1.19	0.50	1.04	0.15	0.14
pre9days	-0.92	2.02	-1.51	-2.45*	0.30	0.70	-0.96	-0.08
pre8days	-0.97	0.67	-1.31	-2.16*	0.32	0.65	-1.00	0.23
pre7days	-1.16	1.88	-1.21	-2.39*	0.51	0.63	-0.28	-0.24
pre6days	-1.21	0.57	-1.07	-2.85	0.60	0.77	-0.23	-0.34
pre5days	-1.25	-0.96	-0.84	-2.91	0.53	0.88	-0.52	-0.31
pre4days	-1.23	-0.90	-0.58	-2.03	0.33	0.77	-0.30	0.00
pre3days	-1.24	-1.01	-0.27	-2.32	0.57	0.70	-0.26	-0.06
pre2days	-1.25	-0.92	-0.45	-2.21	0.20	0.75	-0.15	0.10
pre1day	-1.26	-0.49	-0.37	-1.98	0.45	0.90	-0.16	0.25
post1day	2.55	3.80	1.64	1.88	2.49	1.67	2.13	0.98
post2days	1.97	1.73	1.72	1.56	2.50*	1.40	2.46[1*]	1.15

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 5 ผลการทดสอบทางสถิติตามกลุ่มธุรกิจ t-stats (ต่อ)

PERIOD	AGRO	CONSUMP	FINCIAL	INDUS	PROPCON	RESOURS	SERVICE	TECH
post3days	2.27	1.75	1.33	1.32	2.33*	2.30	2.29*	1.14
post4days	2.15	2.22	0.84	1.18	2.49*	1.53	2.87**	1.16
post5days	2.42*	2.78	0.70	1.37	2.31*	0.58	2.65*	0.71
post6days	2.83*	3.20	1.26	1.01	2.13*	1.08	2.13*	0.52
post7days	2.89*	2.78	1.19	1.19	2.37*	0.33	2.42*	0.92
post8days	2.21	2.43	1.02	1.53	2.45*	0.57	2.36*	0.48
post9days	1.66	2.73	1.08	2.00	2.29*	0.28	2.25*	0.43
post10days	1.55	3.17	1.08	2.00	3.25**	0.08	1.77	0.98
post11days	1.88	3.15	1.29	1.95	2.57*	-0.09	2.42*	1.02
post12days	2.34*	3.45	1.15	1.46	2.05	-0.30	2.14*	0.85
post13days	2.42*	4.13	1.12	1.87	3.11**	0.02	1.82	1.06
post14days	2.82*	3.93	1.17	2.06	2.93**	-0.06	1.91	0.47
post15days	3.41**	4.19	1.45	1.26	2.44*	0.11	1.36	-0.03
post1month	1.91	4.55**	1.45	1.15	1.58	0.54	-0.17	0.55
post2month	0.38	2.71*	0.70	1.42	0.96	-0.77	0.51	-0.18
post3month	-0.15	3.06*	0.67	0.75	0.25	-0.25	0.46	0.86
post4month	0.36	0.57	0.91	1.02	0.98	-0.08	0.40	0.77
post5month	1.12	-0.26	0.17	0.55	0.53	-0.13	-0.16	0.98
post6month	0.72	-0.53	-0.48	0.37	0.65	-0.12	-0.45	1.08

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 5 ผลการทดสอบทางสถิติตามกลุ่มธุรกิจ t-stats (ต่อ)

PERIOD	AGRO	CONSUMP	FINCIAL	INDUS	PROPCON	RESOURS	SERVICE	TECH
pre3month	-0.77	-1.52	-1.50	0.81	-1.16	0.65	-0.70	-0.71
pre2month	-1.24	0.00	-2.41*	1.05	-0.69	-2.31*	-0.46	0.22
pre1month	-1.01	0.85	-1.57	0.48	-1.40	-0.42	-0.03	-0.19
pre15days	-0.06	0.34	-1.15	-1.45	0.59	0.18	-0.97	0.60
pre14days	-0.30	1.01	-1.01	-1.25	0.07	0.65	-0.35	0.34
pre13days	-0.53	1.01	-1.43	-1.93	-0.12	0.53	0.14	0.15
pre12days	-0.77	1.52	-1.29	-1.37	-0.14	-0.06	0.97	0.08
pre11days	-0.89	1.52	-1.43	-1.57	0.17	0.42	0.52	0.11
pre10days	-0.18	1.86	-1.08	-1.65	0.21	0.77	-0.18	0.15
pre9days	-0.06	1.52	-1.29	-2.37*	0.33	-0.06	-1.03	0.30
pre8days	-0.65	0.68	-1.08	-2.54*	0.31	-0.18	-1.31	0.30
pre7days	-1.36	1.69	-0.94	-2.58*	0.40	-0.30	-0.49	-0.37
pre6days	-1.13	0.85	-1.15	-2.37*	0.78	-0.18	-0.82	-0.45
pre5days	-1.13	-0.85	-0.94	-2.50*	0.59	0.06	-1.10	-0.26
pre4days	-0.89	-0.68	-0.66	-2.21*	0.07	0.06	-0.64	-0.11
pre3days	-0.89	-0.68	-0.11	-2.37*	0.40	-0.18	-0.34	0.15
pre2days	-0.89	-0.51	-0.18	-2.17*	-0.12	0.18	-0.27	0.34
pre1day	-1.13	0.00	-0.25	-2.25*	0.21	0.06	-0.03	0.52
post1day	2.67*	2.37	1.78	1.85	2.06*	1.72	2.52^{2*}	1.49
post2days	1.96	1.52	1.64	1.77	2.25*	1.60	2.62**	1.34

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ตาราง 5 ผลการทดสอบทางสถิติตามกลุ่มธุรกิจ t-stats (ต่อ)

PERIOD	AGRO	CONSUMP	FINCIAL	INDUS	PROPCON	RESOURS	SERVICE	TECH
post3days	2.43*	1.52	1.22	1.33	1.99*	1.72	2.19*	1.57
post4days	1.48	2.03	0.73	1.37	2.39*	1.60	2.86**	1.76
post5days	1.84	2.03	0.59	1.73	2.20*	0.65	2.52*	1.27
post6days	2.19*	2.37	1.29	1.81	1.92	1.01	1.98*	0.82
post7days	2.19*	1.86	1.29	1.93	2.15*	0.77	1.98*	1.23
post8days	1.84	2.03	1.29	2.09*	2.39*	0.65	2.16*	0.56
post9days	1.24	2.03	1.29	2.29*	2.20*	0.18	2.07*	0.34
post10days	1.36	2.03	1.01	2.54*	2.53*	0.30	1.46	0.67
post11days	1.72	2.20	1.43	2.29*	2.15*	-0.18	2.10*	0.93
post12days	2.07*	2.20	1.08	1.71	1.73	-0.53	1.58	0.86
post13days	1.96	2.20	1.29	2.29*	2.30*	0.06	1.07	0.82
post14days	2.19*	2.20	1.15	2.42*	2.49*	-0.30	1.28	0.45
post15days	2.31*	2.20	1.36	2.05*	2.39*	-0.18	0.55	0.08
post1month	1.72	2.37*	1.71	2.01*[3*]	1.54	0.42	-0.06	0.37
post2month	0.06	2.03*	0.59	1.65	0.64	-0.65	0.94	-0.08
post3month	0.06	1.86	0.87	0.72	0.31	-0.30	0.46	0.85
post4month	0.42	0.51	0.66	0.68	0.92	-0.06	0.27	0.20
post5month	1.01	-0.17	0.25	-0.16	0.36	-0.18	-0.24	0.28
post6month	0.89	-0.68	-0.18	-0.64	0.54	0.06	-0.67	0.85

* มีระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ** มีระดับนัยสำคัญที่ 0.01

5. เสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตอาจจะขยายระยะเวลาการวิเคราะห์การเคลื่อนไหวของราคาหุ้นให้พิจารณาถึงผลกระทบในระยะเวลาที่ยาวขึ้น(Long-run) และคำนวณอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติออกไปในระยะยาว 1 ปี ถึง 3 ปีรวมถึงการใช้การวิเคราะห์แบบ Calendar-Time เพื่อเป็นการครอบคลุมเหตุการณ์ที่สำคัญอื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการประกาศซื้อหุ้นคืนและอาจจะเพิ่มปัจจัยต่าง ๆ ที่จะนำมาแบ่งกลุ่มของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ให้หลากหลายขึ้น โดยอาจจะนำตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น CAPM และ Fama and French 3 Factors Model รวมกับ Carhart4Factors Model มาปรับใช้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มการเปรียบเทียบการเกิด ผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมระหว่างกรณี ซื้อหุ้นคืน กับ กรณีอื่น ๆ เช่น การประกาศจ่ายปันผล เหตุการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

เพื่อทำให้การตัดสินใจของนักลงทุนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงเวลาที่มีการประกาศซื้อคืนหุ้นจากบริษัท เพื่อให้นักลงทุนได้รับประโยชน์สูงสุดจากการถือหุ้นของบริษัทที่ซื้อหุ้นคืน แสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมในการรับรู้ข่าวสารของนักลงทุนรายย่อยกับผู้บริหารเพื่อเป็นปัจจัยในการพิจารณาการซื้อขายหุ้นของบริษัทที่มีการซื้อหุ้นคืน

6. สรุปผลงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการแสดงให้เห็นว่า การซื้อหุ้นคืนนั้นทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของราคาหุ้นจนทำให้เกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมตามมา ซึ่งการซื้อคืนหุ้นนั้นเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางการเงินที่มีการใช้อยู่ในปัจจุบัน และงานวิจัยชิ้นนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าในวงการหุ้นข้อมูลวงใน หรือ Insider ยังมีผลกับราคาหุ้น และเพื่อเป็นการกำหนดแผนการในการลงทุนโดยเฉพาะนักลงทุนรายย่อยที่อาจจะไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้เท่าเทียมกับนักลงทุนรายใหญ่ หรือ นักลงทุนที่มีข้อมูลที่ได้เปรียบ (Informed Investor) จึงสามารถใช้งานวิจัยฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการหาจังหวะ

ในการลงทุนในเวลาที่เหมาะสมต่อไป

6.1 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการพิจารณาผลกระทบของการประกาศซื้อหุ้นคืนต่ออัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติกรณีศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

6.1.1 ด้านของการเกิดผลตอบแทนที่ผิดปกติ (Abnormal Return : AR) และผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม (Cumulative Abnormal Return : CAR)

ผลการศึกษาพบว่า การประกาศซื้อหุ้นคืนมีผลต่อการเกิดอัตราผลตอบแทนที่ผิดปกติตามสมมุติฐานที่ 1 (H1) ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า ผลตอบแทนที่ผิดปกติจะเริ่มเกิดขึ้นก่อนวันประกาศซื้อหุ้นคืน 1 วัน (-1) วันที่ประกาศ (0) และสูงสุดภายหลังวันที่ประกาศ 1 วัน (+1) ที่ร้อยละ 2.80 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอกวัฒน์ โชติชัชวาลวงศ์ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “การซื้อคืนหุ้นและประสิทธิภาพของตลาด:หลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” เริ่มศึกษาจากวันที่ 4 กรกฎาคม 2544 เก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นเวลา 3 ปี จากผลการศึกษาพบว่า ในช่วงก่อนวันประกาศซื้อคืนหุ้น บริษัทมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยส่วนใหญ่เป็นลบและมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยสะสมเป็นลบอย่างต่อเนื่อง จนกระทั้งถึงวันประกาศซื้อคืนหุ้นพบว่าอัตราผลตอบแทนเกินปกติส่วนใหญ่เริ่มมีค่าเป็นบวกและมีอัตราผลตอบแทนเกินปกติเฉลี่ยสะสมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังสอดคล้องกับบทความของ นราทิพย์ ทับเที่ยง (2552) ที่ผลการวิจับปรากฏผลตอบแทนที่ผิดปกติเป็นบวกก่อนการประกาศซื้อหุ้นคืน

ในด้านของงานวิจัยต่างประเทศการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยจากต่างประเทศของของ Wen Zhou (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ความสัมพันธ์ระหว่างหุ้นซื้อคืนและผลตอบแทนที่ได้รับของประเทศในทวีปยุโรปที่เข้าร่วมกลุ่มสหภาพยุโรปก่อนปี ค.ศ. 2006” (ออสเตรีย, เบลเยียม, ลักแซมเบิก, เนเธอร์แลนด์, อิตาลี, ฝรั่งเศส, กรีซ, ไอร์แลนด์, โปรตุเกส, สเปน, เยอรมนี และฟินแลนด์) โดยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยหุ้นซื้อคืนจำนวน 588 หุ้นที่ประกาศซื้อคืนภายในปี ค.ศ.2006-2013 จากการศึกษาพบว่าการประกาศซื้อคืนนั้นมีผลเป็นบวกต่อหุ้นของบริษัทที่ประกาศซื้อคืนทั้งในช่วงเวลาปกติและในช่วงที่ทวีปกำลังเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยมีนัยสำคัญที่การเกิดผลตอบแทนเกินปกติสะสมในเชิงลบก่อนหน้าที่จะมีการประกาศซื้อคืนหุ้นอยู่ที่ 0.647% และค่อย ๆ กลับมาเป็นบวกตามลำดับหลังมีการประกาศซื้อคืนหุ้นที่ 2.39% และสมมุติฐานความต่ำการมูลค่า (Undervaluation Hypothesis) ในมุมมองของผู้วิจัยมีความเห็นว่าการประกาศซื้อหุ้นคืนนั้นเป็นเครื่องมือทางการเงินที่เป็นสากลในลดความต้องการในตลาดหลักทรัพย์เพื่อปรับราคาหุ้นให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม

6.1.2 ความแตกต่างของปฏิกิริยาตอบสนอง

การประกาศซื้อหุ้นเกิดขึ้นในทุก ๆ ประเทศทำให้ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประกาศซื้อหุ้นคืนเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ แต่ในประเทศที่มีความก้าวหน้าทางด้านการเงินทำให้การจัดการด้านข้อมูลมีประสิทธิภายมากขึ้นโดยจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Dan Xing (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ “ผลกระทบและแรงขับเคลื่อนของหุ้นซื้อคืนในระยะสั้นและระยะกลางในประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา” โดยใช้รายชื่อหลักทรัพย์ที่มีอยู่ใน NYSE, NASDAQ หรือ SSE โดยใช้รูปแบบการศึกษาแบบการศึกษาเหตุการณ์ (Event Study) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2004 จนถึง 31 ธันวาคม 2013 การศึกษาครั้งนี้ได้ครอบคลุมการคำนวณผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมในวันที่มีการประกาศซื้อคืนหุ้นและความแตกต่างของผลตอบแทนที่เกินกว่าปกติในแต่ละช่วงเวลาทั้งก่อนและหลังเหตุการณ์

ผลการศึกษาปรากฏว่าผลตอบแทนที่ผิดปกติปรากฏให้เห็นภายในช่วงเวลาที่สั้นมาก [-1,+1] และในระยะกลางจะมีผลตอบแทนที่ผิดปกติที่ [+20, +150] ทั้งในประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา แต่ในส่วนของช่วงเวลาก่อนเกิดเหตุการณ์ทั้งสองประเทศมีผลการศึกษาที่ออกมาขัดแย้งกัน ซึ่งของประเทศจีนจะเป็นไปในเชิงบวกที่ 0.0126% และของสหรัฐอเมริกาจะอยู่ที่ -0.0153% โดยผลการศึกษาในสหรัฐอเมริกาที่เป็นลบแสดงให้เห็นว่าบริษัทในสหรัฐอเมริกาจะทำการซื้อคืนหุ้นก็ต่อเมื่อหุ้นของบริษัทนั้นมีราคาตลาดต่ำกว่ามูลค่าหุ้นที่แท้จริง ในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นว่าตลาดของประเทศจีนนั้นมีการตอบสนองที่อ่อนไหวต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกส่งออกมาในเรื่องของการซื้อคืนหุ้นโดยจะเห็นได้จากช่วงระยะเวลาก่อนการประกาศที่ได้ผลการศึกษาไปในเชิงบวก แต่อย่างไรก็ตามก็ไม่รุนแรงพอที่จะถือว่ามีนัยสำคัญ

งานวิจัยจากต่างประเทศข้างต้นนี้ผู้วิจัยมีความตั้งใจที่จะแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างตลาดหลักทรัพย์แบบเอเชียและแบบอเมริกา ซึ่งอาจจะเป็นความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมจึงทำให้ตลาดทางฝั่งจีนเกิดการรั่วไหลของข้อมูลภายใน (Insider) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยที่ทำการศึกษาในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศไทย และผลการศึกษาของผู้วิจัยเองก็ยังสอดคล้องกับงานวิจัยฉบับนี้ในส่วนที่เป็นการเก็บข้อมูลในตลาดหลักทรัพย์ของประเทศจีน เมื่อมีการประกาศซื้อหุ้นคืนในประเทศไทยจะทำให้ ผลตอบแทนที่ผิดปกติและผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสม เพิ่มขึ้นก่อนวันประกาศ 1 วัน (-1) เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงสรุปในด้านนี้ได้ว่าตลาดหลักทรัพย์ในแถบเอเชียยังมีความไม่สมมาตรของข้อมูล และยังไม่สามารถพูดได้ว่าเป็นตลาดหลักทรัพย์ที่มีประสิทธิภาพสูง

เอกสารอ้างอิง

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). *การซื้อหุ้นคืน*.ค้นเมื่อ 14พฤษภาคม 2559 , จาก https://www.set.or.th/th/regulations/simplified_regulations/share_repurchase_p1.html

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2559). *ประวัติและบทบาท*.ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2559, จาก https://www.set.or.th/th/about/overview/history_p1.html

นราทิพย์ ทับเที่ยง.(2552). การศึกษาผลกระทบการซื้อหุ้นคืนต่อผลตอบแทนที่ผิดปกติสะสมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและตลาดเอ็ม เอ ไอ.*วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า, เล่มที่ 5 :* 106-133.

มธุตฤณ แจ่มอารทรา. (2558).*ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราผลตอบแทนเกินปกติและการประกาศซื้อหุ้นคืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*(Unpublished Independent Study).วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ปราย. (2559).*ทฤษฎีประสิทธิภาพตลาด*.ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2559,จาก https://salamanderr.wordpress.com/2008/12/16/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94/

วิศิษฐ์ องค์พิพัฒกุล. (2559). *Signaling Theory*. ค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2559, สืบค้นจาก http://thaiknowledgemanagement.blogspot.com/2006/12/signaling-theory.html

เอกวัฒน์ โชติชัชวาลวงศ์. (2554). การซื้อคืนหุ้นและความมีประสิทธิภาพของตลาด : หลักฐานเชิงประจักษ์สำหรับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.Unpublished Independent Study.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

Abnormal Return. (2016). Retrieved April 22, 2016, from https://www.investopedia.com/terms/a/abnormalre-turn.asp

Lars Axelsson and Philip Brissman.(2015). *Share repurchase announcements and abnormal returns for Swedish listed real estate companies*. Retrieved April 22, 2016,from https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:497867/FULLTEXT01.pdf

Modigliani-Miller theorem.(2016). Retrieved April 22, 2016, from https://en.wikipedia.org/wiki/Modiglian-i%E2%80%93Miller_theorem

Zhou, Wen. (2014). *The Relationship between Stock Repurchase and Returns and the Effect of Repurchase Size A Case in Euro Crisis.*Unpublished Master's thesis. Tilburg University, Netherlands.

Xing, Dan. (2014). *The effects of share repurchase on stock returns*.Unpublished Master's thesis. Universiteit van Tilburg, Netherlands.

คำแนะนำและการจัดเตรียมต้นฉบับ
วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

บทความที่จะลงตีพิมพ์ในวารสารการบัญชีและการจัดการ จะต้องเป็นบทความที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นๆ การละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ

วารสารการบัญชีและการจัดการประสงค์จะรับบทความวิชาการ บทความวิจัย และบทวิจารณ์หนังสือทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ วัตถุประสงค์บทความต้องการนำเสนอบทความที่มีคุณภาพที่สามารถแสดงประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เพื่อที่จะให้นักวิจัยสามารถนำไปพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ และประโยชน์ที่ผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ดังนั้นบทความที่จะได้รับการลงตีพิมพ์จะต้องผ่านการพิจารณากลั่นกรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องและจะต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางด้านวิชาการและประโยชน์ดังกล่าวข้างต้น

ขอบเขตของวารสารการบัญชีและการจัดการจะครอบคลุมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทั้งในเชิงมหภาคหรือจุลภาคในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการบัญชีและการจัดการ ต่อไปนี้ เช่น

- การบัญชี
- การจัดการ
- การประกอบการ
- เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ
- การเงิน
- ธุรกิจระหว่างประเทศ
- การตลาด
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์
- คอมพิวเตอร์ธุรกิจ
- พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- เศรษฐศาสตร์
- หัวข้ออื่นที่เกี่ยวข้องกับการบัญชี บริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์

การจัดเตรียมต้นฉบับ (Manuscript preparation)

ต้นฉบับที่ส่งมายังบรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการต้องประกอบด้วยบทความต้นฉบับ จำนวน 3 ชุด และแผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีที่บรรจุข้อมูลต้นฉบับ 1 แผ่น ระบุชื่อบทความ และชื่อผู้เขียนกำกับไว้ที่แผ่นดิสเก็ตหรือแผ่นซีดีทุกแผ่น (หากมีมากกว่า 1 แผ่น)

เอกสารอื่นที่ต้องแนบมาพร้อมกับต้นฉบับ

- บันทึกข้อความขอส่งต้นฉบับลงตีพิมพ์ในวารสารฯ จำนวน 1 ชุด
- แบบเสนอต้นฉบับเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารฯ (ตามแบบฟอร์มของวารสารฯ ที่แนบมา) จำนวน 1 ชุด

จัดส่งมายัง :

บรรณาธิการวารสารการบัญชีและการจัดการ
คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150
โทรศัพท์/โทรสาร 043-754333 ต่อ 3431/043-754422 E-mail: accbiz.journal@gmail.com

ขั้นตอนการดำเนินงานภายหลังได้รับต้นฉบับ

หากกองบรรณาธิการตรวจพบข้อผิดพลาดของรูปแบบ และ/หรือ ความไม่สมบูรณ์ขององค์ประกอบในบทความ บทความนั้นจะถูกส่งกลับไปยังผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) เพื่อทำการแก้ไขบทความที่จัดเตรียมถูกต้องตามระเบียบการตีพิมพ์และมีความสมบูรณ์ของเนื้อหาจะถูกส่งไปยังผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้องเพื่อพิจารณาคุณค่าต่อไป

องค์ประกอบบทความงานวิจัย (Research article)

จัดเตรียมเนื้อหาตามลำดับดังนี้ : ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ เนื้อหา เอกสารอ้างอิง โดยหน้าชื่อเรื่องควรมีข้อมูลตามลำดับดังนี้ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียน สังกัด (ภาควิชา คณะ มหาวิทยาลัย เมือง จังหวัด) และอีเมลของผู้เขียนสำหรับติดต่อ

บทคัดย่อ

บทความงานวิจัยต้องประกอบด้วยบทคัดย่อที่ระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษาและบทสรุป ความยาวไม่เกิน 300 คำ ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้เขียนเขียนบทคัดย่อทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทย ระบุคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

เนื้อหาของบทความ

ลำดับของการเขียนเนื้อหาบทความวิจัยเริ่มต้นจากบทนำ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา สรุปผลการศึกษา และกิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) ความสำคัญของที่มาและปัญหาของงานวิจัย ภูมิหลังของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสมมุติฐานและวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้เขียนไว้ในส่วนบทนำ วิธีการศึกษา ให้อธิบายไว้ในส่วนวิธีการศึกษา ผลการวิจัยหรือผลการทดลองต่างๆ ให้อธิบายไว้ในส่วนผลการศึกษา การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการศึกษากับงานของผู้อื่นให้เขียนไว้ในส่วนวิจารณ์ผลการศึกษา และการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ให้เขียนไว้ในส่วนสรุปผลการวิจัย ผู้เขียนอาจมีหัวข้อย่อยในส่วนวิธีการศึกษา และ/หรือ ในส่วนผลการศึกษาได้แต่ไม่ควรมีจำนวนหัวข้อย่อยมากเกินไป

การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

1. การจัดรูปแบบบทความ

1.1 จัดหน้ากระดาษให้ได้ขนาด A4 โดยตั้งค่าหน้ากระดาษขอบบน 2.5 เซ็นติเมตร ขอบล่าง 2.5 เซ็นติเมตร ขอบซ้าย 3 เซนติเมตร และขอบขวา 2.5 เซนติเมตร ตั้งค่าแท็บ เริ่มต้นที่ 1.5 เซนติเมตร ตามด้วย 2 และ 2.5 ตามลำดับ

1.2 จัดบทความให้อยู่ในลักษณะเว้นบรรทัด single spaced

1.3 ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าตรงมุมขวา ด้านบนของหน้ากระดาษ A4

2. บทความภาษาอังกฤษ

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ในชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวตรง และใส่เครื่องหมายดอกจันทร์ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ไว้ชิดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญแต่ละคำ ให้ใช้เครื่องหมายจุลภาคคั่นระหว่างคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง Introduction Materials and Methods Results Discussion and Conclusions Acknowledgements และ References ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับคำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสดมภ์ตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปกราฟ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

3. บทความภาษาไทย

ชื่อเรื่อง : ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษรรวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 18 ตัวหนา ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ชื่อผู้เขียน : อยู่ถัดลงมาจากชื่อเรื่อง ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวปกติ และใส่เครื่องหมายดอกจันทร์ในรูปแบบเชิงอรรถสำหรับผู้เขียนสำหรับติดต่อ (corresponding author) โดยชื่อผู้เขียนสำหรับติดต่อให้เขียนไว้เป็นลำดับแรก

ผู้เขียนสำหรับติดต่อ : รายละเอียดของผู้นิพนธ์ หน่วยงานที่สังกัด โทรศัพท์ โทรสาร อีเมลของผู้เขียนที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 12 ตัวธรรมดา

บทคัดย่อ (บทสรุป สำหรับบทความปริทัศน์) : ให้จัดหัวเรื่องบทคัดย่อ ไว้กึ่งกลางของหน้ากระดาษ ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อความในบทคัดย่อ ใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา หัวข้อคำสำคัญ (keywords) ไว้ชิดด้านซ้ายโดยใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา เนื้อหาในคำสำคัญใช้ตัวอักษรขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำสำคัญ ให้เว้นวรรคคำสำคัญแต่ละคำ

เนื้อหาในบทความ : หัวเรื่อง บทนำ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัย ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย สรุปผลการวิจัย เอกสารอ้างอิงให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 16 ตัวหนา สำหรับเนื้อหาให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา

ตาราง และรูปภาพ : ให้ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวหนาสำหรับหัวตาราง และหัวรูปภาพสำหรับคำอธิบายตารางหรือรูปภาพให้ใช้ตัวอักษรขนาดเดียวกันแต่เป็นตัวธรรมดา ตารางต้องไม่มีเส้นสดมภ์ตัวอักษรหรือตัวเลขที่นำเสนอในรูปกราฟ หรือตารางต้องเป็นตัวอักษร Cordia New ขนาด 14 ตัวธรรมดา สำหรับคำอธิบายเชิงอรรถให้ใช้ตัวอักษรขนาด 12

การอ้างอิงเอกสาร

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือ หรืออินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ผู้เขียนเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

การอ้างอิงในเนื้อความ (อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (comma) และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค และ ปีที่พิมพ์ เช่น (Smith and Xu, 2005) และให้ใช้เครื่องหมายเซมิโคลอน (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Smith, 2005; Smith and Xu, 2005)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., และปีที่พิมพ์ตามลำดับ (Smith et al., 2005)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเนื้อความ (อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย)

- ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายให้อ้างชื่อ-สกุลผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดม, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งสองรายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งสองราย เครื่องหมายจุลภาค ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (วิเชียร วิทยอุดมและพยอม สิงเสน่ห์, 2548)
- ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ-สกุลของผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เครื่องหมายจุลภาคตามด้วยปีที่พิมพ์ตามลำดับ (พยอม สิงเสน่ห์ และคณะ, 2548)
- ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาไทย)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style) ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

หนังสือ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อหนังสือ.* เมืองที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

รายงานทางวิชาการ

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่องานวิจัย.* เมืองที่พิมพ์ : หน่วยงานที่เผยแพร่.

วิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อวิทยานิพนธ์.* วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต/วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต. ชื่อสถานศึกษา.

รายงานการประชุม

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). *ชื่อเอกสารรวมเรื่องที่ได้จากรายงานการประชุม.* วันเดือนปีที่จัด. สถานที่จัด. เลขหน้า.

วารสาร

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อวารสาร*, ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่พิมพ์), เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

หนังสือพิมพ์

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน. (ปี เดือน วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. *ชื่อหนังสือพิมพ์*, เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ :

เว็บเพจ

ชวนะ ภวกานันท์. (2548). *ธุรกิจสปาไทยน่าก้าวไกลไปกว่านี้.* ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2548, จาก http://www.businesstgai.co.th/content.php.

วารสารอิเล็กทรอนิกส์

สันต์ ธรรมบำรุง. (2543, มกราคม-มิถุนายน). กลไกที่สำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. *วารสารสารสนเทศ, 1.* ค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2549, จาก http://arcbs.bsru.ac.th/docu_files/information1_1-3.doc.

หนังสือพิมพ์ออนไลน์ มีฉบับพิมพ์

ทินพันธ์ นาคะตะ. (2549, 4 กรกฎาคม). ในหลวง ศาล กับอำนาจอธิปไตย. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์]. *มติชน.* ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2549, จาก http://www.matichon.co.th/matichon/matichon_detail.php.

การอ้างอิงในเอกสารท้ายบทความ (สำหรับเอกสารฉบับภาษาอังกฤษ)

ผู้เขียนเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style) ดังแสดงในรายละเอียดด้านล่าง

Periodical :

Journal article, one author

Tuomi, M. T. (2005). Agents of social change in education. *Community Development Journal*, *40*, 205-211.

Journal article, three to six authors

Carlson, J., Kurato, Y., Ruiz, E., Ng, K. M., & Yang, J. (2004). A multicultural discussion about personality development. *The Family Journal*, *12*, 111-121.

Journal article, more than six authors

Scarbrough, D. A., Coblentz, W. K., Humphry, J. B., Coffey, K. P., Daniel, T. C., Sauer, T. J., et al. (2005). Evaluation of dry matter loss, nutritive value, and in situ dry matter disappearance for waiting orchardgrass and bermudagrass forages damaged by simulated rainfall. *Agronomy Journal*, *97*, 604-614.

Journal article in press

Qin, G., Zhang, M., Dwyer, J. R., Rassoul, H. K., & Mason, G. M. (in press). The model dependence of solar energetic particle mean free paths under weak scattering. *The Astrophysical Journal*.

Journal paginated by issue

Caplan, G., Caplan, R. B., & Erchul, W. P. (1994). Caplanian mental health consultation : Historical background and current status. *Consulting Psychology Journal : Practice & Research*, *46* (4), 2-5.

Journal supplement

Fewtrell, M. S., Loh, K. L., Meek, J., Blake, A., Ridout, D., & Hawdon, J. M. (2005). Randomised, double blind trial of oxytocin nasal spray in mothers expressing milk for preterm infants. *Archives of Disease in Childhood*, *90* (Suppl. 2), 11.

Magazine article

Gawande, A. (2001, July 9). The man who couldn't stop eating. *The New Yorker*, 66-75.

Daily newspaper article

Hunsara, S. (2004, May 17). Driver, take me back to power. *The Nation*, p. 2A.

Book :

Book, one author

Pinel, J. P. J. (2003). *Biopsychology* (5^{th} ed.). Boston : Pearson Education.

Book, two authors

Kubic, T., & Petraco, N. (2003). *Forensic science : Laboratory experiment manual and workbook*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Book, three to six authors

Watson, J. D., Baker, T. A., Bell, S. P., Gann, A., Levine, M., & Losick, R. (2004). *Molecular biology of the gene* (5^{th} ed.). San Francisco : Benjamin Cummings.

Book, more than six authors

Cunningham, F. G., MacDonald, P. C., Gant, N. F., Leveno, K. J., Gilstrap, L. C., Hankins, G. V. D., et al. (1997). *Williams obstetrics* (20^{th} ed.). Stamford, CT : Appleton & Lange.

Edited book

Crapo, J. D., Glassroth, J., Karlinsky, J. B., & King, T. E., Jr. (Eds.). (2004). *Baum's textbook of pulmonary diseases* (7^{th} ed.). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in an edited book

Alford, E. L. (2001). Midface lift. In B. J. Bailey, K. H. Calhoun, N. R. Friedman, S. D. Newlands, & J. T. Vrabec (Eds.), *Atlas of head & neck surgery-otolaryngology* (pp. 546-549). Philadelphia : Lippincott Williams & Wilkins.

Chapter in a volume in a series

Rooney, A. (1992). Community nursing care and quality. In M. Johnson (Ed.), *Series on nursing Administration : Vol. 3*. The delivery of quality health care (pp. 119-131). St. Louis, MO : Mosby-Year Book.

Book Reviews

Baumeister, R. F. (1993). Exposing the self-knowledge myth [Review of the book *The self-knower : A hero under control*]. Contemporary Psychology, *38*, 466-467.

Research Reports

Knodel, J., Saengtienchai, C., Im-em, W., & VanLandingham, M. (2000). The impact of Thailand's AIDS epidemic on older persons : Quantitative evidence from a survey of key informants. *Institute of Population and Social Research*, Publication No. 252. Nakorn Pathom, Thailand : Institute for Population and Social Research Mahidol University, Salaya Campus.

Unpublished Doctoral Dissertation or Thesis

Pannarunothai, S. (1993). *Equity in health: The need for and the use of public and private health services in an urban area in Thailand*. Unpublished doctoral dissertation, University of London.

Varitsakul, R. (2001). *The effectiveness of self-care participation promotion program on perceived self-care efficacy, disease control, and satisfaction of health care service in essential hypertensive patients.* Thesis, Mahidol University.

Conference Publication

Crespo, C. T. (1998, March). *Update on national data on asthma*. Paper presented at the meeting of the National Asthma Education and Prevention Program, Leesburg, VA.

Ortiz-lopez, A., Rebez, C., Ort, D., & Whitmarsh. (2001, July). *The green seed problem in canola*. Paper presented at the conference on American Society of Plant Physiologists [ASPP] : Plant Biology 2000, California.

Government Publication

National Institute of Mental Health. (1998). *Priorities for prevention research* (NIH Publication No. 98-4321). Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Electronic Source :

Journal online article

Macia, E., Paris, S., & Chabre, M. (2001). Binding of the PH and polybasic c-terminal domains of ARNO to phosphoinositides and to acidic lipids. *Biochemistry*, 40, 1496. Retrieved May 19, 2004, from http://pubs.acs.org/cgi-bin/article.cgi/bichaw/2001/40/i05/pdf/bi005123a.pdf.

Journal article, retrieved from database

Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, *78*, 443-449. Retrieved October 23, 2000, from PsycARTICLES database.

Book

Bryant, P. J. (2002). *Biodiversity and conservation*. Retrieved May 18, 2004, from http://darwin.bio.uci.edu/~sustain/bio65/Titlpage.htm.

Abstract

Ghose, A. K. (2004, March). Global inequality and international trade. *Cambridge Journal of Economics*, *28*, 229-252. Abstract retrieved May 18, 2004, from http://cje.oupjournals.org/content/abstract/28/2/229.

Daily newspaper

Czaja, G. (2004, February 6). Duke hopes senior day brings out best in team. *The Chronicle*. Retrieved May 18, 2004, from http://www.chronicle.duke.edu/vnews/display.v/ART/2004/02/06/.

Web sites, no author

New child vaccine gets funding boost. (2001). Retrieved March 21, 2001, from http://news.ninemsn.com.au/health/story_13178.asp.

ชื่อเรื่องภาษาไทย (Cordia New 18 pt. **หนา**)

ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (Cordia New 18 pt. **หนา**)

ชื่อ-สกุลภาษาไทย............* ....[2] และ....................[3]

(Cordia New 14 pt. ปกติ)

บทคัดย่อ (Cordia New 16 pt. **หนา**)

....

....

....

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)...

....

....

....

คำสำคัญ : (หัวข้อ Cordia New 16 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

Abstract (Cordia New 16 pt. **หนา**)

....

....

....

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)...

....

....

....

Keywords : **(หัวข้อ Cordia New 16 pt. หนา)** (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

---

* รายละเอียดของผู้นิพนธ์ภาษาไทย (เนื้อหา Cordia New 12 pt. ปกติ) หน่วยงานที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์ Email

1. บทนำ (Cordia New 16 pt. หนา)

....

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)..

....

....

....

....

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย (Cordia New 16 pt. หนา)

(พูดถึง Model)……………………………………………………………………………………………..

……...

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)..

....

รูปภาพประกอบ 1 (Cordia New 14 pt. หนา)

โมเดลของ…………………………………………………………..

อธิบายตัวแปรแต่ละตัว ภายใต้โมเดลต่อด้วยสมมุติฐาน โยงเข้า Hypotheses……………………………

……..

……..

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)..

....

สมมุติฐานการวิจัย 1 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

....

สมมุติฐานการวิจัย 2 : (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา) (เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)

....

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย (Cordia New 16 pt. หนา)

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).. .

……...

3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).. .

……...

3.3 ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).. .

……...

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).. .

……...

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล (เน้นอภิปรายผลตามสมมุติฐาน) (Cordia New 16 pt. หนา)

....

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)...

....

....

....

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย (Cordia New16 pt. หนา)

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ).. .

……...

5.2 ประโยชน์ของการวิจัย (หัวข้อ Cordia New 14 pt. หนา)

(เนื้อหา Cordia New 14 pt. ปกติ)... .

……...

6. สรุปผลการวิจัย (Cordia New 16 pt. หนา)

....

....(เนื้อเรื่อง Cordia New 14 pt. ปกติ)...

....

....

....

เอกสารอ้างอิง (Cordia New 16 pt. หนา)

ตามรูปแบบของ The American Psychological Association (APA Style)

พิมพ์ที่ : หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา 232/199 ถ.ศรีจันทร์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
Tel. 043-466444 Fax. 043-466863 E-mail : klungpress@hotmail.com 2562 รหัส 08

MAHASARAKHAM UNIVERSITY

แบบเสนอต้นฉบับ

วารสารการบัญชีและการจัดการ คณะการบัญชีและการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต.ขามเรียง อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม 44150

โทรศัพท์/โทรสาร 043-754333 ต่อ 3431/043-754422 E-mail: accbiz.journal@gmail.com, www.acc.msu.ac.th/journal

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย): ………

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ): ……

ผู้แต่งหลัก (ชื่อที่ 1)

ชื่อ-สกุล: ………

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……………………………………………………………………………………

ผู้แต่งร่วม (ชื่อที่ 2)

ชื่อ-สกุล: ………

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……………………………………………………………………………………

ผู้แต่งร่วม (ชื่อที่ 3)

ชื่อ-สกุล: ………

ชื่อและที่อยู่หน่วยงาน รหัสไปรษณีย์: ……………………………………………………………………………………

ที่อยู่ติดต่อ กรุณาระบุข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ

Corresponding author : ……………………………………………………………………………………………

First-last name : ……………………………………………………………………………………………………

Office address, postcode, tel., fax: ………………………………………………………………………………

Cell phone: …………………………… E-mail: ……………………………………………………………………

ต้นฉบับจัดอยู่ในผลงานประเภท

- ☐ ผลงานวิจัยเชิงประยุกต์ (applied research paper)
- ☐ ข้อคิดเห็นทางวิชาการ (comment)
- ☐ การพัฒนาแนวคิดทฤษฎี (theoretical paper)
- ☐ บทวิจารณ์หนังสือ (book review)
- ☐ ปริทัศน์ (critical review paper)

โดยเป็นส่วนหนึ่งของ ○ งานวิจัย ○ วิทยานิพนธ์ (เอก) ○ วิทยานิพนธ์ (โท) ○อื่นๆ (ระบุ)……………………………………

คำรับรองจากผู้เขียน

"ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ขอรับรองว่า ต้นฉบับที่เสนอมานี้ยังไม่เคยได้รับตีพิมพ์และไม่ได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด ข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) ยอมรับหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการพิจารณาต้นฉบับ ทั้งยินยอมให้บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีสิทธิ์ตรวจแก้ต้นฉบับได้ตามที่เห็นสมควร พร้อมนี้ขอมอบลิขสิทธิ์บทความที่ตีพิมพ์ให้แก่ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อคิดเห็นใดๆ ในต้นฉบับเป็นความรับผิดชอบของข้าพเจ้า (และผู้เขียนร่วม) แต่เพียงฝ่ายเดียว"

ลงชื่อ……………………………………………………… วัน/เดือน/ปี…………………………………………

( )

ผู้เขียนหลักชื่อแรก